

COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

FEMINISTISCHE FILMKRITIEK • REGIO-JOURNALISTIEK •
OBJECTIVITEIT IN HET NIEUWS • VIEWDATA • BELGISCHE
FONOGRAMMARKT • ZELFDISCIPLINE IN REKLAME • IN-
FORMATIE DOOR CULTURELE CENTRA • VLAAMSE FILM
SEDERT 1960 • KRONIEK VAN DE MEDIAWERELD • TIJD-
SCHRIFTEN • BOEKBESPREKINGEN

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN
E. VAN EVENSTRAAT 2A
3000 LEUVEN

JAARGANG 10
NR 1
LENTE 1980

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.

10de jaargang nr. 1
LENTE 1980

Hoofdredacteur: W. Van der biesen
Redactiesecretariaat: L. Clijmans
Administratie: M. Mommens, M. De Troy
Lay-out: G. De Meyer

Redactie: H. Clerinx, L. Clijmans, G. De Meyer, F. Duchateau, G. Fauconnier, A. Hendriks, W. Van der biesen, L. Van Poecke.

Abonnementen : De abonnementsprijs bedraagt 300 fr. voor een jaargang (4 nummers). De prijs voor losse nummers is 100 fr. Betaling kan geschieden op nr. 431-0370171-86 van de Kredietbank te Leuven, t.n.v. K.U.L., Centrum voor Communicatiewetenschappen, Leuven. Vanuit het buitenland gelieve men 300 BF te betalen via een internationaal postmandaat of eurocheque op naam K.U.L.-Centrum voor Communicatiewetenschappen, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven. Abonnementen worden automatisch verlengd, tenzij men een maand vóór het einde van de jaargang opzegt.

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

Advertentietarief wordt op aanvraag toegezonden.

Getekende artikels verbinden alleen de schrijvers.

Inhoud 1980. 1

- 1 **Feministische filmkritiek** - Mieke Ceulemans
- 8 **Een onderzoek naar het hart van de krant? Plaatselijke nieuwsfabriekjes in Vlaanderen** - Jos Huypens
- 12 **Objectiviteit in de berichtgeving: een (proeve) tot definiëring** - Lieve Clijmans
- 16 **Viewdata '80: met de beeldbuis op de schoot** - Dirk De Grooff
- 18 **De fonogrammarkt in België: enkele gegevens** - Gust De Meyer
- 21 **Zelfdiscipline in de reclame** - Rik Adriaens
- 22 **Informatieverspreiding door culturele centra in Vlaanderen** - Danny Winnen
- 23 **Evolutie van de Vlaamse film en het filmkader in Vlaanderen sedert 1960** - Bruno Verpoorten
- 26 **Feiten en meningen uit de mediawereld** - Tony Verhelle, Wim Van der biesen
- 29 **Uit de tijdschriften**
- 35 **Uit de literatuur**

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

feministische filmkritiek

mieke ceulemans

Karakteristiek voor het hedendaagse feminisme is het bewustzijn dat de massamedia van cruciaal belang zijn, in de zin dat zij de beoogde sociale verandering in sterke mate kunnen stimuleren of afremmen. Het is in dit kader dat de feministische kritiek op de massamedia in het algemeen, en filmkritiek in het bijzonder, dient gesitueerd te worden. De belangstelling voor het filmmedium reikt evenwel verder dan het formuleren van de kritiek op de voorstelling van vrouwen of, in ruimere zin, van sekserollen in film. Er is een groeiende interesse voor de rol van vrouwen in de film zowel als spektakel als creatieve kracht. Voorbeelden hiervan zijn de herwaardering van het werk van vrouwelijke cineasten uit het verleden, het herschrijven van filmgeschiedenis vanuit een feministisch perspectief, de pogingen tot het construeren van een coherente filmtheorie, die als basis moet dienen voor een feministische (tegen-cinema.)

Feministische filmvisies die tot nu toe geformuleerd werden reflecteren zeer uiteenlopende en grotendeels onverzochbare standpunten, die variëren van subjectief-impressionistische commentaren tot structuralistische en psycho-analytische benaderingen. Tot dusver is de integratie van deze diverse benaderingen in één overkoepelende theorie niet tot stand gekomen. Dit naast elkaar bestaan van divergerende perspectieven is gedeeltelijk een reflectie van de ontwikkeling van feministische filmanalyse als een tijdsproces, en is gedeeltelijk te wijten aan de aanvankelijk fundamentele verschillen tussen Britse en Amerikaanse filmcritici en praktici (1).

De eerste stappen in de richting van een feministische filmkritiek werden gezet in de Verenigde Staten. Volgens Britse critici was dit Amerikaanse pionierswerk in essentie afgeleid van "The

dominant traditions of practical criticism based on personal response and subjectivity» (2). Drie in boekvorm gepubliceerde studies van de jaren 1973-74 fungeren als typische vertegenwoordigers van deze beginfase (3). De Britse school echter wenst verder te gaan dan de eerder simplistische analyse van sekserollen in de film vanuit een vrouwelijk standpunt. Aanhangers van deze richting leggen de nadruk op de ontwikkeling van een feministische filmtheorie. Daartoe is een grondige studie vereist van de manier waarop de ideologie die alle niveaus van de samenleving doordringt, nl. seksisme (4), gereproduceerd wordt in de film. Film dient dus beschouwd te worden als een medium dat werkzaam is binnen een bepaalde socio-culturele context (5). Vermits, zo wordt er geargumenteed, de communicatie van ideologie essentieel plaatsgrijpt op het formele niveau, i.e. in de visuele filmtaal, dient feministische filmanalyse rekening te houden met zowel het visuele als het narratieve niveau. Het is precies omdat zij alleen de visuele filmtaal bestuderen dat auteurs zoals Haskell, Rosen en Mellen vatbaar zijn voor kritiek (6).

Het centrale geschilpunt in de discussie rond feminisme en cinema is dus de kwestie van rollenstudie vanuit een sociologische benadering, versus de opbouw van een theoretisch kader dat tegelijkertijd toepasbaar is op filmanalyse en filmpraktijk. In een commentaar op dit debat stellen Kay en Peary dat «the movement away from role-model studies and impressionistic, personal criticism toward structuralism and psycho-analytic theory wins converts by the day among feminist critics», met de toevoeging dat «much of the best writing is yet to come» (7).

In tegenstelling tot rollenstudies van andere massamedia heeft het onderzoek naar het beeld van de vrouw in de

film complexe theoretische en methodologische problemen opgeworpen. De onderstaande discussie van feministische filmanalyse is daarom gestructureerd rond de centrale polemiek: sociologische analyse gebaseerd op de empirische studie van vrouwenrollen in de film versus filmtheoretische benaderingen.

Rollenstudies

Deze soort van analyse, die thans als voorbijgestreefd wordt beschouwd, kan toegelicht worden aan de hand van de drie hoger geciteerde werken. De tekortkomingen van dit soort benadering zijn in feite grotendeels aan het lichtgebracht door kritieken die verschenen zijn op het werk van Rosen, Mellen en Haskell.

De bedoeling van zowel Haskell als Rosen was een geschiedenis van vrouwen in de film te schrijven. Vandaar de organisatie van hun boek rond opeenvolgende decennia. Zulks was niet het opzet van Joan Mellens werk, dat beperkt is tot de hedendaagse cinema en bestaat uit autonome essays handelend over een algemeen thema, een bepaalde film, het werk van een cineast of een actrice. De vrouwenrollen in de hedendaagse film worden echter eveneens geëvalueerd vanuit een filmhistorisch standpunt. Vandaar dat de drie auteurs het volledig met elkaar eens zijn wat betreft hun slotconclusie — een conclusie die reeds vervat is in de titel van Haskell's boek, «Form Reverence to Rape»: de voorstelling van vrouwen in film vertoont een definitieve en toenemende achteruitgang sinds het begin van de eeuw. Het gevolg hiervan is dat de situatie van de vrouw op geen enkele constructieve of analytische wijze weerspiegeld wordt in de hedendaagse film (8). Mellen, maar vooral Rosen en Haskell zijn dus aanhangers van de re-

flectietheorie: film fungeert als een spiegel waarin de sociale waarden en normen gereflecteerd worden. Het is in deze visie dat de beschrijving van het filmbeeld van de moderne vrouw in termen van ontarding haar oorsprong vindt.

Volgens Rosen is de cinema de veranderingen in de sociale rol en levensstijl van vrouwen sinds de jaren '60 stilzweigend voorbijgegaan, met één enkele uitzondering. Alleen de seksuele revolutie kreeg ruime aandacht. Deze exploitatie van hun pas verworven seksuele vrijheid verbande vrouwen echter in toenemende mate tot de rol van sex-object. Vrouwenrollen werden met de jaren onbeduidender en bleven ééndimensioneel. Sexualiteit was het enige facet van de vrouwelijke persoonlijkheid dat aan bod kwam en sex — klinisch, gevoelloos, gealiëneerd en gewelddadig — werd het hoofdthema van de moderne film.

Haskell beschouwt het decennium dat een aanvang nam in 1963 als de somberste periode in de filmgeschiedenis wat betreft de rol en de plaatsing van de vrouw. Terwijl de sterkte en de sociale invloed van de vrouwenbeweging gestaag toenamen, verkondigde de cinema de boodschap dat het een mannenwereld is, waarvan vrouwen zo goed als uitgesloten werden. De commerciële cinema gaf uitdrukking aan deze reactionaire stellingname via de verheerlijking van de macht van de man en machismo gekoppeld aan geweld tegen, en exploitatie, van de vrouw. Volgens Haskell vertegenwoordigen de jaren '60 en '70 inderdaad «a man's decade in film» (9). In deze context wordt de notie geïntroduceerd van de regisseur-auteur — een figuur die naar voren trad tijdens een periode waarin film de transformatie onderging van ontspanningsmedium naar kunstvorm, van «the classical, narrative framework and team product to the creation of a single artist» (10). Het is aan de hand van de auteurtheorie, i.e. de perceptie van film als een kunstwerk gecreëerd door de (mannelijke) regisseur, dat de filmische gerichtheid op de man en de enge, in essentie door mannen gedefinieerde visie op de vrouw geïnterpreteerd worden. In het merendeel van de Anglo-Amerikaanse films van de jaren '60 en '70 wordt de hoofdrol gespeeld door een mannelijke protagonist, die vaak het alter-ego van de regisseur vertegenwoordigt. Dit hoofdpersonage wordt voorgesteld als gealiëneerd en het slachtoffer

van de wreedheden van het middenklasse leven: werk, succes en huwelijk. De vrouw symboliseert het kwaad. Zij tracht de man terug te brengen in de hypocriete samenleving, die juist de bron is van zijn aliënatie.

Een ander kenmerk van de moderne film, dat parallel loopt met de gerichtheid op de mannenwereld, de nadruk op sex en de algemene verachting voor huwelijk (en moederschap) is de verheerlijking van de jeugd — een fenomeen dat, volgens Rosen, heelwat oudere actrices gedwongen heeft zich vroegtijdig uit de industrie terug te trekken. Het is echter de verschijning van de «vrouwelijke» held — een ontwikkeling naar analogie met de androgynie van de anti-vrouwelijke rock cultuur — die erin geslaagd is vrouwen nagenoeg helemaal uit te drijven. Ongeacht de implicatie van een liberalisering en een samenkomen van de seksen, is androgynie in film uitsluitend geassocieerd met het mannelijk geslacht. De gevoelige «vrouw»-man keert zich niet tot de vrouw, maar tot een spiegelbeeld van zichzelf. Het andere extreem is de verheerlijking van geweld en machismo, wat door Haskell geïnterpreteerd wordt als een reactie zowel op de «vrouwelijke» held als op de vrouwenbeweging, «suggesting a backlash in which middle-class men, fearful of their eroding masculinity, take refuge in the supermale fantasies of Goebbels and Don Corleone» (11).

De filmrollen toebedeeld aan vrouwen tijdens de laatste tien jaren kunnen derhalve beschreven worden als perifeer in het gunstigste geval, onbestaand in het slechtste geval, of zuiver seksueel. Deze toenemende trivialisering van vrouwelijke filmrollen wordt zowel door Haskell als door Rosen in verband gebracht met de ineenstorting van het studio- en stersysteem onder impact van de televisie. Volgens Haskell ging de opkomst van de televisie gepaard met een aanzienlijke schaalverkleining van de filmproductie, en bijgevolg een gevoelige vermindering van de werkgelegenheid. Vrouwenrollen werden niet alleen schaars, maar, wegens de statusverheffing van de (hoofdzakelijk mannelijke) regisseurs tot super-artiesten, ook meer en meer inhoudelijk bepaald vanuit een mannelijke visie. Rosen legt de nadruk op veranderingen in de omvang en de samenstelling van het filmpubliek. De filmindustrie trachtte het verlies te recupereren via winstgevende formules hoofdzakelijk gericht op de

meest frekwente bioscoopgangers, nl. jongeren en mannen. De blaam voor het gebrek aan positieve vrouwelijke rolmodellen berust evenwel niet alleen, en niet hoofdzakelijk bij de televisie. In de visie van Rosen en Haskell ligt de schuld in eerste instantie bij de mannelijke regisseurs en de filmindustrie als dusdanig.

Volgens Haskell, bij voorbeeld, geven bepaalde cineasten openlijk blijk van vrouwenhaat, en fungeert de Amerikaanse filmindustrie als dusdanig als een gewillig propaganda-instrument ter versterking van «de grove leugen» dat vrouwen ondergeschikt zijn aan mannen.

Van Joan Mellen, auteur van «Women and Their Sexuality in the New Film», wordt gezegd dat ze een scherpere politieke visie heeft op het feminisme en op de kwestie van de opbouw van een feministische cinema. Vandaar dat tegenwoordigers van de filmtheoretische richting enigszins positiever staan tegenover haar werk vergeleken bij de twee hoger geciteerde studies. De auteur blijft echter evenzeer in gebreke wat betreft een soliede theoretische basis van waaruit een feministische cinema kan ontwikkeld worden en is dus uiteindelijk vatbaar voor dezelfde kritiek (12). Ofschoon Mellen's benadering blijk geeft van een beter begrip van de relatie tussen film en de ruimere sociale context, gebruikt ze dezelfde terminologie als Haskell en Rosen («degeneration», «diminished creatures») in haar beschrijving van het vrouwbeeld in de moderne film. Evenals deze auteurs beschouwt zij de films van de jaren '40 als een hoogtepunt wat betreft het beeld van de vrouw. Mellen legt een direct verband tussen de filmvoorstelling van vrouwen als sterke en onafhankelijk individuen tijdens de oorlogsjaren («unequaled since») en de socio-economische condities («capitalism in temporary crisis»), die vrouwen ertoe verplichtten te leven zonder, of tenminste onafhankelijk van mannen (13). Waar Rosen en Haskell ambivalent zijn in hun evaluatie van de Europese cinema — vrouwenrollen in de Europese film worden enerzijds beschreven als superieur qua belang, diepte en realisme, maar zijn anderzijds in sterkere mate bepaald door de (mannelijke) visie van de cineast —, ziet Mellen geen verschil tussen Europa en Amerika, socialisme en kapitalisme, wat betreft het vrouwbeeld in de film. Vandaar haar stelling dat «the present power of the bourgeoisie dic-

tates the current image of women in most of international cinema» (14). Mellen ziet het «ontaarde» vrouwenbeeld in de hedendaagse film als een manifestatie van de aftakeling van de traditionele waarden en instellingen en meer bepaald van de ondermijning van het gezin als de hoeksteen van de maatschappij. Recente ontwikkelingen in de voorstelling van vrouwen, nl. het feit dat het traditionele beeld van de (asexuele) huisvrouw meer en meer de plaats moet ruimen voor dat van de — meestal alleen op het vlak van de seksualiteit — «vrije» vrouw, wijzen op een reactie in de zin van co-optatie van het nieuwe bewustzijn van de vrouwenbeweging. Sexuele vrijheid voor de vrouw, in de versie van de moderne cinema, impliceert emotionele leegte, desintegratie en aliënering: onafhankelijkheid betekent afwezigheid van de band met haard en huwelijk, de traditionele bron van geluk, innerlijke vrede en natuurlijke bevrediging voor de vrouw. Zodoende slaagt de cinema erin lippendienst te bewijzen aan de vrouwenbeweging en tegelijkertijd, gezien de afwezigheid van positieve alternatieven, de oude waarden te re-affirmeren. Dit geldt evenzeer voor de minderheid van vrouwelijke cineasten en scenarioschrijvers, die momenteel werkzaam zijn in de industrie. Hun bijdrage is evenzeer beperkt gebleven tot de vaststelling en registratie van wat de samenleving vrouwen heeft aangedaan. Ofschoon de auteur zich aansluit bij de algemene oproep voor een toename van het aantal vrouwen op alle niveaus, is zij er niet van overtuigd dat de aanwezigheid van vrouwen automatisch een evenwichtiger vrouwenbeeld garandeert. Het feit dat vrouwenrollen gecreëerd door vrouwelijke cineasten evenzeer in gebreke blijven wat betreft «resiliency, forcefulness, imagination or talent» (15) wijst erop dat vrouwelijke zowel als mannelijke kunstenaars onderworpen zijn aan de prevalerende normen binnen de filmindustrie en de ruimere sociale context. Evenals haar collega's-critici zoekt Mellen haar «geïsoleerde momenten», uitzonderingen op het patroon. Voorbeelden hiervan zijn te vinden, zij het infrekvent, in films waarin de cultuur en haar instellingen ontmaskerd worden als de bron van de «beschadigde» persoonlijkheid van de vrouw. Voor Mellen volstaat het niet dat de film de vrouw centraal stelt, maar dient er een verband gelegd te worden tussen de psychologie van de vrouw en de structuur van een maatschappij, die vrouwen

onderdrukt en die de mythe van de ondergeschiktheid van de vrouw geïnstitutionaliseerd heeft. Ter illustratie verwijst de auteur naar de genuanceerde voorstelling van vrouwen in enkele uitzonderlijke films van de laatste jaren die kunnen ondergebracht worden in de categorie van de zogenaamde vrouwenfilms.

Volgens Molly Haskell, die uitvoeriger ingaat op dit fenomeen, vertegenwoordigt de vrouwenfilm een bepaald, zij het inferieur geacht genre in de geschiedenis van de film, dat een hoogtepunt beleefde in de jaren '40 (16). Moderne afspiegelingen van dit genre stellen vrouwenfiguren centraal, die weliswaar sympathiek worden voorgesteld, maar die geen bevredigend alternatief kunnen vinden voor romantiek, huwelijk en moederschap. Het feit dat deze vrouwen een relatie die geen voldoening schenkt definitief afwijzen, zelfs indien ze niets in de plaats kunnen stellen, is volgens Haskell evenwel een meer accurate weerspiegeling van de tijdgeest dan de voorstelling van geweld als een uitlaat voor frustratie. Liefde is nog steeds het hoofdthema van de vrouwenfilm. De implicatie is, zoals de term zelf suggereert — door het feit dat films die handelen over de vrouw en haar emotionele problemen gegroepeerd worden in een aparte en minderwaardige categorie, gescheiden van films die relaties tussen mannen behandelen zonder het etiket «mannenfilms» opgeplakt te krijgen —, dat vrouwenaangelegenheden duidelijk verschillend zijn van wat de man aanbelangt. Het feit dat de vrouw in de hedendaagse vrouwenfilm uiteindelijk de voorkeur geeft aan alleen-zijn boven en onbevredigende man-vrouw relatie wijst erop dat de kloof tussen de seksen wijder is dan ooit tevoren in de geschiedenis van de film. Alleen buiten de industrie, in de onafhankelijke film (en tot op zekere hoogte in de Europese film) vindt Haskell «anything that could call itself a woman's cinema» (17). Het is in deze context dat de drie auteurs het hebben over de films «emerging from and about the political mainstream of the women's movement» (18). Mellen evenwel verwerpt deze films als documentaires, die waarde hebben als instrumenten in het «consciousness-raising»-proces, maar «which have yet to become part of the art film» (19). Zoals Haskell en Rosen beperkt Mellen haar studie tot de narratieve fictionele film, «on the not always articulated as-

sumption that the fictional mode is a more effective vehicle for the unconscious, the subterranean, the reflective and emergent social and psychic impulse» (20). Het is precies omdat ze totaal betrokken zijn op de narratieve kunstfilm en kwesties zoals fictioneel vs. documentair, narratieve vormen en de situatie van de kijker volledig terzijde laten dat deze auteurs er niet in slagen een coherente visie op feministische filmanalyse en productie te formuleren. De waarde van deze en gelijkaardige studies, hoe onvolmaakt en onvolledig deze ook mogen lijken vergeleken bij de nieuwere ontwikkelingen, ligt in het pionierswerk dat ze leverden op het vlak van feminisme en filmkritiek.

Ontwikkelingen in de richting van een feministische cinema

De nieuwe benaderingen van feministische filmanalyse, die thans in een min of meer gevorderd ontwikkelingsstadium zijn, vinden hun oorsprong in de ontoereikendheid van rollenstudies zoals hoger geïllustreerd op het vlak van de opbouw van een feministische cinema. De verbinding van filmanalyse met de praktijk van het maken van films is de voornaamste bekommernis van de filmtheoretische richting. Wat deze school, ontstaan in Groot-Brittannië, beoogt is (a) de formulering van een theorie gebaseerd op een grondige studie van het filmmedium; (b) de bepaling van een feministische benadering op deze basis; (c) het onderzoek van de relaties tussen cultuur, ideologie, het bewuste en onbewuste, kunstenaar en kunstwerk, en het effect van dit alles op de voorstelling van vrouwen in film. (21) De ontwikkeling van deze benadering vond plaats binnen de intellectuele context rond «The New Left Review», het tijdschrift «Screen» en de afdeling Education van het British Film Institute. Het denken van deze kerngroep werd sterk beïnvloed door onder meer de Franse structuralisten Claude Lévi-Strauss en Roland Barthes, de interpretatie van Freudiaanse psycho-analyse door Jacques Lacan, Juliet Mitchell's «Psychoanalysis and Feminism», Marx en de reïnterpretaties van Marx door Louis Althusser.

Ofschoon de verschillende theorieën ontwikkeld in deze context met elkaar gemeen hebben dat ze telkens een bijdrage leveren tot de opbouw van een systematische wetenschap van de film en zijn werking, staan ze nog steeds los van

elkaar. Een feministische filmtheorie als dusdanig is momenteel nog in het stadium van ontwikkeling. De geschriften die in de onderstaande tekst behandeld worden geven uitdrukking aan divergerende standpunten en vormen als zodanig slechts gedeeltelijke bijdragen tot een filmtheorie in opbouw. Zoals gezegd kunnen de theoretische en methodologische innovaties in feministische filmkritiek beschouwd worden als een reactie op de inhoudsanalytische benadering vertegenwoordigd door auteurs zoals Haskell, Rosen en Mellen. In een commentaar op deze werken door Place & Burton (22) wordt feministische filmkritiek een drievoudige taak opgelegd: een historisch-economische analyse van de maatschappelijke structuren, het onderzoek van de relatie tussen kunst en ideologie, de studie van de relatie tussen inhoud en vorm, en meer bepaald van de subversieve mogelijkheden van de visuele filmtaal t.o.v. de ideologie die dominant is op het narratieve vlak. Vooral de relatie tussen visuele en narratieve stijl wordt benadrukt. Het is precies op dit vlak dat hogervernoemde auteurs tekort schieten. Daarom verwerpen Place & Burton hun conclusie dat de films van de jaren '40 een hoogtepunt vormen wat betreft het vrouwenbeeld in de cinema, ofschoon ze toegeven dat bepaalde films uit deze periode inderdaad opvallend progressief zijn op het vlak van de inhoud. De jaren 50 die door Rosen, Haskell en Mellen gebrandmerkt worden als uitermate sexistisch, vertegenwoordigen volgens Place & Burton juist een bijzonder interessante periode in de filmgeschiedenis. Ter illustratie worden de melodrama's geregisseerd door Douglas Sirk geciteerd. In deze films worden de traditionele waarden — romantische liefde als de ultieme ervaring, het cruciale belang van het gezin, de vrouw als echtgenote en moeder — ogenschijnlijk bevestigd. De werking van de visuele vorm fungeert evenwel als kritiek op de ideologie verkondigd op het vlak van het verhaal.

Evenals Place & Burton stelt Johnston, in een kritiek op de werken van Rosen, Haskell en Mellen (23), de vraag centraal welke richting feministische filmanalyse dient uit te gaan. Johnston's specifieke bijdrage ligt echter in het verband dat zij legt tussen filmkritiek en de opbouw van een feministische cinema. Haar voornaamste bezwaar tegen inhoudsanalytisch-geïnspireerde studies is dan ook dat deze werken totaal in gebreke blij-

ven in dit opzicht en m.b.t. de plaats van vrouwelijke cineasten in de filmgeschiedenis tengevolge van een totaal gebrek aan belangstelling voor, en begrip van de werking van de formele filmstijl. Johnston's persoonlijke visie is sterk geïnspireerd door de auteurtheorie, psycho-analyse en de werken van Lévi-Strauss en Juliet Mitchell. Vanuit deze achtergrond ziet Johnston de analyse van filmtekstconstructie, voorstelling en betekenisvorming als de basis voor de ontwikkeling van strategieën voor de opbouw van een feministische cinema. Tekstconstructie en betekenisvorming worden beschouwd als processen waarin zowel de kijker als de cineast participeren. Een opvatting van film als de uitdrukking van de ideologische positie van de regisseur/auteur wordt dus verworpen. Gesteld wordt dat de cineast werkt met «the rules and meanings generated by 'classic Hollywood cinema', which still provide the dominant codes in which films are read» (24).

Essentieel zowel in de constructie als in de interpretatie van de filmtekst is «the unconscious system of representation which orders culture and through which works of art are rendered comprehensible» (25). In dit verband steunt Johnston op Levi Strauss' notie van het verwantschapssysteem dat communiceert via de uitwisseling van vrouwen — één van de drie niveaus waarop sociale communicatie plaatsgrijpt —, en op Juliet Mitchell's stelling dat onze cultuur vrouwen nog steeds op de eerste plaats definieert binnen het verwantschapssysteem. In deze zin is de voorstelling van vrouwen in de kunst, en dus in de film, een boodschap of een teken dat wordt overgebracht binnen de patriarchale cultuur i.p.v. een sociologisch thema. Deze opvatting van de werking van de filmtekst dient vervolgens gesitueerd te worden in de context van de socio-economische en politieke condities op het ogenblik van de productie. Deze rudimentaire theorie wordt verder uitgewerkt in twee publikaties, waarvan Claire Johnston de redactie verzorgde (26). In hun respectieve artikels gewijd aan Dorothy Arzner (27) stellen Johnston en Cook dat het werk van deze vrouw betekenis heeft voor een feministische cinema, niet omdat een vrouwelijk perspectief prevaleert, maar vooral omdat deze films, ofschoon gemaakt binnen het systeem van Hollywood en dus onderworpen aan de dominante patriarchale ideologie, formele middelen gebruiken om deze ideologie te

hekelen en in diskrediet te brengen. In een eerder gepubliceerd werk (28) geeft Johnston strategieën aan voor de opbouw van een feministische cinema. Opnieuw wordt er gerefereerd naar de technieken gebruikt door Dorothy Arzner en Ida Lupino om seksisme en de verdrukking van de vrouw aan de kaak te stellen. Het hoofdthema van dit artikel is echter de wijze waarop de cinema mythen over de vrouw incorporeert. De auteur verwerpt de algemeen aanvaarde opvatting dat de ontwikkeling van vrouwenstereotypen een bewuste strategie was van de filmindustrie. De steroypering van vrouwen wordt teruggebracht tot de beginperiode van de film. Gefixeerde iconografie — een bepaald soort teken of cluster van tekens gebaseerd op specifieke conventies binnen het Hollywood-genre — werd in die tijd geïntroduceerd om het bioscooppubliek te helpen bij de interpretatie van de film. Dit geeft evenwel geen afdoende verklaring voor het feit dat mannenrollen door de geschiedenis heen veel meer gedifferentieerd zijn in vergelijking met vrouwenrollen. De oorzaak hiervan dient volgens Johnston gezocht te worden in de ideologie van het seksisme per se en het feit dat vrouwen worden voorgesteld als eeuwig en onveranderlijk, terwijl de man in de tijd gesitueerd wordt. Hier introduceert de auteur het concept van de mythe als de betekenaar van de ideologie, de voornaamste functie van vrouwen in de film. Als betekenaar van de overheersende ideologie brengt de mythe de (seksistische) ideologie over, maakt ze onzichtbaar en daarom «natuurlijk». In deze zin is de steroypering van vrouwen in de film uitgegroeid tot een conventie met de connotatie van realisme. Een dergelijke opvatting impliceert dat een sociologische analyse van vrouwenrollen in de film — i.e. een «realistisch» interpretatie — onaanvaardbaar wordt geacht. Seksisme, en een door mannen gedomineerde cinema stellen de vrouwen niet voor als zichzelf voorstellend, maar als wat zij betekent voor de man. Het concept van de vrouwelijke filmster, i.c. Mae West, wordt aangevoerd om dit punt te illustreren, nl. dat een visie van het filmbeeld van de vrouw als een teken binnen het seksisme als de dominante ideologie leidt tot een repressie van het beeld van de vrouw als vrouw. Mae West's parodie van het sterrensysteem en haar verbale agressie wordt meestal geïnterpreteerd als een poging om de man-

HET BELANG VAN LIMBURG

het grootste regionale
dagblad in België,
dagelijks gelezen door 73 %
van de Limburgse dagbladlezers.
Dagelijks aktueel
een eigen visie op de regionale,
nationale en internationale
aktualiteit

Herckenrodesingel 10, 3500 Hasselt
Tel. 011-25.09.11
Telex: 39034 Belimb. Hass.

HET BELANG VAN LIMBURG

PRIJS: 12 FR. BTW 811-25 09.11 VRIJDAG 11

**Super
dinsdag
23,30 fr.**

Ook stookolie
fors omhoog

De stookolieprijzen worden
aanhoudend beïnvloed. Dinsdag
pakt de prijs van de opge-
ruimde en voorwaarde 5,76
% hogere en bereikt een prijs
van 23,30 frank.

Vanaf de 15 oktober voor be-
voorziening wordt maximaal 10
ton per 100 kg voort van 10
frank.

Voorts de opbrengst van
de 24,48 frank per ton van
de opgebruikte brandstoffen
van de Vlaamse Staat.

De Vlaamse Staat zal de
opbrengst van de opgebruikte
brandstoffen van de Vlaamse
Staat terugbetalen aan de
opgebruikers van de Vlaamse
Staat.

Super brandolie 23,30
Stookolie 23,30
Opgebruikte brandstoffen 23,30
Opgebruikte brandstoffen 23,30
Opgebruikte brandstoffen 23,30
Opgebruikte brandstoffen 23,30

«Geen nieuw statuut Voer» Martens verwerpt franstalige eis en Gramme verdedigt zijn beleid

De Raad van Vlaamse Staten heeft
vandaag de Franstalige eis
verwerpt. De Vlaamse Staten
willen geen nieuw statuut
voor de Franstalige
gemeenschappen. De Vlaamse
Staten willen de Franstalige
gemeenschappen in de
Vlaamse Staten opnemen
als een van de Vlaamse
gemeenschappen. De Vlaamse
Staten willen de Franstalige
gemeenschappen in de
Vlaamse Staten opnemen
als een van de Vlaamse
gemeenschappen.



**PEER : BANK
OVERVALLEN**

...ers met

Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd Epidemie van bom-meldingen

De Vlaamse scholieren te Brussel
worden bedreigd door een
epidemie van bom-meldingen.
De Vlaamse scholieren te Brussel
worden bedreigd door een
epidemie van bom-meldingen.
De Vlaamse scholieren te Brussel
worden bedreigd door een
epidemie van bom-meldingen.

COMMUNICATIE 10 (1980) Nr. 1

nelijke dominantie in de film tegen te gaan. Johnston daarentegen ziet de ster als fetisj — «the collective fantasy of phallocentrism» — een visie die resulteert in een totaal andere interpretatie, nl. versterking i.p.v. tegenwerking van de seksistische mythen. Mae Wests mannenstem, bijvoorbeeld, symboliseert volgens Johnston de afwezigheid van de vrouw, waardoor een man/niet-mannelijk- eerder dan een man/vrouwdichotomie tot stand gebracht wordt. Een andere voorbeeld in Sternbergs «Morocco», een film met een vrouw als hoofdpersonage: om de man als centrale figuur te laten fungeren in een film die gestructureerd is rond het beeld van de vrouw dient de vrouw als sexueel en sociaal wezen verdrongen te worden en de man-vrouw oppositie ontkennd.

In haar studie van het werk van Dorothy Arzner onderzoekt Johnston de relatie tussen film en de patriarchale ideologie van het klassieke Hollywood. In dit geval gaat het echter om «progressieve» films van het klassieke patroon in de zin dat de mechanismen van verplaatsing, contradictie en subversie, die door Arzner worden gebruikt, resulteren in een kritiek op de dominante ideologie. Het systeem van strategieën in het oeuvre van Arzner in zijn geheel beschouwd is gebaseerd op het gebruik van de discours van de vrouw als het voornaamste structurerend element om de dominante discours, die van de man, te herschrijven. Het gevolg hiervan is dat de discours van de man niet langer kan functioneren als de dominante discours. In de films geregisseerd door Dorothy Arzner wordt de verdringing van de discours van de man doorgezet tot het uiterste. Dit betekent een overwinning op zichzelf, ondanks het feit dat de discours van de man uiteindelijk triomfeert. Zo wordt systematisch verzet geboden tegen de notie van eenmaking of man en vrouw als elkaars complement, traditioneel belichaamd in de «happy ending» van het klassieke Hollywood genre. Een andere techniek is de studie van de vrouw als spektakel in de patriarchale samenleving, of het opzettelijk gebruik van vrouwenstereotypen, waarvan de mythische eigenschappen tegelijkertijd fungeren als een soort kortschrift voor, en als dusdanig als een kritiek op de ideologische traditie. De betekenis van films waarin dergelijke technieken aangewend worden, voor de opbouw van een feministische cinema, ligt volgens Johnston niet in hun revolutionair karakter, vermits ze er niet in

slagen de contradicties op te lossen, maar in het probleem dat zij stellen, nl. de ontwikkeling van een nieuwe filmtaal.

In een artikel gewijd aan hetzelfde onderwerp plaatst Pam Cook het belang van Arzners formele technieken in het feit dat zij «the forms of cinematic representation through which ideology attempts to fix our place for us» in vraag stellen. Cooks benadering van Arzner houdt een fetisjistische interpretatie in: zij behandelt de problematiek van de vrouw als spektakel en het verband met de voyeuristische positie van de kijker. Het klassieke Hollywood systeem van filmische voorstelling plaatst de kijker in een welbepaalde, gesloten relatie tot de film — een situatie die sterk aanleunt bij voyeurisme en die verband houdt met de plaats van de vrouw in dit systeem, nl. als spektakel.

Het is precies hierover dat Laura Mulvey het heeft in een artikel handelend over de relatie tussen het beeld van de vrouw als spektakel en illusionisme als het voornaamste betekenisstelsel in de patriarchale cinema van het klassieke Hollywood (29). Evenals Johnston en Cook gaat Mulvey uit van de structuralistische notie dat de ideologie onzichtbaar is en slechts onthuld kan worden door de structuur te ontleden waarvan ze deel uitmaakt. De studie van de codes van de patriarchale cinema is dus de eerste stap in de ontwikkeling van een feministische cinema, die in essentie een tegen-cinema is. Steunend op psychoanalytische theorieën betoogt Mulvey dat de codes van de narratieve fictionele film, die typerend is voor het Hollywood genre, gebaseerd zijn op de succesvolle manipulatie van visueel genot. Een eerste soort genot dat de cinema te bieden heeft houdt verband met het Freudiaanse concept scopofilia of kijkgenot per se, dat later geassocieerd werd met het gebruik van een ander persoon als voorwerp van seksuele stimulering door visuele waarneming. Kijkgenot is een fundamenteel verlangen waaraan voldaan wordt door een verhaalstructuur die een gesloten wereld voorstelt, en door de voyeur-situatie van de kijker, waardoor hij/zij de indruk heeft binnen te treden in een privé-wereld. Een tweede vorm van genot wordt ontleend aan de filmische gerichtheid op de menselijke gedaante. In dit geval vermengt het verlangen om te kijken, dat een scheiding van het object op het scherm impliceert, zich met geboeidheid door de identificatie met het film-

personage. Naar analogie met de verhouding tussen de seksen in de maatschappelijke orde in kijkgenot gesplitst in actief/mannelijk en passief/vrouwelijk. De vrouwelijke verschijning in de film, gecodeerd voor sterke visuele en erotische impact, connoteert «to-be-looked-at-ness». Zij wordt tentoongesteld als een seksueel object functionerend op twee niveaus: als erotisch object voor de filmpersonages en voor de kijker. Het perspectief is telkens dat van de man. Volgens Mulvey structureert dit principe de narratieve conventies: de vrouw als spektakel wordt bevestigd door de voorstelling van de man als degene die de actie controleert. Het gebruik om een film te structureren rond één (mannelijke) hoofdfiguur, met wie de kijker zich identificeert en wiens blik de kijker overneemt, vergroot de macht van de man. Vanuit de psychoanalyse krijgt de figuur van de vrouw echter een diepere betekenis. Wegens de connotatie van seksueel verschil roept het beeld van de vrouw de dreiging van castratie op, en dus het tegendeel van genot. Het onderbewustzijn van de man heeft vervolgens de keuze tussen twee ontsnappingsmogelijkheden: voyeurisme («pre-occupation with the reenactment of the original trauma-investigating the woman-, counterbalanced by the devaluation, punishment or saving of the guilty object») of fetisjistische scopofilia («disavowal of castration by the substitution of a fetish object or turning the represented figure itself into a fetish so that it becomes re-assuring rather than dangerous - hence, overvaluation, the cultus of the female star»). Het gebruik van deze mechanismen wordt gedemonstreerd aan de hand van films geregisseerd door Hitchcock en Sternberg.

De auteur besluit haar uiteenzetting met suggesties voor het doorbreken van het voyeuristische-scopofilische perspectief, dat de essentie is van het traditionele kijkgenot. Een eerste voorwaarde is de erkenning van de aanwezigheid van de camera, waardoor de blik van de kijker losgemaakt wordt. De narratieve filmconventies trachten de tussenkomst van de camera te verdoezelen om een overtuigende wereld te kunnen creëren waarin de protagonist optreedt als een surrogaat voor de kijker. Tegelijkertijd wordt de blik van de kijker ontkennd en, zoals de blik van de camera, ondergeschikt aan het perspectief van de personages binnen de illusie op het scherm. Het fetisjerings-

mechanisme belet het beeld van de vrouw dat, wegens de dreiging van castratie, de eenheid van de diegesis in gevaar brengt, de illusie te verstoren door de castratie-angst te verdringen, de kijker te fixeren en zodoende de distantiëring van het publiek te verhinderen.

Naome Gilberts bijdrage tot de opbouw van een feministische cinema getuigt van een totaal andere inspiratie dan de structuralistische/psycho-analytische richting. Haar studie, getiteld «To Be Our Own Muse: The Dialectics of a Culture Heroïne» (30), sluit aan bij de sociologische benadering van het Amerikaanse tijdschrift «Women and Film», waarin ze oorspronkelijk verscheen. Naar analogie met marxistische sociale analyse legt Gilbert een verband tussen het beeld van de vrouw in de Westerse mythologie en haar uitsluiting als Creatieve kracht van de wereld van de kunst enerzijds, en de sociale realiteit waarin vrouwenwerk van louter reproductieve aard is, «als logisch gevolg van de consensus dat mannenwerk productief en creatief is», anderzijds. Vandaar dat vrouwen een eigen kunst moeten creëren teneinde het door mannelijke vrees en verlangens bepaalde vrouwbeeld te kunnen overstijgen. Dit nieuwe vrouwbeeld wordt getekend aan de hand van een aantal films die gegroepeerd worden in drie categorieën corresponderend met de drie fasen van het dialektisch model, dat culmineert in «een nieuwe karakterisering van de vrouw waarmee een vrouwelijk publiek zich sociaal geïdentificeerd kan voelen».

Voorbeelden van de eerste of negatieve fase zijn «Wanda» (Barbara Loden), «Cléo de 5 à 7» (Agnes Varda) en «The Lizards» (Lina Wertmuller). De vrouw wordt hier voorgesteld als wat zij betekent voor de man of, bij gebrek aan een mannelijk personage om haar te definiëren, totaal zonder imago. Deze films bieden geen alternatief voor de traditionele rol van de vrouw. De tweede groep, die twee Hongaarse, een Tsjechoslowaakse en een Duitse (pre-Nazisme) film omvat, alle vier door vrouwen geregisseerd, illustreert het tweede sta-

dium, dat van de antithese. Het thema hier is «de vrouw in strijd» in tegenstelling met de afwezigheid van strijd in de films behorend tot de eerste categorie. Ofschoon een evolutie merkbaar is, slagen de protagonisten er nog niet in hun situatie het hoofd te bieden. Er wordt geen oplossing in het vooruitzicht gesteld. Het beeld van de vrouw blijft ambivalent: enerzijds vrijheid en onafhankelijkheid, anderzijds gebondenheid door de traditionele mythen. De laatste fase van de dialectiek, het moment van de synthese, geïllustreerd door Liliana Cavani's «The Year of the Cannibals» en twee films van Nelly Kaplan, «La Fiancée du Pirate» en «Papa Les Petits Bateaux», stelt de nieuwe cultuurheldin voor, die erin slaagt zowel de mythen van de vrouw bepaald door haar relatie met de man te overstijgen als de eigenschappen van de mannelijke held te ontkennen.

Besluit

Uit bovenstaande tekst, zowel qua structuur als inhoud, blijkt duidelijk dat er momenteel (nog) geen sprake is van een coherente feministische benadering van film. Typerend voor de huidige stand van het onderzoek rond het thema feminisme en cinema is het gebrek aan consensus, zowel wat betreft de analysemethode als wat betreft de theoretische basis voor de studie van het vrouwbeeld in de film. Het enige punt waarop de theoretisch georiënteerde critici het eens zijn is de onaanvaardbaarheid — methodologisch en op het vlak van de bereikte conclusies — van de traditionele rollenstudies. Beide stromingen blijven evenwel naast elkaar bestaan, ofschoon de structuralistisch/psycho-analytisch geïnspireerde richting klaarblijkelijk veld wint.

(1) Het Britse pionierwerk dat de weg bereidde voor structuralistisch/psycho-analytisch geïnspireerde filmanalyse, heeft intussen elders navolging gevonden, o.a. in de V.S.A., waar feministische filmcritici aanvankelijk sterk steunden op inhoudsanalyse.

(2) JOHNSTON, C.: *Feminist Politics and Film History*, in *Screen*, vol. 16, 3, Autumn 1975, p. 115.

(3) ROSEN, M.: *Popcorn Venus, Women, Movies and the American Dream*, New York, 1973.

MELLEN, J.: *Women and Their Sexuality in the New Film*, New York, 1973.

HASKELL, M.: *From Reverence to Rape. The Treatment of Women in the Movies*, New York, 1974.

(4) De term seksisme, naar analogie met racisme, verwijst naar het in vraag stellen van de veralgemening van de waarden, doelstellingen en strategieën van de dominante sociale groep, i.c. mannen, tot alle leden van de samenleving.

Bron STOLL, C.S. (ed.): *Sexism: Scientific Debates*, Reading (Mass.), 1973, p. 1.

(5) KAPLAN, E.A.: Interview with British Cine-Feminists, in KAY, K. & PEARY, G. (eds.): *Women and the Cinema. A Critical Anthology*, New York, 1977, p. 54.

(6) JOHNSTON, C.: Op. Cit., in *Screen*, p. 121.

PLACE, J. & BURTON, J.: *Feminist Film Criticism*, in *Movie*, 22, Spring 1976, p. 59.

(7) KAY, K. & PEARY, G. (eds): *Op. cit.*, p. XVI

(8) ROSEN, M.: *Op. cit.*, p. 341

(9) HASKELL M.: *Op. cit.*, p. 330

(10) *Ibid.*

(11) *Ibid.*, p. 361

(12) JOHNSTON, C.: *Op. cit.*, in *Screen*, pp. 120-121

PLACE, J. & BURTON, J.: *Op. cit.*, p. 55.

(13) MELLEN, J.: *Op. Cit.*, pp. 27/18

(14) *Ibid.*, p. 24

(15) *Ibid.*, p. 30

(16) HASKELL, M.: *Op. cit.*, pp. 153-188.

(17) *Ibid.*, p. 379

(18) ROSEN, M.: *Op. cit.*, p. 364

(19) MELLEN, J.: *Op. cit.*, p. 48

(20) PLACE, J. & BURTON, J.: *Op. cit.*, p. 55.

(21) KAPLAN, E.A.: *Op. cit.*, p. 406

(22) PLACE, H. & BURTON, J.: *Op. cit.*

(23) JOHNSTON, C.: *Op. cit.*, in *Screen*.

(24) *Ibid.*, p. 122.

(25) *Ibid.*, p. 123

(26) JOHNSTON, C. (ed.): *Notes on Women's Cinema*, Screen Pamphlet 2, London, 1973.

JOHNSTON, C. (ed.): *The Work of Dorothy Arzner. Towards a Feminist Cinema*, London, 1975.

(27) JOHNSTON, CL: Dorothy Arzner: Critical Strategies, in JOHNSTON, C. (ed.): *Op. cit.*, 1975, pp. 1-8.

COOK, P.: Approaching the Work of Dorothy Arzner, in JOHNSTON, V. (ed.): *Op. cit.*, 1975, pp. 9-18.

(28) JOHNSTON, C.: Women's Cinema as Countercinema, in JOHNSTON, C. (ed.): *Op. cit.*, 1973, pp. 24-31.

(29) MULVEY, L.: Visual Pleasure and Narrative Cinema, in KAY, K. & PEARY, G. (eds.): *Op. Cit.*, pp. 412-428.

(30) GILBERT, N.: To Be Our Own Muse: The Dialectics of a Culture Heroïne, in JOHNSTON, C. (ed.): *Op. cit.*, 1973, pp. 5-13.

Aan regionaal nieuws in de Vlaamse dagbladen is er tot hiertoe nog weinig aandacht besteed in de communicatiewetenschap. Als regio-journalist bij *Gazet van Antwerpen* werd Jos Huypens dagelijks geconfronteerd met de enorme nood aan wetenschappelijke gegevens over lokaal en regionaal nieuws in Vlaanderen. Eerst sporadisch, daarna meer en meer systematisch, begon hij aan het verzamelen van gegevens over de regio-journalistiek in Vlaanderen. Dit resulteerde in een doctoraal proefschrift (promotor Prof. Dr. L. Boone). In de rand van dit werk maakt hij in deze bijdrage enkele bedenkingen.

een onderzoek naar het hart van de krant? plaatselijke nieuwsfabriekjes in vlaanderen

jos huypens

De plaatselijke nieuwsfabriek is een bedrijfje zoals er een paar tientallen zijn in Vlaanderen en waar ongeveer 24 uren op 24 nieuws wordt gemaakt, geschreven en verwerkt. Soms zijn het zelfs maar onooglijke eenmansbedrijfjes.

Op de eerste plaats produceren deze fabriekjes krantennieuws voor regionaal gebruik. Artikels, reportages en nieuwtjes die elke dag 237 regionale bladzijden moeten vullen in de Vlaamse dagbladen. Nieuws dat meestal noch het radionieuws, noch de televisieberichtgeving haalt, maar dat toch door ongeveer 90% van de krantenlezers dagelijks wordt verslonden. Een cijfer dat heel wat hoger ligt dan bijvoorbeeld voor de binnen- en buitenlandse politieke berichtgeving, die «slechts» door 52% van de krantenkopers wordt gelezen.

De plaatselijke nieuwsfabriek is ook een erg productief bedrijfje. Niet minder dan 121 beroepsjournalisten — 30% van het aantal beroepsjournalisten bij de Vlaamse kranten — zorgen (weliswaar samen met een aantal deeltijdse medewerkers) voor 70% van het dagelijks aantal klaargestoomde redactionele bladzijden in de Vlaamse dagbladen. De communicatiewetenschap in ons land heeft het fenomeen van deze plaatselijke nieuwsbedrijfjes lange tijd totaal verwaarloosd. Nog steeds hoort men de opvatting dat een krant slechts een goed dagblad is in de mate dat zij het nationaal en internationaal — vooral politiek — nieuws weet te brengen; een intellectualistische opvatting, die ijverig gevoerd wordt door dagelijkse «overzichten van de Belgische pers», waar rubrieken, die door nauwelijks 10% van de dagbladkopers worden gelezen, uit-

voerig worden uiteengerafeld, vooral — en dikwijls haast uitsluitend — tot meerdere eer en glorie van de editorialisten, die deze rubriek volschrijven, en van de acteurs die er «mogen» in optreden. Dat men daarbij achteloos kon voorbijgaan aan de regionale berichtgeving, die van 15 tot 30% van de dagelijkse redactionele oppervlakte in een Vlaamse krant uitmaakt, is dan ook maar alleen vanuit deze optiek te begrijpen, te meer daar men zich niet kan verschuilen achter onwetendheid. In de buitenlandse wetenschappelijke literatuur noteert men op het ogenblik al ongeveer duizend bijdragen over het regionieuws.

Kloof

Bij de kranten was de groeiende belangstelling voor regionaal en lokaal nieuws de laatste jaren daarentegen opvallend. Meteen een bewijs van de grote kloof die er nog steeds bestaat tussen de communicatiewetenschap en de -praktijk. In het oog springende voorbeelden van de interesse van uitgevers voor het regionale nieuws zijn het stijgend aantal pagina's dat zowel aan politiek, cultureel en sociaal regionaal en lokaal nieuws, als aan het plaatselijk sportgebeuren wordt besteed; het steeds meer voorkomen van regionale gebeurtenissen op «algemene» bladzijden — bepaalde kranten maken er zelfs een erezaak van om elke dag een «regionaal» nieuwsfeit op de eerste bladzijde te brengen — en de investeringen in mensen en materiaal die deze kranten zich getroosten om de regionale en lokale berichtgeving in optimale omstandigheden te brengen.

Zelfs de dooernstige, internationaal zo gewaardeerde *Le Monde* ontsnapt niet aan deze tendens.

Tussen 1976 en 1979 groeide het regionaal gedeelte van alle Vlaamse kranten, behalve bij *Het Laatste Nieuws*. Nu is deze groei van het regionaal redactioneel volume geen absoluut gegeven. Ook technische elementen hebben deze uitbreiding in de hand gewerkt. Door het invoeren van grotere en snellere rotatiepersen werd het voor bepaalde kranten interessanter de bladzijden met plaatselijk nieuws voor verschillende aaneengesloten regio's samen te brengen in één drukeditie. Hierdoor kon het stilleggen van de gigantische persen 's avonds voor het inlassen van pagina's met ander regionaal nieuws tot een minimum beperkt worden, waardoor men later kon drukken, en tijd — en geld — kon winnen. Meteen kon men voor de — vooral potentiële — lezers uitpakken met indrukwekkende aantallen regionale bladzijden, alhoewel het aanbod voor een gemeente of streek eigenlijk niet veranderd was.

Andere kranten pakten het probleem totaal anders aan. Ze probeerden zoveel mogelijk min of meer interessante regionale nieuwsfeiten dermate op te vijzelen dat ze een plaatsje «waardig» waren op de algemene bladzijden. Op deze wijze kon het aantal echt regionale pagina's beperkt worden.

Wat echter ook de aanpak was, met het her-ontdekken van het regionaal nieuws deden ook de regionale advertentie- en promotiecampagnes hun intrede. Door het hoge aantal contactmogelijkheden voor een advertentie met een lezer was een regionale bladzijde immers een

ideale plaats voor het inlassen van advertenties.

Promotionele acties werden toegespitst op regio's, soms zelfs op dorpen en steden. Sommige kranten verlagen zich hierbij tot het uitbouwen van speciale bladzijden over een streek, enkel en alleen maar om een advertentieactie op te kunnen zetten bij de handel en nijverheid uit deze regio. De redactionele teksten bij een dergelijke actie dienen alleen maar om de advertenties wat op te fleuren en om de adverteerders hogere tarieven te kunnen aanrekenen vermits hun reclametekst wordt neergezet op een «redactionele» bladzijde. Het opzetten van dergelijke advertentieactie is trouwens geen exclusief voorrecht van het regionaal nieuws. Bepaalde tijdschriften bestaan er van.

Niet recent

Uit het voorgaande zou men kunnen afleiden dat het verschijnsel van het regionaal nieuws in kranten erg recent is. Niets is minder waar. Reeds in de 18de eeuw werden zowel in Groot-Brittannië als in Duitsland pogingen ondernomen om regionaal en lokaal nieuws in kranten in te lassen. Toch moet men tot het einde van de 19de eeuw wachten om lokale en regionale berichten systematisch aan bod te zien komen. In dorpen en kleine gemeenschappen volstond de mondelinge communicatie meestal om zich op de hoogte te houden van de gebeurtenissen die zich rondom de mens afspeelden. Het nieuws over de stormwind die heel wat schade aan bepaalde woningen had aangericht was veel sneller rondverteld dan een plaatselijke krant — die om de week verscheen — dit zou kunnen doen. Bovendien was er in deze gemeenschappen weinig of geen «groot» nieuws dat de moeite van het drukken waard was. «Too few men bit dogs», te weinig mensen beten daar honden.

In België houdt het ontstaan van regionaal nieuws in de bladen nauw verband met de politieke bewustwording van de massa. Omstreeks 1880-1890 zien heel wat lokale (week-) bladen het levenslicht, op een ogenblik dat het belangrijk werd om de massa politiek te (kunnen) geïnvoeden. Door het invoeren van het meervoudig stemrecht in 1893 werd het aantal stemgerechten meteen van 137.772 opgetrokken tot niet minder dan 1.370.687.

Een ander niet te onderschatten aspect voor de populariteit van de kranten was

echter het toenemend aantal kinderen dat de lagere school bezocht. In de tweede helft van de 19de eeuw liep het aantal analfabeten in ons land terug van 39% tot 10%.

De belangstelling voor het regionaal nieuws bleef latent aanwezig tot na de eerste wereldoorlog en werd mede veroorzaakt door de verstedelijking, waardoor naast een toenemende anonimiteit er ook een grotere lezerskring kwam op een beperkter gebied.

Na de eerste wereldbrand ontstond er een heropbloei voor het regionaal en lokaal nieuws, vooral door de opkomst van de elektronische media, die een heel stuk sneller (kunnen) zijn met hun berichtgeving dan de kranten.

Regionaal nieuws bleek voor vele dagbladen het enig overblijvend alternatief te zijn dat men na het invoeren van de elektronische media de lezers nog kon aanbieden. Radio en televisie konden (en kunnen) de lokale berichten (nog) niet geven. Bovendien is de regio zowat de laatste plaats waar tussen de kranten nog kan geconcurrereerd worden, waar de nieuwsgaring nog dient te gebeuren door de eigen redactie. Op nationaal — en zeker op internationaal — vlak kan de nieuwsgaring al te veel overgelaten worden aan persagentschappen. In de regio niet.

376 regionale bladzijden

Om aan de regionale nieuwshonger van de lezers te voldoen werden in België daarom een hele reeks regionale edities op de markt gebracht. In Zuid-België brengen de 13 krantengroepen dagelijks 43 regionale edities op de markt met in totaal 139 regio-bladzijden. In Vlaanderen zorgen de zes krantengroepen dagelijks voor 49 regionale edities waarin niet minder dan 237 regionale bladzijden voorkomen. Dit betekent voor België 92 regio-edities met dagelijks 376 regionale bladzijden.

In welke mate deze structuur stabiel is valt af te wachten. Sinds de voorbereidingen van dit doctoraat in 1975 is de evolutie alleszins onrustbarend. Al tijdens dat jaar verscheen aan het Vlaamse krantenfirmament een nieuw dagblad «De Krant», die het echter slechts volhield van 31 oktober 1975 tot 15 maart 1976. Nog in 1976 stortte de Standaardgroep als een kaartenhuisje in elkaar en op 8 juni 1976 sprak de rechtbank van Koophandel te Brussel het faillissement uit van de verschillende maatschappijen van de Stan-

daardgroep, waarvan de vijf kranten later werden overgenomen door de Vlaamse Uitgeversmaatschappij (V.U.M.). Begin juli 1978 gaat Volksgazet over kop en het wordt december 1978 voor De Morgen op de markt wordt gooid. Ondertussen verdwenen ook nog twee krantentitels van de Nieuwsbladgroep, namelijk De Landwacht, die regionaal nieuws bracht uit Oost-Vlaanderen, en in februari 1979 Het Handelsblad in het Antwerpse. Nog maar pas was dit doctoraat verdedigd of in Wallonië werd Le Peuple gedegradeerd tot een regionale uitgave van Le Journal et Indépendance.

Een regionale structuuranalyse van de Belgische kranten is dan ook een hachelijke zaak, waarbij voortdurend moet bijgestuurd worden, te meer daar de uitgevers hun regionale editiestructuur nogal eens wijzigen. Toch konden we — ondanks de tegenkanting van een paar kranten — voor het eerst vrij nauwkeurig deze regionale structuur voor Vlaanderen vastleggen en de oplage per editie uitdokteren. Hierbij moet — helaas — vastgesteld worden dat het bekomen van dergelijke cijfers voor bepaalde uitgevers functie blijkt te zijn van de ideologie van de vraagsteller. Bij geen enkele katholieke krant bleek het verstreken van gegevens voor deze K.U.Leuven-studie een probleem te zijn. Bij een aantal socialistische en liberale bladen daarentegen wel, alhoewel ook hier — gelukkig — een vlotte samenwerking met de meeste uitgevers kon bekomen worden.

Meer dan ooit kwam uit deze regionale structuuranalyse tot uiting dat de krantenstructuur in Vlaanderen en in Zuid-België fundamenteel van elkaar verschilt.

Waar de samenwerking met bepaalde uitgevers niet altijd optimaal verliep, bleek dit met de regio-journalisten weinig of geen problemen te stellen. Van de 121 regio-journalisten bij de Vlaamse dagbladen beantwoordden bijna 60% spontaan onze enquête. Eigenlijk een fenomenaal resultaat, wanneer men weet dat de enige andere recente enquête in België over beroepsjournalisten slechts een response-rate van 17% haalde. De auteur kreeg er de persprijs Frans Theelen voor.

Uit onze enquête bij de Vlaamse regio-journalisten blijkt dat deze redacteurs nog maar vaag gehoord hebben dat er zoiets bestaat als een collectieve arbeidsovereenkomst voor hun be-

(meer bureelwerk, minder vrijheid) gecombineerd met de nadelen van de individuele journalisten (meer uren, onregelmatiger werk).

In de enquête werd niet nagegaan wat de invloed is van de leeftijd van de regio-journalisten op de job satisfaction. Het is bijvoorbeeld helemaal niet onmogelijk dat vooral jonge regio-journalisten laag scoren voor deze job satisfaction, omdat deze de sociale omstandigheden waarin in een regio dient gewerkt te worden niet langer aanvaarden. De regionale redacties bij alle Vlaamse kranten zijn inderdaad onderbezet zodat te veel en te lang dient gearbeid te worden in vergelijking met het journalistieke werk in de andere dagbladrubrieken. Een ernstige bezinning van de krantenuitgevers over dit fenomeen zal dan ook dringend noodzakelijk worden.

Tegenover de 121 regio-journalisten bij de Vlaamse dagbladen staan meer dan 2000 lokale correspondenten die eveneens meewerken aan de regionale berichtgeving. Dit zijn mensen die na hun dagtaak en op vrije dagen en weekends stukjes schrijven voor één of meerdere dagbladen. Over deze medewerkers is tot hertoe zeer weinig bekend. Wel werden een paar studies gemaakt, maar deze zijn erg partieel. Toch blijkt uit de beschikbare gegevens dat deze correspondenten hun mede-werking van de krant niet zuiver beschouwen als een bij-verdienste, maar als een betaalde ontspanning.

1766 artikels

Uit de inhoudsanalyse die werd doorgevoerd van 1766 artikels op de regionale bladzijden van de Vlaamse dagbladen, die een editie Leuven hadden, bleek dat het aantal artikels in de kranten op de regio-bladzijden duidelijk functie is van het aantal inwoners — en dus ook van het potentieel lezerspubliek — in die gemeenten. Maar ook de beruchte communicatietheorie over «de dode per kilometer» blijkt in de regio op te gaan. Niet dat er veel doden worden geteld in de regionale berichtgeving, maar wel dat binnen een socio-grafisch geheel — en onafgezien van de grootte van de gemeente — het aantal artikels per gemeente afneemt, naarmate deze gemeente verder verwijderd is van de centrumgemeente, in het onderzochte geval Leuven. Eigenaardig is wel dat dit fenomeen zich in het Leuvense niet schijnt voor te doen voor de gemeenten

Aarschot, Diest en Tienen, die blijkbaar worden beschouwd als afzonderlijke entiteiten, die zelf het centrum zijn van een socio-grafisch gebied.

Ook de combinatie van beide voorgaande vaststellingen gaat perfect op. Uit de inhoudsanalyse blijkt dat ook het aantal artikels dat een bepaalde krant over een bepaalde gemeente brengt dikwijls afhankelijk is van het al dan niet beschikken over een degelijke medewerker voor deze gemeente. Anderzijds blijkt ook dat bepaalde kranten er niet altijd op uit zijn om veel nieuws uit bepaalde gemeenten te brengen en dit bijvoorbeeld omdat ze moeilijkheden ondervinden met de distributie van de krant in bepaalde streken. Anno 1980 blijkt ook dat bepaalde kranten er niet lijken — tenzij met de postbedeling, die alsmaar later wordt — om kranten in bepaalde streken verdeeld te krijgen. De distributie van de kranten zal trouwens in de volgende jaren waarschijnlijk het meest acute probleem voor onze dagbladen worden.

Bovendien is het duidelijk dat de oplage van een krant niet alleen functie is van het redactioneel aanbod van die krant over die streek. Ook promotionele elementen en de distributiemogelijkheden of -moeilijkheden spelen een belangrijke, vaak doorslaggevende rol. Het samenspel van verkoop, promotie, distributie en redactie werd in ons land tot hertoe nog nauwelijks wetenschappelijk onderzocht. Al te veel spitst men zich — exclusief — toe op het onderzoek van het redactionele aspect. Toch kan het «systematisch promotioneel bewerken» van een bepaalde gemeente door een bepaalde krant een invloed hebben op de hoeveelheid kopij die in een bepaalde tijdspanne over deze gemeente wordt gepubliceerd. Dit inspielen van de redactie op de promotie, en omgekeerd, is trouwens in de perswereld geen exclusiviteit van het regionaal nieuws.

Te moeilijk

Een andere merkwaardige vaststelling uit de inhoudsanalyse van het regionaal nieuws in het Leuvense is dat liberale kranten meer nieuws brengen uit gemeenten waar liberalen in het schepencollege zetelen, katholieke bladen uit gemeenten waar katholieken mee de bestuurscoalitie uitmaken, en socialistische bladen uit gemeenten waar socialisten mee het gemeentelijk politiek beleid bepalen. Eigenaardig is evenwel

dat dit niet alleen opgaat voor het politiek nieuws uit deze gemeenten, maar voor het totale nieuwsaanbod. De conclusies moeten met de nodige voorzichtigheid worden gehanteerd, gezien de onderzoeksperiode erg kort was (één maand), maar toch zou een mogelijke verklaring voor dit fenomeen kunnen gevonden worden in het feit dat burgemeesters en schepenen informatie over de gemeente bij voorkeur doorspelen aan medewerkers van «gelijkgezinde» kranten.

Dat ideologie een rol speelt bij de nieuwsgaring en -selectie is trouwens niet te ontkennen. Bij een opsplitsing naar rubrieken blijkt uit de doorgevoerde inhoudsanalyse dat alle katholieke kranten — ook in de regio — artikels brachten die onder de noemer «godsdienst» zouden gebracht dienen te worden. Bij de liberale en socialistische dagbladen ontbreken deze artikels.

Hoever deze ideologische invloed gaat mag bijvoorbeeld ook blijken uit het gebruik van bepaalde woorden in bepaalde kranten. Zo zullen sommige niet-katholieke kranten nooit het woord «minnares» gebruiken, maar steeds «vriendin», terwijl «kerk»-hof steevast «begraafplaats» wordt. Een fenomeen dat zeker de moeite van een onderzoek waard is.

In onze enquête werd ook nagegaan hoe moeilijk — of gemakkelijk — het regionaal nieuws werd opgesteld. Uit dit onderzoek bleek dat de berichtgeving over de binnen- en buitenlandse politiek het moeilijkst te lezen is in de Vlaamse dagbladen. De editorialem en het regionaal nieuws zijn voor de lezers ongeveer even moeilijk te verteren, terwijl de sportberichtgeving het eenvoudigst is opgesteld. De vraag of krantenkopers bepaalde rubrieken lezen omdat ze gemakkelijk zijn opgesteld, of dat rubrieken gemakkelijk zijn opgesteld omdat ze door velen worden gelezen, is door dit onderzoek meteen opgelost. Het editoriaal dat slechts door ongeveer 5% van de krantenkopers worden gelezen, en het regio-nieuws, met 90% lezers, zijn immers ongeveer even moeilijk opgesteld. De moeilijkheidsgraad van de berichtgeving is dus blijkbaar secundair indien de lezer echt interesse heeft voor een bepaalde rubriek.

Toch stellen we in de praktijk dagelijks vast dat onze kranten eigenlijk te moeilijk zijn opgesteld voor heel wat lezers, een fenomeen waaraan talrijke bladen achteloos voorbij schijnen te gaan.

Al het voorgaande is slechts een beperkte, losse greep uit de talrijke gegevens en resultaten die naar voren kwamen uit het onderzoek naar het regionaal nieuws in de Vlaamse kranten, een studie die maar explorerend en partieel kon zijn omdat zij de eerste van die aard was in Vlaanderen. Talrijke onder-

werpen en aanzetten wachten op verder onderzoek.

Het merkwaardige is evenwel dat de gegevens uit onze studie haast alle buitenlandse studies over regionaal nieuws bevestigd hebben, soms zelfs tot één procent na. Een fenomeen dat moeilijk te verklaren is gezien de ver-

schillende regionale krantenstructuur in diverse landen. Tenzij een onderzoek naar het regionaal nieuws — over de structuurverschillen heen — een onderzoek is naar het hart van een krant, zoals een van de Vlaamse regio-journalisten opmerkte bij het beantwoorden van onze enquête.

De stipulering en realisering van de objectiviteitseis in de berichtgeving is een oud discussiethema op theoretisch en praktisch vlak, zowel binnen als buiten de journalistieke «gemeente». Gevallen van werkelijke of vermeende inbreuken op de pluridimensionale objectiviteitsverplichting werpen niet zelden de lont in het debatskruitvat. Doelwit van kritiek is eerder de omroep dan de pers: het audiovisuele medium kan meer mensen tezelfdertijd bereiken en dus mogelijk ook meer mensen beïnvloeden. Om deze reden en omdat de meeste westerse omroeporganisaties over een monopolie beschikken om hun publieke informatietaak te realiseren, wordt er scherp op toegezien dat zij de objectiviteitsverplichting strikt vervullen. Probleem hierbij is dikwijls de Babelse verwarring omtrent de gehanteerde termen en begrippen.

In haar licentiaatsverhandeling heeft ondergetekende een poging ondernomen om het kaleidoskopisch objectiviteitsbegrip, zoals het in de communicatiewetenschappelijke literatuur voorkomt, te omschrijven. (*Het theoretisch principe objectiviteit als proeve tot begripmatig en procesmatig definiëren van een controversieel maxime in Westeuropese monopolistische omroepen*, Fac. Soc. Wet., Dep. Com. Wet., K.U. Leuven, 1979, 145p., promotor: Prof. dr. L. Boone) In dit artikel passeren enkele kernideeën uit dit werkstuk de Communicatie-revue.

Objectiviteit in de berichtgeving: een (proeve tot) definiëring

Lieve Clymans

Contextuering van de journalistieke objectiviteitseis

Een odyssee langs de verschillende eilandjes van de objectiviteitsarchipel is geen probleemloze onderneming. De journalistieke objectiviteitseis in een monopolistisch omroepbestel is met vele aspecten binnen, maar ook buiten zulk medium verbonden. «Objectiviteit» moet gezien worden als het resultaat van complexe en dynamische «Gesamtkonstellationen» van verschillende betrokken partijen, nl. «Publizist», «Publizierte» en «Publikum» (1).

Dat informatie «objectief» moet zijn, is voor de Westeuropese, doorgaans publiekrechtelijke en monopolistische omroepen een specifieke verplichting, geformuleerd door de overheden in een ruim legaal kader van oprichting, organisatie en werking van deze media.

Een klassiek democratische redenering ligt aan de basis van deze gestelde eis.

In een parlementaire democratie is de meningsvrijheid een fundamenteel recht, toegekend aan de burgers en gewaarborgd in de grondwet. Iedereen is (theoretisch) vrij zijn mening te uiten en zich een eigen mening te vormen. Dit betekent enerzijds dat een vrije markt van ideeën met meningen en tegenmeningen essentieel bestaansrecht heeft en anderzijds dat de burgers, om zich een eigen mening te vormen, over maatschappijtoestanden, de gewenste informatie kunnen inwinnen.

In dit geheel worden - naast de pers - de omroepen beschouwd als werktuigen om deze democratische grondregels te stabiliseren. De dubbele opdracht is bijgevolg de verschillende meningen in de

samenleving aan bod te laten komen, en de burgers een zo volledig mogelijke informatie te verstrekken. De realisering van deze tweevoudige taak heeft in een monopoliesituatie slechts kans op slagen wanneer de omroeppraktijk «objectief» is. Objectiviteit (wisselmunt voor onafhankelijkheid) is hierbij een vlag die verschillende ladingen dekt zoals onpartijdigheid, neutraliteit, «Überparteilichkeit», evenwicht, «Chancengleichheit», zakelijkheid, waarheidsgetrouwheid, nauwkeurigheid, volledigheid en neutrale presentatie. Naast de inflatie van gebruikswijzen van «objectiviteit» in juridische bepalingen, maar ook in huishoudelijke omroepreglementen, is het niet altijd duidelijk wat met deze bepalingen bedoeld wordt, zodat de realisering ervan er niet gemakkelijker op wordt. Een intrigerende stap in ophelderende

richting is een analyse van het «objectiviteitsparadigma», de constellatie van definities, waarden en technieken (verbonden met de realisering van «objectiviteit» in omroepprogramma's), die door de leden van de westerse journalistieke gemeenschap nog steeds in belangrijke mate aanvaard worden. De liberale mediatheorie fungeert hierbij als protagonistisch referentiekader.

Systematische definiëring van de journalistieke objectiviteitseis

De liberale mediatheorie, nauw verbonden met de klassieke democratische ideologie, eist dat de berichten objectief waar zijn, neutraal geselecteerd, waarde- en gevoelsvrij gerealiseerd en gepresenteerd worden. De objectiviteitseis wordt hier viervoudig geïnterpreteerd: ze wordt respectievelijk in haar kenmerkende, informatieve, realiserings- en stilistische dimensie begrepen. (Deze diverse elementen zijn terug te vinden in het objectiviteitsschema van de Zweedse politoloog J. Westerstähl) (2). Geïnspireerd op Westerstähls schema, stellen we de verschillende aspecten van de journalistieke objectieve objectiviteitseis voor, echter aangevuld met beïnvloedingsdeterminanten als «Prägung» door het publiek, de verwachtingspatronen van de omroepiërarchie en de politisering op organisatorisch en programmatisch vlak.

1. De eis tot waarheidsgetrouwheid

In objectieve berichtgeving is het niet voldoende feiten willekeurig weer te geven; de journalist moet in zijn bericht een getrouw beeld geven van de werkelijkheid. Het ligt voor de hand dat geen feitelijk totaalbeeld van de realiteit, en bijgevolg een absolute waarheid kan geboden worden, ondermeer omwille van organisatorische, technische, financiële en - vaak impliciete - ideologische beperkingen. Het is inherent een zekere selectie door te voeren en dus is het slechts mogelijk een «Wahrheit nach Mass» te bereiken (3). In de klassieke mediatheorie wordt gesteld dat, in een waarheidsgetrouwe berichtgeving, de feiten de werkelijkheid moeten reflecteren, waarbij de invloed van het subject tot een minimum herleid is. Nochtans kan volgens L. Boone een dergelijke objectiviteit haar beves-

tigingsfunctie verweten worden. Weerspiegelingsmedia zijn verplicht het «object» onvertekend en kritiekloos weer te geven; bovendien kan een spiegelbeeld weerspiegelen wat in het spiegelbeeld opduikt (manifeste realiteiten) (4).

2. De eis tot relevantie

Feiten die «belangrijk» zijn worden geselecteerd. De keuze gebeurt op basis van een internationale en nationale consensus over datgene wat «nieuwsaarde» heeft. Nieuwsaarden zijn af te leiden uit impliciete opvattingen of oordelen over twee onmiddellijke determinanten van nieuwsproductie: percepties van het publiek en de beschikbaarheid van het materiaal. Nieuwsaarden kleven aan de praktijk van de job en zijn dus eigenlijk verhaalswaarden. Zo worden de feiten uitgezocht die duidelijk (unidimensioneel) betekenisvol, actueel, sensationeel, onverwacht, negatief en gepersonaliseerd zijn, en die aan bestaande maatschappelijke vooroordelen beantwoorden. In dit laatste ontdekken we een zonderling consensueel partijdigheidsreservaat: de media moeten de gevestigde democratische en morele waarden, kortom de bestaande sociale, politieke en economische orde ondersteunen. Studies over thematische selectiecriteria tonen bovendien aan dat vooral politieke informatie aan bod komt, die de modale burger - meer dan eens - te boven gaat.

Behalve de westers getinte en westers gerichte nieuwsaarden, bepalen soms andere factoren of feiten nieuws worden of niet. Zo is het mogelijk dat beelden beslissen over het lot van een gebeurtenis, dat het tijdstip waarop een gebeurtenis wordt weergegeven belangrijker is dan het voorval zelf. Ook allerlei omstandigheden van structureel-organisatorische of sociaal-organisatorische aard zijn mogelijke determinanten in het selectieproces. In deze opsomming mag de druk van buiten (publiek, belangengroeperingen) niet vergeten worden.

Het hele selectieproces resulteert in een reductie en vertekening van de realiteit. Ze is absoluut, omdat ze sommige continenten, landen, rubrieken en personen bevoordeelt en andere benadeelt. Ze is relatief, omdat de absolute verschraving toeneemt met de tijdelijke, ruimtelijke en psychologische afstand (5).

3. De eis tot evenwicht

De aandacht gaat naar het evenwicht van de berichten zelf, dit in tegenstelling tot de balans op thematisch en organisatorisch vlak. Omroepjournalisten mogen geen eigen standpunt innemen, geen eigen of specifiek belang verdedigen, maar moeten alle «relevante» belangen in een zekere evenwichtsformule aan het woord laten. Om de maatschappelijke interesses zó te presenteren, moet het gewicht ervan nauwkeurig bepaald kunnen worden. In de Duitse «Ausgewogenheitsdebatte», die sinds het einde van de jaren zestig aan belang winnen, is dit wegingsprobleem - theoretisch en praktisch - op een specifieke manier geïnterpreteerd.

Naast de juridische visie van F. Müller en B. Pieroth, is de pragmatische uitwerking van het «additieve» of «refererende» objectiviteitsbegrip door U. Saxer indicatief. Saxer stelt dat de te publiceren meningen en standpunten niet zondermeer weerspiegeld, maar in zeker evenwicht moeten gesteld worden. Voor hem gelden als maatstaf voor elk «programmatische Relevanz-Urteil» uiteindelijk de noden en behoeften van de ontvangers aan een «Informationsoptimierung» (7). Bij de concretisering van het programmatische «Ausgewogenheits»-principe fungeren de interesses van het publiek als oriënteringshorizon, hoewel voor de journalisten een beoordelingsruimte blijft bestaan die hun de mogelijkheid biedt de omroepvrijheid als een actieve, creatieve plicht op zich te nemen. Het gevolg van deze speelruimte is dat journalistieke kwaliteiten als eerlijkheid en kritische zin op het voorplan treden. Dat de behoeften van het ruime publiek werkelijk zouden fungeren als publicistisch regulatief valt echter te betwijfelen (8). Bovendien kan het heterogeen publiek zich in de structuur van het massacommunicatiesysteem moeilijker dan de goed georganiseerde belangengroeperingen laten vertegenwoordigen.

Oplossing van het probleem in de praktijk ligt blijkbaar hierin, dat de informatieve programma's niet alle relevante, maar de representatieve belangen uit de maatschappij aan het woord laten. Er is dan geen sprake van «Changeleichheit» (9) van alle maatschappelijke krachten, maar van «geprivilegieerde invloedskansen» van voorna-

melijk gevestigde politieke partijen. Het gaat hier om neutraliteit «in dem Sinne, dass keine der etablierten Machtsgruppen benachteiligt werden darf» (10). De invloed van de gevestigde belangengroeperingen op het programmabeleid is erg groot, terwijl andere slechts geringe invloedskansen hebben. Wanneer deze laatste hun belangen toch vertegenwoordigd willen zien, is dat slechts op indirecte wijze mogelijk door voldoende vertegenwoordigers van grote politieke partijen voor hun zaak te winnen. Deze ontwikkeling wordt gezien als de «mediatisierung vieler gesellschaftlicher Kräfte in ihrer Fernsehinformationsmöglichkeit durch Staat und politisch führenden Parteien» (11).

De «representatieve» belangengroeperingen zijn het in grote lijnen eens over de wijze waarop zij hun geprivilegieerde kansen om invloed op informatieve programma's uit te oefenen kunnen waarnemen. Elk van deze groeperingen eist haar zendtijd-aandeel op om haar machtspositie te laten gelden of om die van een andere groepering te neutraliseren. De verdeelsleutel is een specifiek begrepen «Proporz»: zendtijd wordt toegemeten a rato van de sterkte van de politieke fracties in het parlement. «Proporz» betekent dat «eenzijdige» uitzendingen gecompenseerd moeten worden («Ausgleichsendungen»). «Eenzijdig» zijn de berichten die de verkiezingskansen van de in de controleorganen van de omroep vertegenwoordigde partijen raken evenals de meldingen die de gemeenschappelijke belangen van de partijen in deze controleorganen treffen. Het regerend evenwichtsbegrip komt in de praktijk eigenlijk neer op een bevoorrechtiging van gevestigde (politieke) belangengroeperingen, het aantasten van de onafhankelijkheidspositie van de omroepen, ondermeer doordat na selectieve kritiek op de toepassing van de evenwichtseis in de uitzendingen, het professioneel gedrag van de journalisten gedisciplineerd wordt.

4. De eis tot neutrale presentatie

De liberale mediatheorie legt aan de journalisten de verplichting op de informatieve uitzendingen op neutrale wijze over te dragen aan het publiek. Deze objectiviteitscomponent heeft vooral te maken met de stilistische identiteit van de programma's, eigenlijk

de professionele houding van de journalisten. Saxer introduceert in dit verband de «reductieve» objectiviteit. Hij bedoelt hiermee enerzijds reductie van de complexiteit van de gebeurtenissen en anderzijds reductie van subjectiviteit van de journalist. Operationalisering van de reductieeis met betrekking tot de journalistieke subjectiviteit is het zakelijkheidsbeginsel. Een zakelijke behandeling en voorstelling van de feiten is in het traditionele mediamilieu, de objectiviteit opgevat als «technical routinisation» (12): een navolging van consensueel vastgelegde procedures, gestandaardiseerde strategische rituelen, die een journalist veilig moeten stellen tegenover de buitenwacht, «deadline pressures» die controle van berichten onmogelijk maken, en berispingen vanwege de chefs. G. Tuchman beschouwt als «fixities of practices»: de presentatie van tegenovergestelde «truth claims», het aanbrengen van feitenmateriaal dat een of andere «truth claim» ondersteunt, het gebruik van citaten om aan te duiden dat de uitspraken niet zijn opinie, maar die van anderen vertegenwoordigen, tenslotte, het vermelden van «most material facts» (wie, wat, waar, wanneer) in een bericht. Het waarom en de achtergrondinformatie zijn minder vaak van de partij. Nieuwsitems dienen zich gefragmenteerd aan, opgesmukt met dikwijls nietszeggende, verwisselbare en weinig ter zake doende beelden, en in een moeilijk eigengereid nieuwstaaltje. Kortom, de gangbare presentatieformule van informatieve uitzendingen zou haar doel van begrijpelijk en boeiend informeren meer dan eens voorbij-schieten.

5. Andere beïnvloedingsdeterminanten

Sommige factoren leggen een zware hypotheek op de realisering van de objectiviteitseis, ook al zijn ze niet rechtstreeks bij de definiëring ervan betrokken.

Wij zagen reeds hoe het publiek in beperkte mate een drukings- en profileringsrol speelt. Voor de omroepiërarchie van haar kant, komt het er zoveel mogelijk op aan verrassingen uit te sluiten. Ze is er grotendeels in geslaagd door een doelgericht personeelsbeleid te voeren. Door op elk niveau, en liefst op sleutelposten, personen te benoemen van een bepaalde politieke

kleur, ontstaat een klimaat van «Folgerichtigkeit» (13). Op deze manier hebben de grote politieke partijen zich van de trouw van een groot aantal journalisten verzekerd, met het oog op de vrijwaring van hun «onaantastbaarheid». Het is dan maar een kleine stap naar de politisering van de lagere en hogere echelons van de informatieafdeling van monopolistische omroepen.

Besluit

Er blijken heel wat hinderlagen te liggen voor journalisten bij de realisering van de deugdelijke objectiviteitsverplichting. Bovendien lokt de liberale mediatheorie, geënt op klassiek democratisch ideologische stam, op vele punten ernstige kritiek uit. Het kernthema is steeds dat de bestaande theorie en praktijk van realiseren van objectiviteit slechts te maken heeft met de bevestiging en het behoud van de bestaande orde.

Voorgestelde alternatieven worden dikwijls als ideologie of utopie afgedaan. Utopie, in de zin van M. Buber, is datgene wat nog niet geprobeerd werd... misschien maakt «alternatieve» objectieve berichtgeving wel een kans, als de gelegenheid tot verwerkelijking ervan geboden wordt.

Voetnoten

(1) U. SAXER, «Fernsehen und Objektivität», in Id., *Fernsehen: Stichwort Objektivität*, s.l., 1974, p. 127

(2) Voor professor Westerståhl zijn enerzijds de eis tot waarheidsgetrouwheid en de eis tot relevantie deeleisen van de zakelijkheidseis en zijn anderzijds de eis tot evenwicht en de eis tot neutrale presentatie deeleisen van de onpartijdigheidseis. Zakelijkheid en onpartijdigheid worden op hun beurt beschouwd als specificaties van de hen overkoepelende en samenvattende objectiviteitsnotie. Westerståhl heeft geprobeerd het objectiviteitsbegrip te analyseren door de samenstellende componenten ervan te herleiden tot variabelen (4 sleuteltermen) die in een inhoudsanalyse (vergelijking van intramediale realiteit van omroepinformatie met persberichten) gemeten kunnen worden. Zowel zijn definiëring als meting van de journalistieke objectiviteitseis is op heel wat terminologische en methodologische kritiek geuit.

(3) M. STEFFENS, *Das Geschäft mit der Nachricht. Agenturen, Redaktionen, Journalisten*, Hamburg, 1969, p. 38.

(4) L. BOONE, *Sociologie van de informatiemedia I*, Leuven, 1977, p. 54-55.

(5) L. BOONE, *op. cit.*, p. 94.

(6) F. MÜLLER en B. PIEROTH, *Politische Freiheitsrechte der Rundfunkarbeiter*, Berlin, 1976, p. 45; samenvatting in M. STOCK, «'Ausgewogenheit, Sachlichkeit' durch Rechtsaufsicht? Medienfreiheit zwischen staatlicher und privater Macht», in *Rundfunk und Fernsehen*, XXV, (1977), 1-2, p. 20-23.

(7) U. SAXER, «Die Objektivität publizistischer Information», in W.R. LANGENBUCHER, (uitg.), *Zur Theorie der politischen Kommunikation*, München, 1974, p. 211; samenvatting in M. STOCK, *loc. cit.*

(8) Het is ook de vraag of die noden door de nieuwsmakers gekend zijn en of de «Informationsoptimierung» (de wens zich een mening te vormen) bij de burgers werkelijk centraal staat.

(9) G.B. KRAUSE-ABLASS, «Die Neutralitätspflicht der Rundfunkanstalten», in *Rundfunk und Fernsehen*, X, (1962), 2, p. 121.

(10) M. HEUN, «Die Subjektivität der öffentlich-rechtlichen Nachrichten. Thesen zur (Rück-) Gewinnung eines brauchbaren Objektivitätsbegriffes», in E. STRASSNER, (uitg.), *Nachrichten. Entwicklungen, Analysen, Erfahrungen*, München, 1975, p. 76.

(11) K.M. SETZEN, *Fernsehen: Objektivität oder Manipulation. Soziale Faktoren der Fernsehinformation*, Heidesheim, 1971, p. 58.

(12) G. TUCHMAN, «Objectivity as a Strategic Ritual: an Examination of Newspapermen's Notions of Objectivity», in *American Journal of Sociology*, LXXVII, (1972), 4, p. 677.

(13) J.B. BRÜNING en W. NAX, «Die verfestigte Koalition: Personalpolitik als Proporzplanung», in M. KÖTTERHEINRICH, e.a., (uitg.), *Rundfunkpolitische Kontroversen*, Keulen, 1976, p. 103.

NIEUWE CECOWE-PUBLIKATIES

GUST DE MEYER
ADRIAAN HENDRIKS
GUIDO FAUCONNIER

JEUGD EN POPMUZIEK

Een enquête bij de Vlaamse schoolgaande jeugd over populaire muziek
150 blz. 175 Bfr.

ROBERT GEENS

HET KONINKLIJK BELGISCH FILMARCHIEF

(werkdocument Nr 10)
141 blz. 250 Bfr.

Uitgaven van het Centrum voor Communicatiewetenschappen
E. Van Evenstraat 2A, 3000 Leuven

Van 26 tot 28 maart 1980 vond te Wembley het eerste internationale viewdata-congres (en -tentoonstelling) plaats. Hieronder volgt een ooggetuigenverslag.

viewdata '80: met de beeldbuis op de schoot

dirk de grooff

In maart j.l. werd op de internationale viewdata-conferentie/tentoonstelling te Wembley de start aangekondigd van het Britse openbare viewdatasysteem *Prestel*, het elektronisch paradepaardje van de Britse PTT (British Post Office). Hiermee werd een punt gezet achter een vijf jaar durende experimentele periode; een evenement dat uiteraard niet onopgemerkt mocht voorbijgaan.

Nadat het vrijwel onafgebroken de hele wereld heeft rondgereisd, heeft het prestigieuze *Prestel*-circus voor de gelegenheid zijn tenten op eigen bodem opgeslagen, in een 'entourage' die deze van de potentiële concurrenten, met name het Franse *Télétel*, het Canadese *Telidon* en het Japanse *Captain*, eveneens op de tentoonstelling aanwezig, ruimschoots moest overtreffen.

En terwijl de toevallige bezoeker voor anderhalf Pond kon rondwalen, in het elektronische 'wonderland' van de jaren '80, werd op het symposium gedebatteerd over potentiële behoeften, marktprognoses, technische normen en produktinnovaties op langere termijn.

Viewdata internationaal: een inventaris

In het midden van de jaren '70 ontwikkelde het onderzoekscentrum van de Britse PTT het concept 'viewdata', een elektronisch telecommunicatiesysteem waarbij in een databank opgeslagen gegevens (teksten en eenvoudige grafische voorstellingen) via een numeriek toetsenpaneel kunnen worden geselecteerd. Het openbaar telefoonnet fungeert als transmissie-terminal en een TV-toestel (met decoder) als terminal.

Nu, vijf jaar later, is het Engelse viewdata-systeem, *Prestel*, uitgegroeid tot een openbare informatie-service met een omvang van ca. 150.000 bladzijden, samengesteld door 150 informatieleve-

ranciers, waarvan sommigen zich richten tot een algemeen publiek (bv. reisagentschappen, consumentenorganisaties, informatiediensten van de overheid, enz.), andere tot een specifiek (meestal zaken-) publiek (bv. financiële instellingen).

Eveneens in 1975 besliste de Franse overheid te starten met een «télématique»-programma, dat een drievoudig oogmerk inhoudt, nl. de digitalisering van het bestaande telefoonnet, de aanleg van een speciaal netwerk voor data-transmissie (*Transpac*) en de invoering van nieuwe informatiediensten, zoals schrijftelefoon, teletekst (*Antiope*) en viewdata.

Het Franse viewdata-systeem, *Télétel* genaamd, werd (eveneens) ontwikkeld door de Franse PTT (*Direction Générale des Télécommunications*) en zal eind 1980 op een experimentele basis worden ingevoerd in de omgeving van Parijs (Vélizy). De resultaten van deze proef zullen moeten uitwijzen of, en in welke mate, *Télétel* verder zal worden uitgebouwd. Begin 1981 start een parallel project, waarbij aan alle bewoners uit de streek van Ille-et-Vilaine (ca. 250.000 gebruikers) een gratis monitor zal worden bezorgd, die zal fungeren als ontvangstapparaat voor de elektronische telefoongids, waarvan de PTT hoopt dat deze op vrij korte termijn de gedrukte gids zal kunnen vervangen. Naast deze twee leidinggevende landen inzake viewdata-technologie, zijn nog een aantal andere Europese landen begonnen met het opzetten van een eigen viewdata-proefproject, zoals de Duitse Bondsrepubliek (*Bildschirmtext*), Nederland (*Viditel*) en de Scandinavische landen.

Buiten Europa bezitten Canada en Japan (zowel technisch als operationeel) het meest gesofisticeerde viewdata-systeem. Canada heeft de reputatie het meest gesofisticeerde viewdata-systeem van de wereld te hebben (men spreekt zelfs van 'viewdata van de tweede generatie'). Dit slaat hoofdzakelijk op de zeer verfijnde grafieken die via een speciaal codeersysteem (algebraïsch, in tegenstelling tot het Europese alfa-mozaike codeersysteem) worden opgebouwd.

Het Japanse viewdata-systeem (*Captain*), in 1978 ontwikkeld door de Japanse PTT in samenwerking met *Nippon Telegraph and Telephone Co.* (NTT), wordt in de omgeving van Tokyo (Tama) uitgetest bij een 1000-tal gezinnen.

Internationale standaardisatie

Op het viewdata '80-symposium werd, bijna traditiegetrouw, ruime aandacht besteed aan de discussie omtrent de internationale standaardisatie van de verschillende viewdata-normen, alhoewel de term «international» het best door «Europees» kan worden vertaald. De Japanse en Canadese normen wijken (momenteel) immers zeer sterk af van de Europese systemen; bovendien spelen protectionistische motieven hierbij een fundamentele rol, vermits Europese systeemleveranciers er zich voor hoeden om samen met een Canadese en/of Japanse norm ook nog een dito invasie van elektronische apparatuur binnen te halen.

Dit laatste motief is er trouwens ook de (belangrijkste) oorzaak van, dat het na twee jaar ononderbroken onderhandelingen in een aantal internationale organisaties nog altijd niet tot een ver-

gelijk is gekomen tussen Frankrijk en Groot-Brittannië, aangaande een gemeenschappelijke (Europese) norm. Bovendien startte het internationaal standaardisatie-overleg op een moment dat beide landen reeds heel wat moeite, en vooral geld, hadden geïnvesteerd in de ontwikkeling van hun eigen viewdata-systeem, zodat een compromis voor beide landen een stap terug zou betekenen. Vandaar ook de vrij steriele discussie op viewdata '80, waar de respectieve dele-

gaten de noodzaak van een gemeenschappelijke norm zeer sterk benadrukten, maar er dadelijk aan toevoegden dat hun systeem daartoe het beste uitgangspunt biedt. Een West-Duitse spreker voegde aan de discussie omtrent de standaardisatie nog een verrassend element toe: de Deutsche Bundespost (PTT) zou na de experimenten (met de Britse norm) willen overschakelen op een eigen systeem, dat beter beantwoordt aan de specifieke behoeften van het West-

Duitse gebruikerspubliek.

In juni vindt te Montréal de eerstvolgende plenaire vergadering van het C.C.I.T.T. (Comité Consultatif International pour le Télégraphe et le Téléphone) plaats. Wil men daar tot enig resultaat komen, dan zullen de motivatie en de goodwill van de betrokken partijen allicht groter moeten zijn dan op Viewdata '80.



de fonogrammarkt in België enkele gegevens

gust de meyer

In 1978 werden in België 28,648 miljoen fonogrammen verkocht, waarvan 13,860 miljoen LP's, 12,520 miljoen singles en LP's en 2,269 miljoen musicassettes. Daarmee staat België op de wereldmarkt op de veertiende plaats gerangschikt na de USA (341 miljoen LP's, 190 miljoen singles, 61,3 miljoen cassetten en 133,6 miljoen 8-tracks), de USSR, West-Duitsland, Japan, Groot-Brittannië, Frankrijk, Canada, Nederland (35 miljoen LP's, 14 miljoen singles, 5,5 miljoen cassettes), Brazilië, Mexico, Australië, Italië en Zweden. Maar afgemeten aan het bevolkingscijfer van de genoemde landen haalt België een vijfde positie met een gemiddelde aankoop van 2 fonogrammen per inwoner. Daarmee volgt het op Nederland (met 3,5 fonogrammen per inwoner), Canada (3,3), Groot-Brittannië (3,1) en de USA (3,0) en gaat het Frankrijk (2,6) en West-Duitsland (2,3) vooraf.

Het voor België genoemde aantal verkochte fonogrammen wordt verhandeld binnen de «officiële» kanalen, d.w.z. door de in België gevestigde produktie-distributiefirma's. Daarnaast bestaat er zogenoemde parallelimport uit andere landen, sluikimport of frauduleuze parallelimport, en piraterij, wier aandeel samen op ongeveer 15% van de markt wordt geschat.

De fonogrammarkt is de laatste 30 jaar gestadig toegenomen, meestal met een jaarlijks gemiddelde van zo'n 10%. Maar voor 1979 worden geruchten gefluisterd over een vrij spektakulaire terugval van de markt; 1979 zou wel eens een keerpunt kunnen inluiden in de aanvankelijk zelfs door de economische crisis niet te stoppen expansie. Aan de dalende single-verkoop sinds 1974-75 is vanaf 1978 weer een einde gekomen. Ondanks de eerder rooskleurig geschil-

derde vooruitzichten voor de markt van de musicassettes is deze de laatste jaren niet opvallend uitgebreid. Het zelf kopiëren op blanco-cassettes van radioprogramma's of ontleende platen speelt hierin ongetwijfeld een grote rol. Deze praktijk heeft gigantische afmetingen aangenomen: het aantal uren muziek dat door partikulieren van radio of ontleende grammofonplaten in 1978 zelf is opgenomen op cassettes vertegenwoordigt de speelduur van niet minder dan 58 miljoen LP's. Men vergelijk dit cijfer met dat van het aantal verkochte fonogrammen in de periode 1975-1978 in onderstaande tabel.

	single	LP	musicassette
1975	11.966	9.004	1.860
1976	11.630	9.820	1.830
1977	10.610	12.510	2.064
1978	12.520	13.860	2.268

De Belgische fonogrammarkt in aantal verkochte eenheden (x 1.000)

Gegevens over de marktwaarde van de verkochte fonogrammen over dezelfde periode 1975-78 uitgedrukt in kleinhandelsprijs vindt men in bijgevoegde diagram.

Uit een van 1977 daterende maar zeer betrouwbare enquête, uitgevoerd door Sobemap in opdracht van SIBESA, bij 11.256 personen, kunnen een aantal interessante gegevens gedistilleerd worden over fonogramconsumptie van zowel klassieke muziek-LP's als singles, LP's en musicassettes met populaire muziek. In bijgevoegde tabel worden deze gegevens gepresenteerd aan de hand van zogenoemde tendensindexen,

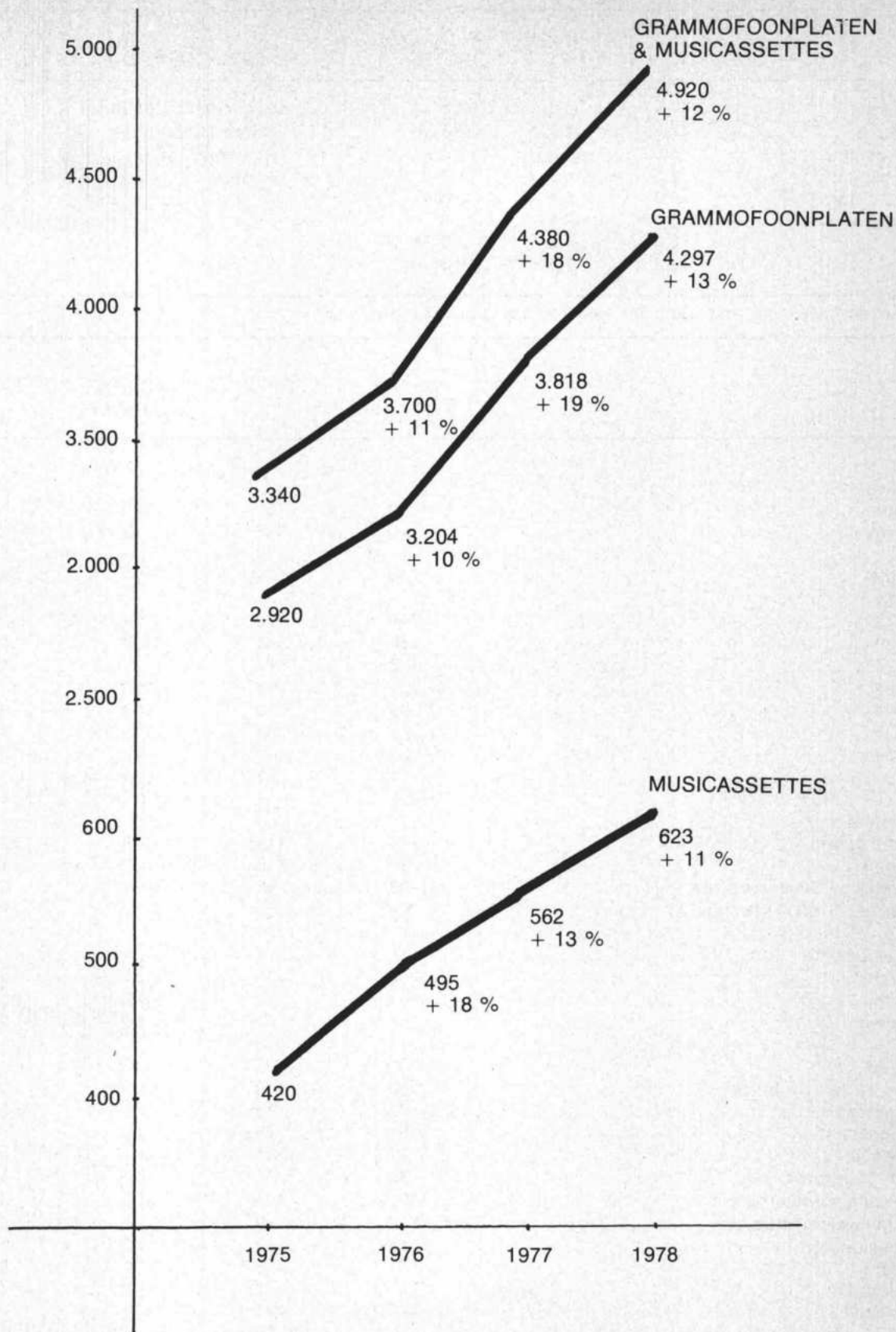
d.w.z. cijfers die het verband uitdrukken tussen het profiel van de subcategorie van een sociodemografisch kenmerk en het profiel van de totale steekproef. Hoe hoger de tendensindex t.o.v. 100 ligt hoe sterker de betreffende consumentencategorie vertegenwoordigd is; omgekeerd, hoe lager de tendensindex t.o.v. 100 ligt hoe sterker de betreffende publieksgroep ondervertegenwoordigd is.

Naar geslacht opgedeeld mag gesteld worden dat vrouwen meer singles kopen dan mannen maar mannen meer klassieke muziek-LP's kopen.

Wanneer men het fonogramkopend publiek naar leeftijd beschouwt blijkt dat jongeren tussen 12 en 17 jaar grote single-kopers zijn en jongeren tussen 12 en 14 grote consumenten van populaire muziek-cassettes. Het publiek voor klassieke muziek-LP's is duidelijk van een hogere leeftijd dan dat voor pop-LP's.

In stedelijk gebieden worden meer fonogrammen gekocht, met uitzondering voor singles die een grotere afzet hebben in landelijke gebieden.

In Vlaanderen worden opvallend minder singles gekocht dan in Wallonië, maar voor alle andere fonogramcategorieën scoort de Brusselse regio hoger dan Vlaanderen en vervolgens Wallonië. Naar professionele categorie beschouwd blijken studenten de grootste single, pop-LP-en pop-cassette-kopers te zijn; maar ook gepensioneerden en mensen uit de middenklassen kopen relatief meer populaire muziek-LP's, terwijl gekwalificeerde arbeiders sterker vertegenwoordigd zijn in de aankoop van musicassettes. Mensen uit de hogere klassen blijven de grootste consumenten van klassieke muziek-LP's.



DE BELGISCHE FONOGRAMMARKT IN KLEINHANDELSPRIJS (IN MILJOENEN BF)

	POPULAIRE MUZIEK			KLASSIEKE MUZIEK	LP'S
	SINGLES	LP'S	CASSETTES		
Engelstalig	34,9	35,0	30,4	Symfonie & Concerto	53,8
Franstalig	37,1	21,1	27,8	Opera & Operette	24,4
Nederlandstalig	8,5	14,2	13,7	Kamermuziek	6,3
Orchestraal	4,3	10,4	11,8	Andere	15,5
Kinderfonogram	5,0	2,9	2,0		
Filmmuziek	2,0	4,5	1,5		
Jazz	2,4	4,3	2,5		
Andere	5,8	7,5	10,3		

Fonogramaankoop van het Belgisch publiek naar muzikaal genre (in %)

	SINGLE	POP-LP	KLASSIEKE MUZIEK-LP	POP-CASSETTE
Geslacht				
Mannen	90	101	103	100
Vrouwen	110	99	93	100
- Leeftijd	240	102	23	219
12 - 14				
15 - 17	249	179	93	126
18 - 20	186	184	133	179
21 - 24	142	177	125	142
25 - 34	121	153	150	125
35 - 44	99	110	153	138
45 - 54	76	85	115	76
55 - 64	34	42	64	55
65 +	11	12	24	7
- Woonplaats				
5 grote centra	114	118	158	137
Stedelijk	86	115	109	73
Landelijk (+ 5000 inwoners)	88	92	74	98
Landelijk (- 5000 inwoners)	105	85	67	77
- Landsgedeelte				
Vlaanderen	70	107	91	96
Brussel	107	122	186	135
Wallonie	147	81	84	94
- Beroep				
Hoger kader, vrij beroep	50	115	327	77
Middenkader	72	140	263	135
Middenstand	84	88	126	79
Bediende	113	131	141	129
Land- Tuinbouw	72	71	—	43
Gekwalificeerde arbeider	107	107	76	145
Niet gekwalific. arbeider	119	119	53	73
Gepensioneerd	19	189	42	24
Student	230	230	91	186
Huishouden	72	71	74	76
Niet actief	121	121	114	2

Het fonogramkopen publiek in België (naar tendensindex)

licentiaatsverhandelingen

rik adriaens

zelfdiscipline in de reclame.

Fac. Soc. Wet., Leuven, juli 1979, 154 blz.

(Promotor: Prof. Dr. G. Fauconnier).

Bij de conceptie en uitbouw van deze eindverhandeling zijn we uitgegaan van de polemiek die in de publieke opinie en bij maatschappijwetenschappers gevoerd wordt rond het fenomeen reclame. Hoewel de kritiek voor het ogenblik wat geluwd is, moet de reclamewereld zich nog steeds verdedigend opstellen tegen de aanvallen van tegenstanders.

Dit verdedigingsstelsel hebben we in 3 delen uitgewerkt:

- 1) Het theoretische vlak waar anti-kritieken vanuit diverse fundamentele of concrete oogpunten aangehaald worden of de anti-kritieken kracht bijgezet wordt door een ethische en theoretische vorming van vaklui en consumenten.
- 2) Het vlak van concrete actie bevat het onderwerp van deze studie: de zelfdiscipline in de reclame. Op dit niveau tracht de reclamewereld met concrete initiatieven de reclame te verdedigen, te revaloriseren en te promoveren. Ook de ideële reclame en de P.R.-acties voor de reclame plaatsen we op dit actie-niveau.
- 3) Het derde vlak van verdediging wordt niet door het reclamemilieu zelf verwerkelijkt. De wettelijke bepalingen inzake reclame komen steeds en onvermijdelijk ter sprake in relatie met de zelfdiscipline en de discussie hierrond.

Vanuit dit schema en een literatuur-onderzoek stelden we volgende definitie van zelfdiscipline op:

«Zelfdiscipline in de reclame is een gemeenschappelijke actie van adverteerders, reclamebureaus en media (en soms consumenten) die zichzelf aan een basischarter met ethische grondslag onderwerpen om zo het reclamemilieu tegen de stroom van kritieken te verdedigen. De partners richten daartoe organen op die over de toepassing van dit charter met een zeker moreel gezag waken. Deze organen stellen zich tot doel met zin voor sociale verantwoordelijkheid te zorgen voor een eerlijke, fatsoenlijke en waarachtige reclame om vooreerst de gebruiker tegen alle vormen van misleiding, in en door de reclame, te beschermen en tevens (en vooral) de goede naam van de reclame als sociaal-economisch fenomeen te promoveren en (revaloriseren) in onze samenleving.»

Deze ruime definitie analyseerden we daarna uitvoerig.

We gingen vooreerst in op de verschillende vormen van zelfdiscipline en konden daarbij vaststellen dat *zelfdisciplinaire acties* zowel door de adverteerders, media en bureaus ondernomen worden. De 3 niveaus blijken ook heel sterk door elkaar te vloeien.

De verschillende *doelstellingen* van de zelfdisciplinaire actie konden we uit de reclamecodes (vooral de internationale Code van de Internationale Kamer van Koophandel) halen. Naast de hoofddoelstelling, de verdediging van de reclamewereld tegen kritieken, wordt vooral

nadruk gelegd op een oproep tot eerlijke, fatsoenlijke en waarachtige reclame, sociale verantwoordelijkheidszin en een reclame die het vertrouwen van het publiek niet hoeft te beschamen.

Over de Codes volgt een uitvoerige bijdrage waaruit we hier enkel de motieven tot het schrijven van een basischarter citeren:

1. Codes moeten bevorderen dat waarheid wordt gesproken over producten en diensten.
2. Codes moeten de op het ogenblik geldende normen en wetten respecteren.
3. Codes moeten erover waken dat de reclame ons economisch en maatschappelijk bestel niet bij grote groepen van de bevolking in diskrediet brengt.
4. Codes moeten het vertrouwen in het vak en de beoefenaars ondersteunen.

Deze motieven zijn praktisch identiek met de doelstellingen van elke zelfdisciplinaire actie in de reclame.

De *basisfilosofie* van de zelfdisciplinaire actie beschrijven we in een hoofdstuk dat de verantwoordelijkheid van de reclame tegenover de gemeenschap, de opdrachtgevers en het reclamevak schetst. Ethische en filosofische beschouwingen vinden hier hun beslag.

Over de relatie *zelfdiscipline* is heel wat inkt gevloeid. In dat hoofdstuk bekijken we de onderlinge relatie tussen beide en schetsen de evoluties in de verschillende Europese landen. Een complementariteit van beide controlemogelijkheden kan, mits goede afspraken, de reclamecontrole nieuwe armsgaven geven. Dit meenden we te kunnen vaststellen in een beknopt onderzoek van de voordelen van de codes voor de controle van etherreclame (Nederlandse Reclameraad en I.B.A.-code).

Bij de discussie rond wet en/of zelfdiscipline komen we vrij dicht bij *evaluatie* en kritieken. Op de pluszijde braken we een lans voor het vlugge, vlotte en meer rendabele karakter van de zelfdiscipline. In de preventieve werking van de organen zagen we ernstige toekomst-kansen.

Tegen het groeiende verantwoordelijkheidsbesef waar de lui uit de zelfdiscipline zo prat op gaan, konden we het gebrek aan afdwingbare sancties, de territoriale beperktheid en de geringe bekendheid van de zelfdisciplinaire actie stellen. Bij een diepere peiling konden we een fundamentele tweespalt constateren tussen pragmatiek en ethiek in de definiëringsproblemen en de al te enge maatschappelijke context waarmee de zelfdiscipline pleegt te werken. In onze slotconclusie gaan we nader in op deze fundamentele tweespalt.

In het *tweede deel* hebben we de structuren en werking van de zelfdisciplinaire organen in België, Nederland, Frankrijk, Groot-Brittannië en West-Duitsland onder de loupe genomen.

Deze eerder technische gegevens hebben we voor de duidelijkheid in een schema gevat en de onderlinge vergelijkbaarheid in deze analyse en de werkingsresultaten aangetoond. Tot slot konden we vaststellen dat die vergelijkbaarheid ophoudt waar 'couleur locale' en maatschappelijke gegevens van pas komen.

Als *algemeen besluit* konden we stellen dat het reclamevak duidelijk verdedigingsmechanismen in woord en daad heeft opgezet. De grootste schakel in deze beweging is zeker de zelfdisciplinaire actie. De zelfdiscipline is een feit geworden dat, hoewel voor verbetering en uitdieping vatbaar, zal meetellen bij het zoeken naar een oplossing voor het probleem van een efficiënte, waterdichte reclamecontrole. De eindverhandeling wordt besloten met enkele persoonlijke noten en bedenkingen waarbij vooral gepleit wordt de zelfdiscipline een kans te geven en zichzelf beter te laten maken. Daartoe zal een dialoog met de consumentenverenigingen een must zijn. De zelfdisciplinaire actie kan zichzelf versterken door een meer consumentgerichte aanpak die dieper ingaat op maatschappelijke, economische en communicatiewetenschappelijke aspecten van het fenomeen reclame. Deze vernieuwde aanpak zal pas kunnen gevoerd worden wanneer reclamelui een degelijk evenwicht hebben gevonden tussen hun pragmatische handelwijze en een oprechte verantwoordelijkheids-ethische aanpak.

Een pleidooi voor een uitbouw van de preventieve functie van de zelfdiscipline en een reeks vragen besluiten deze terreinverkenkende studie.

beknopte bibliografie

Boeken:

- FAUCONNIER, G., e.a., *Reklame: begeleiding, verleiding of misleiding?*, Leuven, CECOWE, 1977, 66 p.
- GARRETT, Th., *An introduction to some ethical problems of modern American advertising*, Rome, Gregorian University Press, 1961, 209 p.
- ROOMER, J., e.a., *Handboek Reklame*, Deventer, Kluwer, 1977.
- SCHEURING, E., *Die Verantwortung der Werbeschaffenden gegenüber Gemeinschaft, Wirtschaft und Berufsstand*, Essen, 28 p.
- VAN DER MEIDEN, A., *Reklame en Ethiek. Hoe leren we de reclame mores?*, Leiden, Stenfert Kroese, 1975, 142 p.

Artikels:

- DASTOT, J.-Cl., «L'autodiscipline en matière de publicité», in *Bulletin de l'Institut International de Concurrence Commerciale*, april '77, 173-183.

Eindverhandelingen:

- LECROMPE, J.-L., *L'autodiscipline en matière de publicité*, Luik, Rechtsfaculteit, 1976-1977, 37 p.
- MATHIJS, M., *Kritiek en anti-kritiek op de reclame*, Leuven, Fac. Soc. Wet., 1977, 148 p.

danny winnen

informatieverspreiding door culturele centra in vlaanderen.

Fac. Soc. Wet., Leuven, februari 1980.
(Promotor: Prof. Dr. G. Fauconnier).

De term «cultureel centrum» is in het geheel van het overheidsbeleid inzake culturele aangelegenheden hier bij ons, relatief jong. De «oudste» culturele centra dateren van het einde der zestiger jaren. Hun opgang hebben ze voor het grootste deel te danken aan een onderzoek dat in 1964 werd verricht om een beeld te krijgen van de voor het cultureel werk geschikte ruimten in de Vlaamse gemeenten.

De resultaten van deze enquête waren alles behalve bemoedigend en zo groeide van overheidswege het idee om aan deze situatie wat te doen. Meteen was de term «cultureel centrum» geboren, een gebouw dat volgens de wettelijke beschikkingen terzake, ruimten voor socio-cultureel werk biedt, het bestendig trefpunt is van het cultureel werk in zijn verschillende vormen, het socio-cultureel werk bevordert en de samenwerking in de hand werkt tussen alle bevolkingsgroepen in het betrokken gebied. Achter deze algemeen geformuleerde beginselen gaat evenwel een concrete realiteit schuil, een praktische werking die zich naar buiten uit moet openbaren wil zij enige betekenis hebben. Een cultureel centrum heeft immers van de wetgever een opdracht meegekregen. Deze opdracht heeft belangrijke banden met de informatie.

Een cultureel centrum kan slechts bestaan als het nauwe relaties onderhoudt met het publiek, de potentiële gebruikers van deze infrastructuur. Het leek ons dan ook interessant na te gaan hoe de culturele centra dit opvatten, hoe zij informatie verspreiden over zichzelf en over wat in eigen huis gebeurt.

We dachten hiervoor een kijkje te nemen in 18 culturele centra, verspreid over het Vlaamse land. Slechts 13 gingen op ons verzoek in. We komen hier verder nog op terug. Om ons een beeld te vormen van de structuur van deze informatieverspreiding maakten we gebruik van de beroemde formule van H. Laswell: «Who says what in which channel to whom with what effect?» Omdat deze formule echter te beperkt is om het complexe systeem van de informatie te omschrijven, voegden we daaraan nog een aantal vragen toe die het ons moesten mogelijk maken een zo precies mogelijk beeld te krijgen van de structuur van de informatieverspreiding door culturele centra.

Uiteindelijk gaf dit het volgende vragenstramien:

- wie verspreidt de informatie over wat in het cultureel centrum gebeurt?
- wat is de inhoud van deze informatie?
- tot welk(e) publiek(en) richt zich deze berichtgeving?
- langs welke kanalen wordt ze verspreid?
- wat is het effect hiervan?
- verspreiden de culturele centra ook informatie over zichzelf, hun doelstellingen, werking, organisatie en zo meer? (public relations)
- wisselen de culturele centra informatie onder elkaar uit? (samenwerking)
- wat is het aandeel van het informatiepakket in de totale werkingskosten? (belang)
- hoe wordt het informatie-aanbod in de toekomst uitgewerkt? (evaluatie)

Zoals gezegd spraken we met deze vragenlijst 18 Nederlandstalige culturele centra aan, namelijk deze die vermeld staan in de brochure 1978 van de Federatie van Nederlandstalige Culturele Centra, een organisatie die zich opwerpt als een koepel die de belangen van de culturele centra in Vlaanderen verdedigt. Na veel aandringen (zowel schriftelijke als telefonische herinneringen) verklaarden 13 culturele centra zich bereid om aan ons onderzoek hun medewerking te verlenen: Beringen, Bornem, Dilbeek, Dilsen, Hasselt, Heusden-Zolder, Maaseik, Maasmechelen, Neerpelt, Schoten, Strombeek-Bever, Turnhout en Waregem. Geen nieuws ontvingen we uit Baarle-Nassau-Hertog, Knokke-Heist, Neeroeteren, Sint-Truiden en Zonhoven.

Deze eerder magere respons was een eerste domper op ons enthousiasme, te meer daar geschreven informatie over het onderwerp nagenoeg onbestaande is. Een tweede ontgoocheling leverde de Federatie van Nederlandstalige Culturele Centra ons op. Deze organisatie had in de lente van 1979 een studiedag gewijd aan de «publiciteitsvoering door culturele centra». Een half jaar later bleek het echter

niet mogelijk inzage te krijgen van de ontwerp tekst van het verslag over die studiedag.

Gewapend met de antwoorden die ons bereikten, begonnen we aan onze rondgang in het informatieverbreidend wereldje van de Vlaamse culturele centra.

Zo kwamen we te weten dat de culturele centra zelf instaan voor de informatie die ze willen verspreiden. Er is wel een verschil tussen grote en kleine culturele centra. Eerstgenoemde vertrouwen deze taak toe aan één of meerdere personen die zich daar volledig mee inlaten, in sommige gevallen zich volledig wijden aan één bepaalde sector van de informatie; bijvoorbeeld, een ambtenaar is belast met de relaties met de pers, een andere met de opmaak van een eigen krant, en zo verder. Kleine culturele centra moeten het meestal meer bescheiden doen: in dit geval is één ambtenaar manuje-van-alles en bij gelegenheid ook communicator.

De culturele centra verspreiden naar de inhoud heel wat informatie, en niet alleen over zaken die betrekking hebben op wat in eigen huis gebeurt - door henzelf of door anderen op het getouw gezet - maar ook over wat er buiten gebeurt op cultureel vlak of over dingen die ieder die om cultuur bekommerd is, kunnen interesseren.

Deze veelzijdige informatie wordt afgevuurd op een potentieel zeer ruim publiek maar ook doelgericht nog geaccentueerd door bijkomende informatie te bezorgen aan strak omlijnde publieksgroepen die men min of meer kent. De middelen die hiervoor gebruikt worden zijn in de meeste gevallen zeer uitgebreid en gevarieerd.

De klassieke en bekendste kanalen worden overal gebezigd maar anderzijds stelt men in een klein aantal gevallen vast dat men een beroep doet op originele middelen.

Wat dat allemaal uithaalt is een vraagteken. Alleszins zijn in vele gevallen - ondanks successen in absolute cijfers - de resultaten niet in verhouding tot de aangewende middelen. Onderzoek terzake is nagenoeg niet verricht, doch de nuchtere vaststellingen van enkele verantwoordelijken die hiervoor willen uitkomen, zijn in dat opzicht revelerend. Het probleem is echter complex en zeker niet tot een causaal verband te herleiden.

Omdat daarmee naar onze mening niet alles gezegd was over de informatieverbreiding door culturele centra, polsten we even verder. Zo vernamen we dat over het algemeen de culturele centra weinig of geen aandacht besteden aan hun public relations. Dat kan in elk geval met nog meer zekerheid gezegd worden van de vijf culturele centra die stom bleven ondanks verschillende verzoeken om medewerking. De culturele centra wisselen wel informatie uit onder elkaar en ook met de Federatie van Nederlandstalige Culturele Centra. Ze weten dus wel wat er bij de burens gebeurt doch maken daar slechts weinig gebruik van omdat de situatie meestal anders ligt. Ze zijn evenwel heel wat minder op de hoogte van wat het informatiepakket dat ze aanbieden, kost. Dat is best te begrijpen vermits de meeste culturele centra in min of meerdere mate een beroep kunnen doen op de dienstverlening die de organiserende overheid (provincie of gemeente) ter beschikking stelt. En als men de culturele centra polst naar hun vooruitzichten in verband met hun informatieverbreiding in de toekomst, spreken ze zich meestal resoluut uit voor een toename van het informatiepakket.

De vraag blijft natuurlijk hoe men dit informatie-aanbod dient te beoordelen. Dat is niet eenvoudig. Men staat hier immers voor tegenstrijdige vaststellingen. Vooreerst is er het feit dat de culturele centra verrassend veel gebruik maken van uiteenlopende kanalen om informatie over hun activiteiten te verspreiden. Daartegenover staat het feit dat ze weinig of niets over zichzelf vertellen, over zin en betekenis van een cultureel centrum. Vervolgens stelt men vast dat deze culturele centra die zo'n inspanningen leveren om het grote publiek te bereiken, in feite slechts een zeer fragmentarisch beeld hebben van dat publiek. Het ontbreekt de verantwoordelijken vooral aan tijd en mid-

delen om zich daar mee bezig te houden. Een volgende frappante vaststelling, die echter niet voor alle culturele centra opgaat, is dat dit uitgebreide informatiepakket niet stoelt op een uitgebouwde structuur. Zelden is in de kleine en middelgrote culturele centra iemand hiermee belast maar wordt integendeel deze taak verdeeld onder een aantal medewerkers die dat als een bijkomende opdracht meekrijgen. Een andere eigenaardige vaststelling is dat de culturele centra zich grote inspanningen getroosten om hun eigen activiteiten bij het publiek te «verkopen», doch anderzijds - in vele gevallen althans - even goed aandacht besteden aan de culturele manifestaties die buiten hun muren plaatsvinden.

Men zou zo kunnen doorgaan. Feit is echter dat het niet van een leien dakje loopt om een kijkje te nemen achter de schermen. In dat opzicht zijn heel wat culturele centra zeker geen glazen huizen. «Men heeft hiervoor geen tijd» is een meermaals gehoorde bemerking, en eerlijk gezegd, dat is best te begrijpen. Maar als de culturele centra zelf niet de gelegenheid hebben eigen werking aan een kritisch onderzoek te onderwerpen en zich niet de moeite getroosten om anderen de kans daartoe te laten, komt er nooit enige vooruitgang. In dat geval hoeft het dan ook niemand te verwonderen dat over het onderwerp «cultureel centrum» en zijn uiteenlopende aspecten, zo weinig geschreven informatie te vinden is. «Als een zaak goed draait, vraagt men zich niet af waarom dat zo is», vertelde de directeur van de Federatie van Nederlandstalige Culturele Centra ons, uitgerekend enkele maanden nadat deze organisatie een studiedag had gewijd aan «publiciteitsvoering door culturele centra in Vlaanderen».

bruno verpoorten **evolutie van de vlaamse film en het** **filmkader in vlaanderen sedert 1960.**

Fac. Soc. Wet., Leuven, juli 1979, 173 p.
(Promotor: Prof. dr. J.-M. Peters)

Dit werk vormt het binnenlandse luik van een opzet tot vergelijkende studie over de evolutie van de verschillende nationale filmindustrieën sinds de doorbraak van de «Nouvelle Vague» in Europa.

Het draaiboek over twintig jaar Vlaamse Film start bij de teleurgang van de Vlaamse volksfilm, die wordt weggeconcurrereerd door de opkomende televisie. Na een crisisperiode van vijf jaar komt er aarzelend een nieuwe loopbaan op gang bij het vooruitzicht van een officiële subsidiëringpolitiek. De voorgeschiedenis, sinds de eerste gesproken Vlaamse langspeelfilm («de Witte», 1934) wordt hier slechts geschetst in een korte flash-back, als aanloop naar een nieuwe evolutie sedert de jaren zestig tot aan de produktie van de eerste remake («de Witte», 1980).

Parallel met de bestudeerde filmperiode verlopen twintig jaren van de eerste B.R.T.-Omroepwet. Zowel de bioscoop- als de televisiecarrière van de Vlaamse Film wordt besproken. Terwijl het TV-toestel wordt gepromoveerd van huisbioscoop tot eigen-aardig medium, evolueert naast de Vlaamse filmvertoning op de beeldbuis, tevens de elektronische produktie tot een nieuwe expressievorm.

Een duidelijke omschrijving van de term «Vlaamse Film» of «Nederlandstalige Film in België» vormt het eerste hoofdstuk van de eindverhandeling. Uit de algemene noemer van een zogenaamde «Belgische produktie» wordt de Vlaamse Film gezift. Als belangrijk criterium hiervoor geldt de Nederlandstaligheid, d.w.z. de gesproken taal als

(h)erkenning door het publiek: van de stomme film, via het dialect van de Vlaamse Volksfilm, het boekentaal-A.B.N. en het Vlaams-Nederlands esperanto in dito coproducties, tot een zekere spreekvaardigheid. Hoe stuntelig ook bij de eerste creaties in de eigen taal, eindelijk heeft het Nederlandstalig publiek tenminste een alternatief voor de importproducten met onderschriften.

Bij de eerste films in eigen taal zijn er plots geen onderschriften meer nodig: nu hoeft ook het visuele beeld niet meer te worden verminkt of vervalst door een toegevoegde tekst. Het einde van de beeldenstorm: voor het eerst sedert de stomme film krijgen wij weer een beeld, zoals het door de filmmakers werd gecreëerd. Een openbaring!

Toch blijft er doorgaans nog een verschil tussen het bekijken van een zelfde Nederlandstalige film in Vlaanderen of in Nederland, zowel in de bioscoop als op de kijkbuis van de eigen omroep. De Vlaming krijgt zelden een zuivere film te zien. Meestal wordt het scherm bezoeid met Franstalige onderschriften; de waar kan dan al een Nederlands of Vlaams produkt zijn, de verpakking blijft in feite «Made in Belgium». Zolang deze pollutie duurt, zal elke Nederlandstalige film vervalst blijven door een factor van vervreemding.

De buitenlandse film met Nederlandse onderschriften komt over als een geïmporteerd produkt; de Nederlandse film, geprojecteerd met Franse onderschriften, blijft het stempel dragen van een exportartikel. Hieruit volgt de paradoxale situatie dat je soms naar een Nederlandse bioscoop zou moeten of overschakelen op een Nederlandse TV-zender om een Vlaamse film in zijn oorspronkelijke versie te kunnen bekijken. Getransporteerd naar de schilderkunst lijkt deze toestand op een vorm van kunstroof. Het oorspronkelijke doek kan je bewonderen in het buitenland; een kopie, een herwerkte uitgave, ligt hier ten toon voor het eigen publiek.

Niettemin betekende de eerste film in eigen taal een mijlpaal op de lange weg die het Nederlandstalig filmpubliek heeft afgelegd vóór het eindelijk in een directe «beeldspraak» zou worden aangesproken.

Wij herinneren ons nog de eigen ervaring, toen wij bij het zien van onze eerste Nederlandstalige film, instinctief naar Nederlandse onderschriften zochten, tot wij plots ervoeren dat er geen waren en dat wij de dialoog zonder meer konden verstaan. De misvorming door onderschriften was reeds dusdanig gaan deel uitmaken van ons filmkijken (i.p.v. luisterend-kijken), dat wij het normaal vonden, een gesproken tekst, als onderdeel van de acteercode, te begrijpen via een vertaling in buitenbeelds aangebrachte onderschriften. Wij waren reeds vertrouwd met de gespletenheid een vreemde taal te beluisteren en de vertaling daarvan te «bekijken, te lezen; m.a.w. het ontbreken van de klassieke noise werd als een storing ervaren.

Na de evolutie van de taal in de Vlaamse Film, komt het filmkader in Vlaanderen aan bod, met als eerste mijlpaal het Koninklijk Besluit tot subsidiëring, de oprichting van een Selectiecommissie en een Hoge Raad. Het levensnoodzakelijke Produktiefonds, blijft echter achterwege. Als tweede pijler voor een uit te bouwen infrastructuur worden het Koninklijk Belgisch Filmarchief en het Filmmuseum getoetst. Doelstelling en werking van het Archief worden geëvalueerd op hun waarde als promotor van de Vlaamse Film in binnen- en buitenland. Het Filmmuseum blijkt een waardevolle «projector» voor de eigen film uit het vergeet- of verdomhoekje, namelijk als flash-back voor de produktie uit vervlogen tijden en als podium voor kansloze, doch waardevolle produkten, die te marginaal blijken voor het commerciële circuit.

Tenslotte wordt ook de evolutie van de bioscooptempel geschetst: het verdwijnen van de buurtbioscoop en de opkomst van de studiobioscoop. Kleinschaligheid en multizalen vervangen de oude droompaleizen van de na-oorlogse periode.

Een derde hoofdstuk is gewijd aan de evolutie van de Vlaamse filmproductie: een overzicht van twintig jaar Vlaamse film waarin getracht wordt enkele krachtlijnen te ontdekken en mogelijke wegbereiders voor een nieuw elan. In dit overzicht van twee decennia Vlaamse cinema, wordt ook naar genres gezocht: magisch-realisme, heimatfilm, komedie, eigentijdse thematiek, geëngageerde produktie, films op basis van reële feiten.

Als laatste element in dit hoofdstuk komt het scenario in het brandpunt: de zwakke schakel in de Vlaamse filmketen en de hulpmiddelen die daaraan dienen te verhelpen: scenario-subsidiëring en -wedstrijd, samenwerking auteur-regisseur, seminarie scenarioschrijven. Aangezien heel wat scenario's niet oorspronkelijk zijn, maar gebaseerd op literaire gegevens, krijgt «de film van het boek» speciale aandacht. Een vergelijkende tabel illustreert de verhouding literair werk en draaiboek en de mogelijke samenwerking auteur-regisseur.

Als vierde onderzoeksterrein volgt een close-up van de relatie film en televisie: mogelijkheden en beperkingen van beide media; kansen op samenwerking tussen filmwereld en omroep; de televisiefilm; de coproductie; de verwachtingen bij een nieuwe omroepwet.

Het laatste hoofdstuk vormt een apart luik: «de Vlaamse Kinderfilm en de Kinderfilm in Vlaanderen». Een Vlaamse kinderfilmproductie wacht nog steeds op conceptie, terwijl Jefi- en J.-filmclubs nochtans welig tieren. Meer nog dan de volwassene, heeft het kind nood aan films in de eigen taal.

Het B.R.T.-kinderfeuilleton bestaat wel en de kijkcijfers rechtvaardigen een verdere produktie. Communicatie met het kind in de moedertaal is evenzeer gewenst in de bioscoop. Behalve eigen produkties moet er dan ook worden geijverd voor een geslaagde dubbing van anderstalige films, want kinderen communiceren moeilijk via ondertitels.

De studie besluit met een hoopvol vraagteken - mits een aantal voorwaarden - voor de volgende twee decennia: de Vlaamse Film van 1980 tot aan de drempel van het volgend millennium.

Onderzoeksresultaten en besluiten naar de toekomst:

- Uiteraard werd de Vlaamse filmproductie getoetst op haar communicatief aspect: hoe komt de intentie van de filmmakers over bij het publiek, zowel in de dialoog als in de taal van het beeld? Kortom, is de filmtaal verstaanbaar?
- Voor de gesproken taal in vroegere films is die evaluatie eerder negatief. Dit euvel kan echter rekenen op veel begrip: een spreektaal die zich in de omgang nog moet handhaven zal a fortiori met moeilijkheden kampen als expressiemiddel in een audio-visuele kunstvorm. Stilaan komt er nochtans een «vanzelfsprekendheid» in de dialoog, mede door de ervaring die vele toneelacteurs intussen op de filmset konden opdoen. De nadrukkelijke articulatie van op het podium hoeft niet meer; acteurs en actrices beseffen dat zij kunnen rekenen op micro en geluidsman in plaats van zelf voor megafon te spelen. Behalve het gesproken woord wordt overigens heel het spel natuurlijker.
- Paradoxaal ten aanzien van het vorige, kan overbodig gedialoog echter zoveel mogelijk worden geweerd. De Vlaamse Film zou zich dan beter kunnen waarmaken via zuivere filmtaal. De evolutie in de Zwitsers-Duitse film is hiervan een voorbeeld. Bij dit proces dient tevens een ander extreem vermeden (naast de overdreven dialoog):

het gezochte picturaal effect, de schilderachtige taferelen van een retro-landschap, gemonteerd tot een dramatisch bedoelde film, maar in feite resulterend in een actieloze poëtische evocatie. Ook dit misplaatst fresco komt thans minder voor.

- Het scenario in de Vlaamse Film krijgt eindelijk een degelijke structuur. Waar vroeger vooral literators of regisseurs als would-be scenaristen optraden, bestaat er thans een opleiding scenarioschrijven en wordt dit specifiek schrijven voor de film via allerlei promotie-projecten aangemoedigd. Eén bedenking echter bij de scenario-wedstrijd: waarom ligt de eindhalte van deze prijskamp doorgaans bij het behalen van de trofee en blijft het zo moeilijk een bekroond werk te verfilmen? Kan deze tijd- en energieverspilling niet worden opgevangen door direct de mogelijkheid tot verfilming in te calculeren?
- Als de Vlaamse Film wil overleven, dan moet er zo vlug mogelijk een Productiefonds komen naar Nederlands model, moeten coproducties met Nederland worden aangemoedigd en een formule gevonden om B.R.T. en Vlaamse filmwereld normaal - d.w.z. niet enkel als uitzonderingstoestand - te laten coproduceren.
- Erg hoopgevend ten slotte voor de vitaliteit van de Vlaamse Film in de jaren tachtig is de huidige doorbraak van de alternatieve productie in het aanvaarde circuit: Fugitive Cinema, tot nog toe met het statuut van politiek vluchteling verbannen buiten de commerciële circulatie en gedoemd tot eeuwige kortfilms, heeft eindelijk de kans gekregen om te communiceren met het grote publiek; met resultaat overigens, te oordelen naar het kassucces van «de Witte» in remake. De Hert's film is trouwens geen eenling: «Proefkonijnen», «Slachtoffer» en «Hellegat» zijn producten van dezelfde generatie.

De enige uitzondering op de regel in deze thesis, nl. het monteren van Fugitive-kortfilms met hun reportage-stijl in een overigens enkel tot lange speelfilms beperkte studie - blijkt dus geen misrekening. Wat als marginaal doorging wordt nu «normaal», omdat ook de maatschappij naar deze avant-garde films toe is geëvolueerd. De evolutie van «Gejaagd door de Winst» - als kortfilm - naar «De Proefkonijnen» illustreert dit duidelijk.

Wat gisteren voor velen nog science-fiction leek wordt vandaag reeds achterhaald door de realiteit en morgen misschien opgenomen in de retrotrend.

bibliografie

- ANTHIERENS J. & DUYNLAEGHER P., «Een vrouw tussen hond en wolf» van A. Delvaux - een film belicht, *Knack Magazine*, Deurne, 1979.
- BOLEN Francis, *Histoire authentique du cinéma belge, depuis ses plus lointaines origines*, Bruxelles, Memo & Codec, 1978.
- « DAVAY Paul, *Cinéma de Belgique*, Gembloux, Duculot, 1973.
- DEELEN, Arnoud van, *Sinds Godard - de Franse film vanaf de Nouvelle Vague*, Amsterdam, Van Gennep, 1969.
- DE LAET Danny, *Harry Kümel en de Belgische Film*, Antwerpen, Walter Soethoudt, 1977.
- GINTER Michel, *Cinéma de quartier - Vie et mort d'une salle de cinéma de quartier*, Bruxelles, direction générale Jeunesse et loisirs, Ministère de la Culture Française, 1977.
- MORIN Edgard, *Le Cinéma ou l'homme imaginaire - essai d'anthropologie*, Paris, Gonthier, Meditations 34, 1958.
- NELISSEN Ivo, *Tien jaar filmbeleid in Vlaanderen*, Brussel, Ministerie van Nederlandse Cultuur, 1975.
- PETERS J.M., *Semiotiek van het Beeld, in het bijzonder van de Film*, Leuven, K.U., CeCoWe, Serie «Werkdocumenten», 1978.

Een boek waarover men praat!

DE DERDE INDUSTRIËLE REVOLUTIE

Hoe de micro-elektronica ons leven verandert

door Dieter Balkhausen

De derde industriële revolutie opent nieuwe veelbelovende economische, sociale en geestelijke horizons. Maar voorlopig domineert nog de vraag:

Hoeveel mensen zullen in hun beroep vervangen worden door de microprocessors en microcomputers? Sommigen vrezen dat de arbeidsplaatsen als sneeuw voor de zon zullen wegsmelten.

Anderen hopen dat de intelligente apparaten en automaten de economie een nieuwe stimulans zullen geven. Dat zij de sleutel zullen zijn tot de bevrijding van monotone arbeid, tot meer vrije tijd en een betere ontwikkeling.



STANDAARD BOEKHANDEL

Naamsestraat 57, 3000 Leuven

feiten en meningen uit de media- wereld

TONY VERHELLE
EN
WIM VAN DER BIESEN

Volgens de advocaat-generaal van het Europese Hof van Justitie te Luxemburg is de Belgische wet van 1966, die het doorzenden van RECLAMEBOODSCHAPPEN door kabeltelevisiemaatschappijen verbiedt, in strijd met artikel 59 van het Europees Verdrag dat het vrij verkeer van diensten tussen de landen-leden waarborgt. De Belgische overheid zou het doorgeven van reclame-uitzendingen van andere zenders alleen kunnen verbieden, als zij de openbare orde en veiligheid in het gedrang brengen. Het Europees Verdrag is rechtstreeks bindend, en heeft dus voorrang op de nationale wetgeving, aldus de advocaat-generaal.

Op 6 december 1979 werd te Brussel de eerste EUROPESE CONCENTRAPRIJS voor Communicatiewetenschappen uitgereikt. De prijs ten belope van 100.000 fr. werd door twee laureaten gedeeld: mevrouw Frieda Saeyns (België) voor haar doctoraal proefschrift «Het privé-leven in de informatie- en communicatiemediën», en de heer Antoon J. Van Zuijlen (Nederland) voor zijn werk «The Life Cycle of Magazines».

Voor deze eerste Europese Concentraprijs, die werd ingesteld naar aanleiding van het honderdjarig bestaan van «Het Belang van Limburg», waren er dertien inzendingen uit vijf landen.

Op 14 november 1979 werd te Leuven de driejaarlijkse JAN EN MARIE HUYGHE-PRIJS voor Humane Wetenschappen uitgereikt. Laureaat werd de heer Daniël Vloeberghs, oud-student van het Centrum voor Communicatiewetenschappen, met z'n doctoraal proefschrift «Feedback, communicatie en organisatie. Onderzoek naar de betekenis en de toepassing van het begrip feedback in de communicatiewetenschap en organisatie-theorieën».

De heer Vloeberghs is nu adjunct-directeur aan het Instituut voor Post-Universitair Onderwijs (UFSIA).

Oorspronkelijk was gepland dat de N.O.S. vanaf 1 januari 1980 vijf keer per week met een JEUGDJOURNAAL op antenne zou ko-

men. Eerst werd de startdatum verdaagd tot 1 oktober 1980 en nu komt het ganse opzet op de helling te staan omdat de meeste omroepverenigingen geen voorstander blijken te zijn van een dergelijk jeugdjournaal. Zij zijn van mening dat, indien er dan toch een jeugdjournaal moet komen, het onder de verantwoordelijkheid van alle omroeporganisaties moet vallen, en niet onder die van de N.O.S. alleen.

Dat ook de zo beroemde BBC soms met REGERINGSINMENGING te maken heeft mag blijken uit het volgende. Voor het populaire maandagmiddag-TV-programma «Pebble Mill at One» werd een documentaire serie over de Sovjet-Unie gemaakt waarin de niet-politieke kanten van de sovjetmaatschappij worden belicht, en dan vooral de toeristische. Nu werd van hogerhand plots beslist het programma niet uit te zenden «omdat de «zachte» benadering van de Sovjet-Unie en het regime aldaar te scherp zouden afsteken tegen de internationale situatie». De documentaire werd nu verschoven naar een tijdstip «wanneer de internationale situatie bekoeld is».

Ook wordt de BBC onder druk gezet om een 20 afleveringen tellende cursus over de Russische taal toch maar niet uit te zenden.

Het is waarschijnlijk reeds velen opgevallen dat er de laatste tijd WEINIG ITALIAANSE FILMS te bekijken vallen. Een recent uitgevoerde programma-analyse van 164 partikuliere TV-stations in Italië bracht aan het licht dat in 2 weken 5700 films werden uitgezonden. Om deze concurrentie tegen te gaan tracht de staatsomroep RAI zo veel en zo recent mogelijke films te draaien. Het is nu zover gekomen dat bijna alle belangrijke Italiaanse films van de laatste jaren door de RAI werden geproduceerd. Omdat de films altijd succes moeten kennen krijgen de jonge regisseurs echter geen kans bij de RAI en vermits de privé-filmindustrie in Italië enkel nog geïnteresseerd is in goedkope en winstgevendende seksfilms, liggen alle bronnen droog.

Een ander voorteken dat de Italiaanse film in deze situatie op sterven na dood is: boven het eens zo beroemde «Hollywood van Italië», nl. het Cinecitta-studiocomplex, cirkelen reeds een hele tijd de gieren der grondspeculatie, wachtend op een definitieve sluiting van de studio's.

In GROOT-BRITANNIE is het hele debat over de PRIVACY weer opgelaaid naar aanleiding van een vraag in het lagerhuis omtrent de samenwerking van BBC's Radio 4 met de Engelse «Electricity Generating Board».

Reeds van in het begin van dit jaar zond Radio 4 onhoorbare, gecodeerde signalen uit die speciaal aangepaste, elektrische nachtaccumulatoren aan of uit kunnen draaien. Tot het experiment werd besloten als een bijdrage tot het energiebesparingsprogramma.

Maar omdat het hier gaat om voor de gewone burger niet-detecteerbare signalen die buiten zijn wil om toestellen in huis in- of uitschakelen, zien sommige Engelsen 1984 alweer een stukje dichterbij.

De laatste maanden kwamen de NOS-PERSONEELSLEDEN met een vrij nieuwe en ORIGINELE EIS aandragen. Via hun ondernemingsraad drongen zij er bij de Raad van Beheer op aan de technici tijdens hun werkzaamheden bij voetbalwedstrijden te vrijwaren van molestering. Zo werden naar aanleiding van het topduel Ajax-Feyenoord de technici van radio en TV aangevallen door een horde Feyenoord-aanhangers, gewapend met fietskettingen en ijzeren staven. De kostbare radio- en TV-apparatuur werd als een puinhoop achtergelaten. De technici weigeren nog verder voetbalwedstrijden uit te zenden, wanneer zij een dergelijk risico moeten blijven lopen.

Een studie van de afdeling Kijk- en Luisteronderzoek van de NOS heeft aangetoond dat de LUISTERDICHTHEID van de zes REGIONALE OMROEPEN in Nederland nagenoeg gelijk is gebleven. Alleen bij radio Friesland steeg het gemiddeld aantal luisteraars duidelijk.

Samen met de lente kwam in België een NIEUWE PIRATENZENDER de kop opsteken nl. Radio MAURITIUS International. Uit wat men doorgaans «welingelichte kringen» pleegt te noemen, werd vernomen dat de initiatiefnemers wel eens dezelfde zouden kunnen zijn als deze van wijlen radio Mi Amigo, ditmaal met de financiële steun van o.a. de toeristische dienst van het eiland Mauritius.

Of de nieuwe piraat daadwerkelijk in de eter komt en hoelang hij het er met de nog verscherpte wetgeving volhoudt, valt nog af te wachten.

Er is de laatste maanden reeds heel wat te doen geweest rond het fenomeen van de VRIJE RADIO'S. Waar deze in Wallonië niet alleen gedoogd worden maar zelfs op enige subsidie kunnen rekenen, beperkte de overheid in Vlaanderen zich tot een sterk repressief optreden. Mede door de hevige reacties die dat opriep, is er een adviescommissie vrije radio in de maak met vertegenwoordigers van het Ministerie van de Nederlandse Gemeenschap, van de BRT en van de Vereniging ter Bevrijding van de Eter (VEBE). Deze zal zich moeten uitspreken over een wettelijke reglementering en zich buigen over de technische mogelijkheden inzake frekwentieverdeling.

Het voorstel van minister De Backer om vrije radio's toe te laten op ontkoppelde gewestelijke zenders van de BRT werd door de VEBE-vertegenwoordigers negatief onthaald. «Een regionale omroep onder voogdij van de BRT is iets totaal anders dan vrije lokale radio» aldus de VEBE-woordvoerders. Het laatste woord is in deze kwestie duidelijk nog niet gevallen.

Op 18 maart benoemde de Nederlandse Cultuurraad de 12 NIEUWE LEDEN van de RAAD van BEHEER VAN DE BRT. Voor de CVP zetelen voortaan Paul Marck, Frans Janssens, Alphonsine Phlix, Johan Fleerackers, Jules Vincart en Daniel Lambrecht in de raad, voor de SP is dat Herman Balthazar, Georges Derieuw en Jos Van Roy, de PVV vaardigt Adriaan Verhulst en Armand Beyens af en de VU wordt vertegenwoordigd door Antoon Van Overstraeten. Professor Herman Balthazar, professor geschiedenis aan de RUG werd als nieuwe voorzitter voorgedragen.

Tijdens de persconferentie op donderdag 14 februari maakte minister De Backer van de Nederlandse Gemeenschap de OP-RICHTING bekend van enerzijds een MEDIABIB en anderzijds EEN UITLEENBANK voor VIDEO-APPARATUUR. Voornaamste begunstigde van dit initiatief is het socio-culturele vormingswerk in Vlaanderen.

De Mediabib bestaat uit een «tape-o-theek» waar videotapes met vormende BRT-programma's gratis uitgeleend worden aan erkende socio-culturele organisaties. Omdat vele organisaties niet op hun honger blijven bij gebrek aan infrastructuur wordt hen ook videoweergave-apparatuur ter beschikking gesteld. Om de 3 maand zal Mediabib een lijst produceren van de uit het BRT-aanbod geselecteerde programma's.

Een brochure die het hele stelsel technisch en administratief uit de doeken doet kan verkregen worden bij het Ministerie van Nederlandse Cultuur.

De K.R.A.B. (Kamer van Reklame-adviesbureaus) reikte op 24 april voor de eerste maal een PRIJS uit, bestemd voor de auteurs van universitaire eindverhandelingen gewijd aan reclame. De uiteindelijke bedoeling van een dergelijke prijs is de studie van de reclame aan de universiteiten te bevorderen.

De «Grote Prijs» ging naar ULB-student D. Spinoler («L'Organisation des Agences de Publicité»). Werden gelauwerd met een «Eerste Prijs», F. Brillhaux en M. Linthout van de UCL («Projet de promotion pour le logement étudiant») en R. Adriaens («Zelfdiscipline in de reclame»). De Heer Rik Adriaens is oud-student van het Centrum voor Communicatiewetenschappen van de K.U. Leuven. Hij promoveerde er in 1979.

Ook de eerbiedwaardige BBC ontsnapt niet aan de BESPARINGSWOEDE van de Britse premier Margaret THATCHER. In een brief aan alle 28000 BBC-medewerkers maakte directeur-generaal Ian Thretowan bekend dat om aan de besparingscriteria te voldoen zo'n 1500 arbeidsplaatsen moeten verdwijnen.

Het grootste slachtoffer hiervan zijn de personeelsleden-muzikanten omdat werd besloten van de elf symfonie-orkesten (over heel Groot-Brittannië verspreid) die de BBC rijk is, er vijf op te doeken.

Ook de vormings- en opvoedingssector valt eens te meer onder Thatchers hakbijl. De educatieve programma's van de BBC worden met 10% verminderd, de nieuwsprogramma's met 3%.

Van vele kanten zijn reeds, hoofdzakelijk negatieve, reacties losgekomen. In die kritiek komen 2 punten steeds weer terug: vooral bij de radio wordt er gesnoeid en de programma's die de klappen krijgen behoren tot de goedkoopste uit het hele aanbod.

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.



PHILIPS Europa's grootste lichtfabrikant



uit de tijdschriften

FILM QUARTERLY

Uitgegeven door: University of California Press, Berkeley, California 94720

Vol. 32, nr. 4, zomer 1979.

Interview

Michael DEMPSEY, *Northern Lights: An Interview with John Hanson and Rob Nilsson*, 1

Special feature

Four Shots at *The Deer Hunter*

Michael DEMPSEY, *Hellbent for Mystery*, 10

Marsha KINDER, *Political Game*, 13

David AXEEN, *Eastern Western*, 17

Ernest CALLENBACH, *Phallic Nightmares*, 18

Article

Brian HENDERSIN, *Bazin Defended Against His Devotees*, 26

Review

Ed ROGINSKI, *Picnic at Hanging Rock*, 22

Film book survey, 37

Vol. 33, nr. 1, herfst 1979.

Interview

Randall CONRAD «I Am Not a Producer!» — *Working with Buñuel A Conversation with Serge Silberman*, ...,

Interview

«I Am Not a Producer!» — *Working with Buñuel A Conversation with Serge Silberman*, 2

Articles

Tania MODLESKI, *The Search for Tomorrow in Today's Soap Operas: Notes on a Feminine Narrative Form*, 12

William F. VAN WERT, *The Cinema of Marguerite Duras: Sound and Voice in a Closed Room*, 22

Lucy FISCHER, *The Lady Vanishes: Women, Magic and the Movies*, 30

Vol. 33, nr. 2, winter 1979-80

Don WILLIS, *Fritz Lang: Only Melodrama*, 2
Marsha KINDER, *The Power of Adaptation in Apocalypse Now*, 12

Michael TARANTINO, *Tanner and Berger: The Voice Offscreen*, 32

J.J. MURPHY, *Chris MacLaine: The man, Who Invented Gold*, 44

SIGHT AND SOUND

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

Volume 48, nr. 4, herfst 1979

David WILSON, *A Television Election?*, 204
Richard COMBS and Tom MILNE, *The Romantic Englishman: an interview with Anthony Harvey*, 210

David THOMSON, *In a Lonely Place*, 215

Vincent PORTER, *Film Policy for the 80s: industry or culture?*, 221

Don ALLEN, *Truffaut: twenty years after*, 224
Andrew SINCLAIR, *The Man on Horseback: the seven faces of John Wayne*, 232

Richard ROUD, *Bertolucci on La Luna*, 236

David OVERBEY, *The Other Bertolucci*, 239

Jan DAWSON, *German cinema*, 242

Norman SWALLOW, *Alexandrov*, 246

Patrick McINROY, *The American Méliès*, 250

Jeffrey MEYERS, *Orwell as Film Critic*, 255

Volume 49, Nr. 1, winter 1979/80

Penelope HOUSTON, *Onward But Not Upward*, 2

Michael DEMPSEY, *Apocalypse Now*, 5

John PYM, *Apocalypse Now: An Errand Boy's Journey*, 9

Gilbert ADAIR, *A Meeting with Peter Brook*, 11

Dan MILLAR, *Californian Graffiti: the Hollywood Novel — a posthumous phase*, 18

David NICHOLLS, *Godard's Weekend: Totem, Taboo and the Fifth Republic*, 22

Peter COWIE, *Wajda Redux*, 32

David ROBINSON, *Poland's Young Generation*, 34

Elizabeth Grottle STREBEL, *Renoir and the Popular Front*, 36

Taylor DOWNING, *The Film Company of Ireland*, 42

Kevin BROWNLOW, *Ben Carré*, 46

Michael PILSWORTH, *Buddy, can you Spare a Dime: the television co-production business in Britain*, 51

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.

Vol. 24, nr. 2, 1979

Wilmont HAACKE, Göttingen, *Sind Wochenblätter Zeitungen oder Zeitschriften? Historische Lücken und methodische Mängel Ihrer Erforschung*, 149

Rainer GEIBLER, Hamburg, *Partizipatorisch-pluralistische Demokratie und Medieninhalte. Ein Bezugsrahmen zur Analyse politischer Massenkommunikationsaussagen*, 171

Frans DRÖGE / Narcis GÖBBEL, Bremen, *Kritische Medienerziehung. Kontinuität und Bruch einer konzeptionellen Entwicklung*, 188

Johannes BINKOWSKI, Stuttgart, *Nachrichtenagenturen und globales Schichtungssystem. Eine Forschungsperspektive*, 213

Lubica ZUM FELDE, München, *Der tschechoslowakische Journalist - Kommunikator in einer sozialistischen Gesellschaft*, 223

Vol. 24, nr. 3, 1979.

Barbara BAERNS, Bockum, *Offenheitsarbeit als Determinante journalistischer Informationsleistungen. Thesen zur realistischen Beschreibung von Medieninhalten*, 301

Hans Mathias KEPLINGER, Mainz, *Der Einfluß der Konfliktstruktur auf die Darstellung und Wahrnehmung politischer Gewalt. Zwei empirische Untersuchungen*, 317
Peter TEIGLER, Berlin, *Zum gegenwärtigen Stand der Verständlichkeitsforschung*, 337
Kurt LÜSCHER, Konstanz, *Gesellschaftspolitische Aspekte des Kabelfernsehens. Thesen aus sozialökologischer Sicht*, 344

Hella KELLNER, Mainz / Hendrik SCHMIDT, Frankfurt, *Programmangebot und Mediennutzung. Ein Beitrag zur Diskussion um die Verfassung »Neuer Medien«, speziell des Kabelfernsehens*, 353

Friedrich VON STACHELSKY, Berlin, *Konzept zur Messung der Laborakzeptanz von Telekommunikationsdiensten*, 370

Klaus JENSEN, Tübingen, *Werbezeitschriften für Kinder. »Lurchi's Abenteuer«, »Lokki« und andere — eine Lesemarkt für Kinder*, 380

Hans BOHRMANN, Dortmund / Arnulf KUTSCH, Münster, *Pressegeschichte und Presstheorie. Erich Everth (1878-1934)*, 386

Vol. 24, nr. 4, 1979

Klaus SCHONBACH, Münster, *Elektronische Inhaltsanalyse in der Publizistikwissenschaft*, 449

Hansjürgen KOSCHWITZ, Koblenz, *Internationale Publizistik und Massenkommunikation. Aufriß historischer Entwicklungslinien un gegenwärtiger Trends*, 458

Barbara ESCHENAUER, Mainz, *Zwischen Technikspielerei und lernzielorientierten Curricula. Zum Stand der Medienpädagogik in der Bundesrepublik Deutschland*, 484

Götz FRANK, Hannover, *Grenzen der politischen Meinungsfreiheit für Angehörige der Streitkräfte*, 504

Gerhard SCHMIDTCHEN, Zürich, *Ist Verkündigung im Hörfunk möglich? Kirchliche Sendungen und die religiösen Motive der Hörer*, 511
Jürgen PROTT, Berlin / Jürgen SIMOLEIT, Hamburg, *Die Elektronik im beruflichen Alltag von Nachrichtenredakteuren*, 522
Hans-Martin KIRCHNER, Gauting, *Lokale Sportberichterstattung, dargestellt an der Presseszene im Großraum München*, 542

RUNDFUNK UND FERNSEHEN

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

Jg. 27, nr. 4, 1979

Aufsätze

Willibald HILF / Wolfgang TINNEFELDT, *Der Integrationsauftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks - ein Maßstab journalistischer Arbeit*, 419
Ulrich PÄTZOLD, *Medienpolitische Perspektiven neuer Kommunikationsysteme*, 428
Werner FRÜH, *Verständlichkeit und Leserurteil*, 444
Klaus SCHÖNING, *Akustische Literatur: Ge-
stand der Literaturwissenschaft*, 464

J. 28, nr. 1, 1980

Dietrich BERWANGER, *Die Neue Internationale Informationsordnung und die UNESCO-Mediendeklaration*, 7
Luis Ramiro BELTRAN S, *Massenmedien in Lateinamerika: Spiegelbild einer ungerechten Gesellschaft*, 21
Frank Okwu UGBOAJAH, *Strukturprobleme der Medien in Afrika: Das Beispiel Nigeria*, 40
Rolf SULZER, *Medienstrategien und Entwicklungspolitik*, 56
Klaus WINCKLER, *Medienförderung in der Dritten Welt*, 70

COMMUNICATIONS

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

Nr. 31, 1979.

La nourriture

Pour une anthropologie bioculturelle de l'alimentation
Claude FISCHLER, *Présentation*, 1
Catherine PERLES, *Les origines de la cuisine*, 4
Emmanuel LE ROY LADURIE, *L'allaitement mercenaire en France au XVIII^e siècle*, 15

Véronique NAHOUM, *La belle femme*, 22
Steven J.C. GAULIN, *Choix des aliments et Evolution*, 33
Solomon H. KATZ, *Un exemple d'évolution bioculturelle: la fève*, 53
Igor DE GARINE, *Culture et nutrition*, 70
Pierre AIMEZ, *Psychopathologie de l'alimentation quotidienne*, 93
Matty CHIVA, *Comment la personne se construit en mangeant*, 107
Georges METAILE, *Cuisine et santé dans la tradition chinoise*, 119
Alice PEETERS, *«La pocation cé manman félicité»*, 130
Mary DOUGLAS, *Les structures du culinaire*, 145
Massimo PIATTELLI-PALMARINI, *Structure distale et sensation proximale*, 171
Claude FISCHLER, *Gastro-nomie et gastro-nomie*, 189
Activités du CETSAS en 1978-1979, 211

EDUCATIONAL COMMUNICATION AND TECHNOLOGY

Uitgegeven door: Association for Educational Communication and Technology, 1126 Sixteenth Street NW Washington, DC 20036

Vol. 27, nr. 2, zomer 1979

Gerald F. HERBENER, G. Norman VAN TUBERGEN, and S. Scott WHITLOW, *Dynamics of the Frame in Universal Composition* 83
Joel R. LEVIN, Bruce G. BENDER, and Michael PRESSLEY, *Pictures, Imagery, and Children's Recall of Central Versus Peripheral Sentence Information*, 89
Anthony A. GRECO and Chris McCLUNG, *Effects of Postquestions on learning and Learning Efficiency from Fixed-Pace, Fixed-Sequence Media*, 103
Charles A. RANKOWSKI and Minaruth GALEY, *Effectiveness of Multimedia in Teaching Descriptive Geometry*, 114
G.F. McVEY, *User Assessment of Media Presentation Rooms*, 121
William WINN and Richard J. EVERETT, *Affective Rating of Color and Black-and-White Pictures*, 148
comment
John S. CLAYTON, *Inhibitors to the Application of Technology*, 157
Errata, 164
Book Reviews
W. Patrick LEONARD, *On the Banality of Contemporary Instructional Design Literature*, 165
Denis HLYNKA, reviewer, *John Grierson: Film Master*, By James Beveridge, 167
Susan M. MARKLE, reviewer, *Human Competence: Engineering Worthy Performance*, by Thomas F. Gilbert, 169
Research Abstracts, 173

Vol. 27, nr. 3, herfst 1979.

Daniel W. KING and Lynda A. KING, *Stimulus as a Random Factor in Analysis of Variance:*

Increasing the Generalizability of Findings, 179
Marilyn J. HARING and Maurine A. FRY, *Effect of Pictures on Children's Comprehension of Written Text*, 185
John K. BURTON, and Frances N. AVERSA, *Formative Evaluation Information from Scripts, Scratch Tracks, and Rough Cuts: A Comparison*, 191
Horace G. SMITH, *Investigation of Several Techniques for Reviewing Audio-Tutorial Instruction*, 195
Nikos METALLINOS, *Composition of the TV Picture: Some Hypotheses To Test the Forces Operating Within the Television Scene*, 205
Michael SIMONSON, Pamela THIES, and Georgeann BURCH, *media and Attitudes: A Bibliography Part 1 Article published in AV 217*

Book Reviews

Joan HASSENFLU, reviewer, *Educating All Handicapped Children*, Robert Heinrich, Editor, 237
Ray L. ANDERTON, reviewer, *Strategies for Improving Visual Learning*, by Francis M. Dwyer, 239
Charles B. KLASEK, reviewer, *Planning for Educational Mass Media*, by Alan Hancock, 241
Research Abstracts, 243

JOURNAL OF BROADCASTING

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

Vol. 23, nr. 3, Zomer 1979

Television and Prosocial Behavior

Joyce N. SPRAFKIN and Eli A. RUBINSTEIN, *Children's Television Viewing Habits and Prosocial Behavior: A Field Correlational Study*, 265
Stanley J. BARAN, Lawrence J. CHASE, and John A. COURTRIGHT, *Television Drama as a Facilitator of Prosocial Behavior: «The Waltons»*, 277
Michael E. ROLOFF and Bradley S. GREENBERG, *Resolving Conflict: Methodes Used by TV Characters and Teenage Viewers*, 285

Rules and Regulations

Ron GARAY, *The FCC and the U.S. Court of Appeals: Telecommunications Policy by Judicial Decree?* 301
Michael O. WIRTH and James A. WOLLERT, *Public Interest Programming: Taxation by Regulation*, 319
Linda J. BUSBY, *Broadcast Regulatory Policy: The Managerial View*, 331

Other Research

J. WAKSHLAG, *Sequential Structure in Televised Social Behavior*, 343
Paul MESSARIS, Bruce ECKMAN, and Gary GUMPART, *Editing Structure in the Televised Versions of the 1976 Presidential Debates*, 358

Vol. 23, nr. 4, herfst 1979.

The Economics of Broadcasting

Barry R. LITMAN, *The Television Networks, Competition and Program Diversity*, 393
Raymond L. CARROLL, *Economic Influences on Commercial Network Television Documentary Scheduling*, 411
J. Wes OSBORN, Paul DRISCOLL and Roland C. JOHNSON, *Prime Time Network Television Programming Preemption*, 427

Television and Children

Jans G. WEBSTER, William 6.605 CARELLI
The Relative Appeal to Children of Adult versus Children's Television Programming, 437.

Patricia MORISON, Margaret McCARTHY and Howard GARDNER, *Exploring the Realities of Television with Children*, 453

Other Research

Lee B. BEECKER, Idowu A. SOBOWALE and William E. CASEY, Jr. *Newspaper and Television Dependencies: Effects on Evaluations of Public Officials*, 465

Donald G. GODFREY, *Senator Dill and the 1927 Radio Act*, 477

Susan Tyler EASTMAN, *Uses of Television Viewing and Consumer Life Styles: A Multivariate Analysis*, 491

QUARTERLY JOURNAL OF SPEECH

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

Vol. 65, nr. 3, 1979.

Lawrence GROSSBERG, *Marxist Dialectics and Rhetorical Criticism*, 235

Barbara WARNICK, *Structuralism vs. Phenomenology: Implications for Rhetorical Criticism*, 250

Martha SOLOMON, *The "Positive Woman's" Journey: A Mythic Analysis of The Rhetoric of STOP ERA*, 262

Sonja K. FOSS, *The Equal Rights Amendment Controversy: Two Worlds in Conflict*, 275

Paul D. GOODWIN and Joseph W. WENZEL, *Proverbs and Practical Reasoning: A Study in Socio-logic*, 289

Wayne N. THOMPSON, *Dionysius of Halicarnassus: A Reappraisal*, 303

W. Lance BENNETT, *Rhetorical Transformation of Evidence in Criminal Trials: Creating Grounds for Legal Judgment*, 311

John STEWART, Editor, *Book Reviews*, 324
Robert L. NWANKWO, *Intercultural Communication: A Critical Review*, 324

Other Reviews, 334

Vol. 65, nr. 4, december 1979

Michael J. HYDE and Craig R. SMITH, *Hermeneutics and Rhetoric: A Seen but Unobserved Relationship*, 347

David ZAREFSKY, *The Great Society as a Rhetorical Proposition*, 364

Ronald A. SUDOL, *The Rhetoric of Strategic Retreat: Carter and the Panama Canal Debate*, 379

Robert L. HEATH, *Kenneth Burke on Form*, 382

Michael FEEHAN, *Kenneth Burke's Discovery of Dramatism*, 405

Brant R. BURLISON and Susan L. KLINE, *Habermas' Theory of Communication: A Critical Explication*, 412

Thomas P. ADLER, *The Wesker Trilogy Revisited: Games to Compensate for the Inadequacy of Words*, 429

JOURNAL OF COMMUNICATION

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

Vol. 29, nr. 4, herfst 1979.

Intercom, 3

Stuart EWEN, *The Bribe of Frankenstein*, 12

Barry R. LITMAN, *The Economics of the Television Market for Theatrical Movies*, 20

Frank N. WILLIS, Jr., Joseph A. GIER, and David E. SMITH, *Stepping Aside: Correlates of Displacement in Pedestrians*, 34

Frank OKWU UGBOAJAH, *Developing Indigenous Communication in Nigeria*, 40

Dan SCHILLER, *An Historical Approach to Objectivity and Professionalism in American News Reporting*, 46

Timothy J. LOGUE, *Teletext: Towards an Information Utility?*, 58

Daytime Serial Drama, 66

Muriel G. CANTOR, *Our Days and Our Nights on TV*, 66

Mary B. CASSATA, Thomas D. SKILL, and Samuel OSEI BOADU, *In Sickness and in Health*, 73

Brian ROSE, *Thickening the Plot*, 81

Philip WANDER, *The Angst of the Upper Class*, 85

Satellites for Rural Development

Bella MODY, *Programming for SITE*, 90

Snehlata SHUKLA, *The Impact of SITE on Primary School Children*, 99

Mira AGHI, *The Effectiveness of Science Education Programming*, 104

K.E. EAPEN, *The Cultural Component of SITE*, 106

Clifford BLOCK, Dennis R. FOOTE, and John K. MAYO, *SITE Unseen: Implications for Programming and Policy*, 114

Ronald E. RICE and Edwin B. PARKER, *Telecommunications Alternatives for Developing Countries*, 125

Anna CASEY-STAHMER, *The Era of Experimental Satellites; Where to Go from there*, 137

The Social Meanings of Art, 145

Howard GARDNER, *Entering the World of the Arts: The Child as Artist*, 146

Mark ROSKILL, *"Public" and "Private" Meanings: The Paintings of van Gogh*, 157

John AGRESTO, *Art and Historical Truth: The Boston Massacre*, 170

Emanuel LEVY, *The Role of the Critic: Theater in Israel, 1918-1968*, 175

Judith Lynne HANNA, *Dance and Social Structure: The Ubakala of Nigeria*, 184

Books, 192

Index, 227

TELEVISION QUARTERLY

Uitgegeven door: National Academy of Television Arts and Sciences, 110 West 57th Street, New York, 10019.

Vol. 14, nrs. 2 en 3 en 1979.

Barry COLE and Mal OETTINGER, *Those Cards & Letters Keep a-Comin' to the FCC*, 5

Richard ZOGLIN, *The Trouble with Mary*, 17

Jonathan PRICE, *Can Video Cure?*, 23

Les BROWN, *Now You Can Talk Back to the Big Eye*, 34

Gabe PRESSMAN, *"Happy News?" No! It's Time for the Real Stuff*, 38

David B. KANIN, *From Russia With Propaganda*, 43

Marvin KITMAN, *One 'News Minutes', Please!*, 46

Joel PERSKY PH.D., *Twenty Years of Prime Time*, 50

Heather STRANGE, *Kojak in the Kampung*, 55

Richard LOUV, *Attack of the Giant Screen*, 60

Robert Macniel, *On Using the Media Wisely*, 69

Vol. 14, nr. 4, 1979.

Frank MANKIEWICZ and Joel SWERDLOW, *Sex Roles in TV: Co-Opted Liberation*, 5

Joshua (Bud) GREENSPAN, *Future Schlock: A Fantasy*, 19

Steve ALLEN, *Some Notes on TV's Responsibility to America's Mental Health*, 27

Mary-Lou WEISMAN, *Television That Invites A Response*, 36

Everett c. PARKER, *The Fairness Doctrine*, 41

John WICKLEIN, *A Reply to Dr. Parker*, 49

Lawrence K. GROSSMAN, *"Why Not the Best?..."*, 53

Greta WELKER, *Researching 'The Best of Families'*, 61

Eric SEVAREID, *"We Were Like a Band of Brothers..."*, 71

Hugh M. BEVILLE, *Home Cassette Players and Audience Ratings*, 75

Harriet VAN HORNE, *Book Review*, 85

COMMUNICATION RESEARCH

Uitgegeven door: Department of Journalism, University of Michigan.

Vol. 6, nr. 4, 1979

Muriel G. CANTOR, *The Politics of Popular Drama*, 387

Rebecca COLWELL QUARLES, *Mass Media Use and Voting Behavior: The Accuracy of Political Perceptions among First-Time and Experienced Voters*, 407

Richard L. ALLEN, William T. BIELBY, *Blacks' Attitudes and Behaviors Toward Television*, 437

Jack M. McLEOD, Carl R. BYBEE and Jean A. DURALL, *Equivalence of Informed Political Participation: The 1976 Presidential Debates as a Source of Influence*, 463

G. Cleveland WILHOIT and Associates, *Review Essay, The Communication Yearbook*, 488

Vol. 7, nr. 1, januari 1980.

Robert L. BISHOP, Katherine SHARMA, Richard J. BRAZEE, *Determinants of Newspaper Circulation: A Pooled Cross-Sectional Time-Series Study in the United States, 1850-1970*, 3.

Timothy L. LARSON, *The U.S. Television Industry: Concentration and the Question of Network Devestiture of Owned and Operated Television Stations*, 23.

Charles R. BANTZ, Suzanne McCORKLE, Roberta C. BAADE, *The News Factory*, 45

Kuang-Sheng LIAO, *Mass Media and Crisis Communication in China: Chinese Press Reactions in the 1962 Sino-Indian Border Conflict*, 69

Lee B. BECKER, D. Charles WHITNEY, *Effects of Media Dependencies: Audience Assessment of Government*, 95

Dan DREW, Byron REEVES, *Learning from a Television News Story*, 121

COMMUNICATIONS

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

Nr. 32, 1980

Les actes de discours

Oswald DUCROT: *Analyses pragmatiques*, 11, Jean-Claude anscombe: *Voulez-vous dériver avec moi?* 61.

Benoit de CORNULIER, *Le détachement du sens*, 125

François RECANATI, *Note pour une pragmatique textuelle*, 183.

Eddy ROULET, *Qu'est-ce qu'une acte locutionnaire?*, 190

Eddy ROULET, *Modalité et illocution*, 216

Ryszard ZUBER, *Statut sémantique des actes indirects*, 240.

Herman PARRET, *Les stratégies pragmatiques*, 250

Jef VERSCHUEREN: *A la recherche d'une pragmatique unifiée*, 274

SCREEN EDUCATION

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

Nr. 31, zomer 1979.

Raymond WILLIAMS, *Editorial*, 1
Raymond WILLIAMS, *Television and Teaching*, 5

Umberto ECO, *Can Television Teach*, 15
Manuel ALVARADO, *Teaching Television*, 25
John O THOMPSON, *Up Aporia Creek*, 29
Jenny TAYLOR and Dave LAING, *Disco-Pleasure-Discourse: On 'Rock and Sexuality'*, 43

Griselda POLLOCK, *Three Perspectives on Photography*, 49

Jim GREALLY, *The Media's War in Ireland*, 55
Richard COLLIN, *Panic Among the Baked Beans*, 61

Carl GARDNER (with Margaret Henry), *Racism, Anti-racism and Access Television: The Making of Open Door*, 69

Geoffrey SCHERIDAN, *A Comment on Open Door*, 79

Alan HORROX, *Our People*, 83

Denis MacSHANE, *Reporting Race*, 91

Nr. 32/33 herfst/winter 1979/80

On photography

Manuel ALVARADO, *Photographs and Narrativity*, 5

John BERGER & Jean MOHR, *The Authentic Image*, 19.

Studies in Film

Steve NEALE, *The Same Old Story*, 33

Antony EASTHOPE, *Notes on Genre*, 39,

Paul KERR, *Out of What Past?*, 45

Sheila JONSTON, *The Author as Public Institution*, 67.

Chris RODRIGUES, *Money and Hegemony in Film Culture*, 79

Pam COOK, *Teaching Avant-Garde Film*, 83

Claude BAILBLE, *Programming the Look*.

Culture and Communication

Francis MULHERN, *Review: Media, Politics and Culture*, 135

Simon FRITH, *Review: Ideology and Cultural Production*, 137

Philip CORRIGAN, *Review: Fictions and Ceremonies*, 138

Madeleine MacDONALD, *Cultural Reproduction*, 141

Communication Studies at N and F level: SEFT's comment to the Schools Council, 154

MEDIEN UND ERZIEHUNG

Vierteljahresschrift für audiovisuelle Kommunikation.

Uitgegeven door: Arbeitszentrum Jugend Film Fernsehen e. V.

Walterstrasse 23, 8000 München 2.

Jg. 24, nr. 1, 1980

Statt eines Editorials: *Gedanken eines Video-Machers*, 2

Video alternatív

Margret KÖHLER, *Alternative Videoarbeit - Suche nach neuem Selbstverständnis?*, 3

Kurt JOHNEN: *Alternative Videoarbeit in Hochschulen - ist das möglich?*, 13

Monika M. HEILSCHER: *Alice lockt hinter den Spiegeln. Gedanken zur Videoarbeit von Frauen*, 17

Josef SCHNELLE, *Regionale Videoarbeit - Am Beispiel „Kölner Wochenschau“*

Diskussion

Peter MEYER: *Zur Medienpädagogik nach 1945. Konzeptionen, Positionen und Tendenzen einer erziehungswissenschaftlichen Teildisziplin aus problemgeschichtlicher Sicht*

FILM EN TELEVISIE

Uitgegeven door: Katholieke Filmliga, dienst van de Katholieke Filmactie, Olmstraat 10, 1040 Brussel

Nr. 273, februari 1980:

Bios in de jaren '80, 4.

De «Best 10», 1979, 6

Overleden in 1979, 10

Nu is't genoeg, 14.

Dossier: De proefkonijnen, 16

Jaarrepertorium 1979, 23

Holland Today (deel 1), 32

Nr. 274, maart 1980

Mama cumple cien años, 4.

Patrick Conrad en Slachtvee, 6

Het kind in de film, 8

Filmgebeuren Gent, 13

Kwaliteitsfilm-festival, 16

Holland Today (deel 2), 18

Best 20 van de lezer(es), 24

Nr. 275, april 1980

Berlijn '80, 4

FIA '80, 12

De Witte, 16

De Hert vrijuit, 18

Yanks, 24

Kramer vs. Kramer, 26

The Amityville Horror, 28

Bez Zniczulenia, 30,

Tengoku to jigoku, 31

Vinterborn, 32

A un dios desconocido, 33

Io sono Anna Magnani, 34

Promises in the Dark, 35

MASSACOMMUNICATIE

Uitgegeven door: Stichting onderzoek Massacommunicatie Postbus 258, 6500 AG Nijmegen

Jg 8, nr. 1-2 Februari, april 1980.

Speciaal dubbelnummer inhoudsanalyse

Prof. Dr. De VOIGT, *Maatschappelijke orde en massacommunicatie* (p. 1)
Drs. R. H. VONK, *De Wetenschap in dagbladen; een momentopname* (p. 25)
Drs. H. WELLES, *Een methode voor het analyseren van openbare discussies over zaken die het algemeen belang raken* (p. 40).

GAZETTE

International Journal for mass communication studies.

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

Vol. XXV, nr. 4, 1979.

James Glen STOVALL, *Conflict in the colonies. The London Times coverage of Watergate from the break-in to the pardon*, 209
Sylvanus A. EKWELIE, *The Nigerian Press under military rule*, 219
Frank L. KAPLAN, *The plight of foreign news in the U.S. mass media: An assessment*, 233
Bibliography, 244
On the contributors of this issue, 256

DE PERS - LA PRESSE

Uitgegeven door de Belgische Vereniging van de Dagbladuitgevers, v.z.w. Belliardstraat 20, 1050 Brussel.

Jrg. 26, nr. 3, november 1979.

Nieuw nederlandstalig dagblad «De Lloyd», 8, *Jeugd en Krant bij Belang van Limburg*, 11, *Eerste Europese Concentra-Prijs voor Kommunikatiewetenschappen*, 13, *Prijs voor journalistiek van het Gemeentekrediet*, 16, *De Viewdata markt*, 18, *De Times is terug*, 30.

PRESSE ACTUALITE

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

Nr. 141, december 1979.

Yves L'HER, *L'Affaire Boulin et l'Information*, 11.

René PUCHEU, *Cinq questions sur les "Unes"*, 12-22.

Francis BALLE e.a., *Où s'arrête la vie privée de l'homme public?*, 22-31.

Claude-Jean BERTRAND, *Entretien avec Joël Stratte-Mc Lure*, 32-38.

Anika MICHALOWSKA, *Entretien avec Donald Morrison*, 39-41.

Jacques CHAREYRE, *Où en sont les radios en France*, 42-50.

X., *La diffusion des principaux périodiques français*, 51-61.

Nr. 142, januari 1980.

Pierre BRIANCON en Emmanuel GABEY, *Entretien avec Henry Dougier ("Autrement")*, 12-15.

Gilles FABRE-ROSANE, *Les radios locales*, 16-24.

Jean-Jacques BARRERE, *Lorraine coeur d'acier*, 25-29.

Bernard LOUIS, *Entretien avec Pierre Sainderichin*, 30-34.

B.L., *Le guide de l'Etudiant*, 34-37.

Christian HERMELIN, *Apprendre à lire le journal: la publicité*, 38-46.

Christian RUDEL, *La presse nationaliste du pays basque*, 47-52.

J.C., *L'information en Côte-d'Ivoire*, 53-56.

J.C. SERGEANT, *Le "Times" retrouvé*, 57-62.

Nr. 143 februari 1980

Au jour le jour: les nouvelles de la presse, 2, *On chuchote*, 4, *Les rats*, 7, *Entretien avec René Lenoir*, 10, *Satellite et télématique*, 14, *Le courrier du coeur*, 22, *Entretien avec Daniel Mugnier (CESP)*, 28, *Apprendre à écouter la radio*, 34, *Entretien avec Philippe Labro*, 40, *«Time» et le lecteur international*, 46, *La presse à l'école en Suède*, 50, *Les hélicoptères des stations TV-américaines*, 53, *La presse noire aux Etats-Unis*, 54.

Nr. 144, maart 1980

Au jour le jour: les nouvelles de la presse, 1, *On chuchote*, 4, *Entretien avec Philippe Alexandre*, 12, *Les syndicats de journalistes*, 18, *L'éclatement d'un groupe «Le Progrès Le Dauphine Libère»*, 29, *Entretien avec Dominique Wolton sur l'informatisation de la presse*, 36, *Cela s'appelle «L'Aurore»*, 43, *Apprendre à écouter la radio*, 48, *La presse à l'école les stages de l'ARPEI dans l'Ouest*, 56, *Les kiosquiers à Paris*, 58.

Nr. 145, april 1980

Au jour le jour: les nouvelles de la presse, 2, *On chuchote*, 4, *Les journalistes arabes et européens dialoguent*, 6, *Opinion sur quelques mythes de l'information en France*, 11, *Entretien avec Gérard Théry directeur des Télécommunications*, 14, *La presse juive en France*, 24, *L'écologie dans les médias*, 28, *Rencontre avec Nél Guiriec, reporter photographe à «Ouest-France»*, 36, *«Les Pays» lancé par «L'Alsace» à Belfort-Montbéliard?*, 39, *La presse des voyages et des vacances*, 42, *Les journaux de mon grenier la question des formats*, 48, *Entretien avec Charles Antoine, directeur de l'agence DIAL*, 50, *La commission paritaire des publications et agences de presse*, 56.

ADVERTEREN IN DIT NUMMER

Het Belang Van Limburg 5

Ce Co We 15

Standaard Boekhandel 25

Philips 28

Gemeentekrediet 34

Inelco 41

Van Loghum Slaterus 42

*Bij het
Gemeentekrediet
vindt U een volledige
bankservice.*

*Vraag hierover meer
inlichtingen bij
één van de 1400 agenten
van het Gemeentekrediet.*

*Zijn adres staat vermeld
in de Gouden Gids,
rubriek "Banken".*



**sparen bij het
GEMEENTEKREDIET
zeker en vast!**

TELEVISIE

Gerd VAN ELST,

Fernsehen und Emanzipation. Vom Massenmedium zum Medium der Massen,
Prometh Verlag, Köln, 1978, 319 blz.

Vertrekkende van de theoriekritische concepten van Adorno, Dahmüller, Hund, Kommer, Knilli, Negt en Kluge zoekt de auteur een brug te slaan tussen de reële belangen binnen het televisiebedrijf enerzijds, en de door de technologische productiekraften en sociale verhoudingen mogelijk-realiseerbare communicatie anderzijds. Meer specifiek bestudeert hij de band tussen de alledaagse (arbeiders) bewustzijn en de TV-ideologie. Het is echter niet zijn bedoeling dit thema enkel op theoretisch vlak uit te diepen. Daarom speurt hij tevens naar ontwikkelings- en toepassingsmogelijkheden voor een alternatief TV-gebruik; die hij in een democratische participatie en burgerinitiatieven, lokale TV en video meent gevonden te hebben.

J.S.

Jerry MANDER

Schafft das Fernsehen ab! Eine Streitschrift gegen das Leben aus zweiter Hand,
Rowohlt Verlag, Reinbek bei Hamburg, 1979, 319 blz.

In deze oorspronkelijk Amerikaanse publicatie-originele titel: «Four Arguments for the Elimination of Television» - heeft de auteur definitief willen afrekenen met de verderfelijke, destructieve invloeden van het televisie-medium. De opmerkelijke zelfverzekerdheid en de radicale aanpak van Jerry Mander kunnen voor een belangrijk deel worden teruggebracht tot zijn jarenlange ervaring als publiciteitshoofd van een gerenommeerd reclameagentschap in San Fransisco, Freeman, Mander and Gossage, dat zich vnl. heeft beziggehouden met de productie van Amerikaanse TV-commercials. In deze functie heeft de auteur rechtstreeks te maken gehad met het ontwerpen en het produceren van suggestieve reclameboodschappen, die bij verspreiding via de televisie het grote publiek manipuleren. De jarenlange betrokkenheid bij deze massamanipulatievormen heeft bij de auteur een radicale ommekeer teweeggebracht, die in een onverbloemde strijdtal overduidelijk gereflecteerd wordt in voorliggende publicatie.

De anti-televisiehouding van Jerry Mander wordt niet uitsluitend gevoed met eigen ervaringen maar is daarbij vooral gebaseerd op een aantal wetenschappelijke bevindingen die eerder (1977) uitvoerig behandeld werden door Marie Winn Miller in een even radicaal anti-televisiestrijdschrift, «The Plug-in Drug», dat eveneens door de Rowohlt uitgeverij in Duitse versie - «Die Droge im Wohn-

zimmer» - op de markt is gebracht en waarin primair gewaarschuwd wordt voor de nefaste invloed van het televisiekijken bij kinderen die hierbij dreigen te ontaarden tot ideeënloze, passieve en anticomcommunicatieve automaten. Voor Jerry Mander kan de televisiekwaal enkel worden uitgeroeid door een totale eliminatie van het televisie-medium omdat «das Medium Fernsehen nicht reformierbar ist... Das Medium Fernsehen für neutral und daher veränderbar zu halten, ist ebenso absurd wie von einer Reform der Kanonen zu sprechen».

K.H.

FILM

Curt RIESS,

Das gab's nur einmal. Die grosse Zeit des deutschen Films,
Molden-Taschenbuch-Verlag, Wien/München, 1977, 5 Volumes, geïll.

Curt Riess heeft in zijn historische roman over de Duitse film de lezer een totaalbeeld willen meegeven van de opeenvolgende gebeurtenissen en ontwikkelingen binnen de Duitse filmindustrie, waardoor het globale eindproduct een erg volumineus document is geworden.

Om zijn filmhistoriek overzichtelijker te maken heeft de auteur de Duitse filmgeschiedenis opgesplitst in een vijftal periodes die ieder afzonderlijk in een apart volume behandeld worden. In een eerste deel wordt de periode van de Duitse stomme film doorgeleefd waarbij uitvoerig aandacht wordt besteed aan de prestaties van gerenommeerde figuren als Pola Negri, Asta Nielsen, Emil Jannings, Ernst Lubitsch, Friedrich Murnau en Fritz Lang.

De tweede aflevering is vnl. gecentreerd op de Duitse cinema na de introductie van de geluidsfilm waarbij de lezer vooral geattendeerd wordt op de voortdurende expansie van de UFA, de overkoepelende Duitse filmmaatschappij die in de jaren dertig door de nationaal-socialisten omgebogen wordt tot een efficiënte propagandamachine. De destructieve gevolgen van deze absolute staatsmonopolisering worden uitgebreid geëxploreerd in het derde deel van deze filmhistoriek.

De voorbije wereldoorlog heeft het Derde Rijk van Hitler totaal uit mekaar gehaald. Ook de Duitse filmindustrie is volledig uitgeschakeld en blijkt erg moeizaam tot een heropbouw te komen. In de laatste afleveringen wordt de evolutie van de naoorlogse cinema in Duitsland geanalyseerd tot het einde van de jaren vijftig. Op dat ogenblik wordt volgens de auteur het Duitse filmgebeuren met een totale ondergang bedreigd «weil die deutschen Filme einfach zu schlecht geworden sind». In zijn analyse van de naoorlogse periode heeft Curt Riess duidelijk laten blijken dat de échte Duitse filmgeschiedenis in

feite afgesloten wordt met het uitbreken van de tweede wereldoorlog. De kroniek van de Duitse film in de jaren vijftig wordt dan ook sterk toegespitst op de prestaties van een aantal populaire filmvedetten (Sonja Ziemann, Rudolf Prack, Maria Schell, O.W. Fischer, Romy Schneider...), die echter niet in staat zijn de Duitse cinema tot zijn vóóroorlogse niveau op te tillen.

K.H.

Birgit HEIN und Wulf HERZOGENRATH (Hrsg.),

Film als Film. 1910 bis heute. Von Animationsfilm der zwanziger zum Filmumgebung der siebziger Jahre,
Verlag Gerd Hatje, Stuttgart, 1979, 267 blz., geïll.

In het voorwoord wordt het opzet van de auteurs meteen duidelijk geformuleerd wanneer zij stellen dat met deze publicatie gepoogd wordt een zo volledig mogelijk handboek samen te stellen over de absolute, de abstracte, de experimentele...avantgarde film.

In een inleidend gedeelte wordt aan de hand van een aantal relevante teksten en documenten de ontstaansperiode van de absolute film gereconstrueerd. Hieruit blijkt de nieuwe filmkunst aanvankelijk een uitsluitend Europese aangelegenheid te zijn die teruggaat tot de jaren twintig en waarbij het oeuvre van Walther Ruttmann, Hans Richter en Viking Eggeling - figuren die actief werkzaam zijn in de schilderkunst - als baanbrekend pionierswerk wordt vooropgezet. Het eerste deel van deze filmhistoriek wordt volgemaakt met een situatieschets van de Europese avant-gardefilmbewegingen in het decennium na W.O.I.

Vanaf 1930 heeft de experimentele film ook ingang gevonden in de V.S. In aparte hoofdstukken wordt uitgebreid aandacht besteed aan een aantal nieuwe stromingen en artistieke experimenten (West Coastfilms, Fluxusbeweging, Andy Warhol), waarvan de basisconcepten duidelijk geconcipeerd werden naar analogie met het oeuvre van de Europese pioniers.

De filmische avant-gardebeweging in de V.S. verwerft een internationale bekendheid in het begin van de jaren zestig met het ontstaan van de 'underground filmmovement', waarbij voornamelijk de werken van Stan Brakhage, Kenneth Anger, Jack Smith en Gregory Markopoulos centraal staan.

De undergroundfilms zullen op hun beurt het basisfundament vormen voor de 'structurele film' die op het einde van de zestigerjaren gelanceerd wordt door P. Adams Sitney, de uitgever van het filmtijdschrift 'Film Culture'. Na de analyse van de Amerikaanse situatie komt de tweede fase van de Europese avant-garde cinema aan bod die in Oostenrijk gestart wordt met de filmproducties van Peter Kubelka en Kurt Kren. Hierbij pogen de auteurs een totaalbeeld op te hangen van de Europese abstracte filmkunst in de jaren

zestig via een gedetailleerde biografische doorlichting van haar voornaamste vertegenwoordigers (Bruszewski, David Dye, Peter Gidal, Werner Nekes, Rüdiger Neumann, Josef Schoffel, Hans Scheugl...). Het overzicht van de internationale avant-garde cinema wordt afgerond met een beschouwende analyse over de 'expanded cinema', een aparte vorm van structurele film die in het begin van de jaren zestig is ontstaan samen met de internationale 'Expanded Arts'-beweging die vnl. gekenmerkt werd door de kulturele «Happenings» (o.a. Action Painting) die voor alles het individueel en het maatschappelijk bewustzijn wens te veranderen.

Met voorliggende publikatie zijn beide auteurs behoorlijk in hun opzet geslaagd om een zo compleet mogelijk handboek over de avant-gardefilm op de markt te brengen. Jammer dat wij tevergeefs gezocht hebben naar een exacte definitie en formulering van wat de absolute of abstracte of structurele of experimentele of... film nu precies is.

K.H.

Hans Günther PFLAUM (Hrsg.),
Jahrbuch Film 79/80. Berichte/Kritiken/Daten,
Carl Hanser Verlag, München, 1979, 253 blz.

Hans Günther PFLAUM und Hans Helmut PRINZLER
Film in der Bundesrepublik Deutschland,
Carl Hanser Verlag, München, 1979, 332 blz.

Hans Günther Pflaum is met zijn reeks jaarboeken van de Westduitse film aardig op weg een onmisbaar naslagwerk samen te stellen voor elkeen die zich op één of andere manier aangetrokken voelt tot het recente cinema-gebeuren in de Duitse Bondsrepubliek. Ook in het vorig jaar uitgegeven handboek over de Duitse film, dat Pflaum samen met Hans Helmut Prinzler bij mekaar heeft geschreven, wordt een compleet overzicht gegeven van de evolutie van het Duitse film-gebeuren vanaf het begin van de jaren zestig. Beide auteurs starten hun cinematografische analyse met het «Oberhausener Manifest» van 1962, dat een historische mijlpaal voor de Duitse cinema heeft betekend. Op dat ogenblik wordt de «Junge Deutsche Film» geboren die definitief gaat doorbreken met de oprichting van het «Kuratorium Junger Deutscher Film» in 1965. In het eerste deel van de studie worden de recente ontwikkelingen van de Duitse film verder geëxploreerd via een grondige analyse van het oeuvre van de talrijke filmmakers. De overige bijdragen van het filmhandboek worden aangeboden als een systematisch lexicon vol nuttige informatie over het organisatorisch-structurele raderwerk van de Duits filmindustrie, waarbij het geheel verder gedocumenteerd wordt met een filmografische doorlichting van de '100 belangrijkste registers'.

De derde editie van het jaarboek wordt evenzeer als beide vorige afleveringen rijkelijk gestoefd met een opmerkelijke reeks kritisch-beschouwende artikelen waarin een globale round-up van de Duitse cinema wordt nagestreefd. De analyse blijft dan ook niet beperkt tot een uitvoerig commentariëren van de absolute hoogtepunten uit de

Duitse filmproductie van het voorbije jaar («Die Blechtrommel» - Volker Schlöndorff; «Nosferatu»-Werner Herzog; «Die Ehe der Maria Braun»-R.W.Fassbinder), waardoor voldoende ruimte gelaten wordt voor de overige facetten van het Duitse filmproces (de Duitse experimentele film, de 'Kommunale Kino', de filminformatie op de Duitse televisie,...). In het documentaire deel van het jaarcompendium worden aan de hand van relevant cijfermateriaal de recente, financieel-economische ontwikkelingen in de diverse filmsectoren geanalyseerd. Het jaarboek wordt keurig afgesloten met een lijst van relevante biografische referenties waarbij de lezer nog eens extra wordt geattendeerd op de inhoud van de twee vorige afleveringen.

K.H.

AGENDA SETTING

Donald L. SHAW and Maxwell E. McCOMBS (eds.).

The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press.

West Publishing Co, St. Paul, 1977, 211 blz.

De in 1972 in *Public Opinion Quarterly* (36: 176-87) onder de titel *The Agenda-Setting Function of Mass Media* verschenen analyse van McCombs en Shaw over de presidentiële kiescampagne van 1968 zette het communicatie-onderzoek op een nieuw spoor: nl. dit van de 'agenda-setting'. Met de agenda-setting-functie van de massamedia wordt bedoeld dat de media wel degelijk een effect sorteren; niet zozeer doordat ze de mensen zeggen 'hoe' ze over iets moeten denken, dan wel 'waarover' ze moeten denken. Door de agenda-setting-functie wordt een situatie gecreëerd waarbij de ontvangers van culturele boodschappen de argumentatie in een bericht kunnen verwerpen, maar geen zicht krijgen op de structuur of de volledigheid van de verstrekte informatie.

Hogergenoemd artikel heeft binnen het effectenonderzoek heel wat stof doen opwaaien. De tot dan toe bekomen resultaten werden aan de hand van de agenda-setting-research immers fundamenteel bevestigd en op belangrijke punten verruimd.

Maar ook de bevindingen van de vroegere agenda-setting-studies zelf dienen uit- en aangezuiverd. Dit boek is de eerste serieuze poging in die richting. Het betreft een follow-up onderzoek in een 'typisch' Amerikaans stadje met een gesloten mediasysteem - Charlotte in North Carolina - naar aanleiding van de presidentsverkiezingen van november 1972 (Nixon/Mc Govern).

Afgezien van de methodologische bezwaren die tegen dergelijk onderzoek kunnen geopperd worden - de agenda-setting-research is eigenlijk een combinatie van twee methodologische benaderingen: de inhoudsanalyse en het veldonderzoek -, hebben o.i. vier theoretische 'vóóronderstellingen' de eindconclusies 'beïnvloed':

1- De auteurs beschouwen de massamedia nog steeds als een onafhankelijke 'vierde macht'. Ze zijn blind voor de economische, politieke e.a. belangen die achter mediastructuren verborgen zitten.

2- In het onderzoek worden de onder-vraagde personen (de kiezers) als individu en niet als lid van een sociale groepering of klasse benaderd.

3. De hoofdklemtoon van het onderzoek ligt bij de relatie tussen pers en kiesgedrag. Het medium televisie werd slechts in tweede instantie als analyse-object in het onderzoek geïntegreerd.

4- Aangezien het hier een onderzoek naar de agenda-setting van 'informatieve' inhoud (verkiezingsitems e.d.) betreft, en deze beter via de pers dan door middel van televisie (die meer op 'amusement' afgestemd is) kunnen overgedragen worden, kan dit uitgangspunt de onderzoeksresultaten gemanipuleerd hebben. Een studie naar de agenda-setting van amusementsinhouden zal wellicht andere conclusies opleveren.

Het onderzoek stelt de agenda-setting vanuit vier invalshoeken ter discussie. Vooreerst tracht men het concept 'agenda-setting' en de algemene implicaties op maatschappelijk vlak aan te zuiveren: "Agenda-setting is the end result of a process of institutional and personal decisions." Vervolgens bestudeert men de verschillende verkiezingsitems die de kiezers kunnen raadplagen aan de hand van de media-informatie, de politieke propaganda (TV-reclame), of de discussies met familie en vrienden (interpersonele communicatie). Verder vergelijkt men de effecten van pers en TV op lange termijn, naar publieks- en leeftijdsgroep. Tenslotte plaatst men de agenda-setting binnen een ruimer politiek proces.

De o.i. interessantste hypotheses, zijn de volgende:

1. Algemeen

a) De nieuwsmedia slagen er beter in nieuwe feiten en gebeurtenissen op te rakelen, dan nieuwe ideeën aan de man te brengen.

b) De nieuwsmedia kunnen wel cognitieve effecten te weeg brengen, maar zijn alléén niet bij machte het gedrag van de mensen te wijzigen.

c) De media bevestigen en versterken de heersende meningen, eerder dan ze ter discussie te stellen of te veranderen.

ç. Relatie media-publiek:

a) De media spelen wel een hoofdrol in het verwoorden en verduidelijken van de interesses van het publiek, maar ze zijn niet de exclusieve bepalers van de publieksagenda.

b) Op macro-vlak is er een niet te miskennen agenda-setting-functie van de media. Op micro-vlak is de invloed van de media ook afhankelijk van andere factoren als de 'nood aan informatie en duiding', de 'frequentie van blootstelling aan de media' en de interpersonele communicatie. Opvallend is evenwel dat naarmate mensen vaker en actief aan vormen van interpersonele communicatie participeren, ze in hun persoonlijke agenda de media-agenda (vooral met betrekking tot onderwerpen van nationaal belang) gaan overnemen. (Er is evenwel geen bewijs van de rol van opinieleiders geleverd.)

c) De televisie-agenda beïnvloedt wel de interpersonele agenda (de onderwerpen waarover door mensen gepraat wordt), terwijl de persagenda meer invloed heeft op de individuele agenda.

d) Er bestaat een positieve correlatie tussen een hoger onderwijsniveau en het agenda-effect van de pers, en tussen een lager scholingspeil en het TV-effect.

3. Met betrekking tot het mediagebruik :

a) Het effect van agenda-setting bij individuen staat in direct verband met de frequentie van het mediagebruik. Mensen die veel TV-kijken zijn meer gevoelig voor de aangeboden agenda, dan weinig TV-kijkers.

b) Er viel een progressieve toename van het mediagebruik (vooral aan TV) waar te nemen naarmate de kiescampagne naar haar einde liep.

c) Deze toename van het mediagebruik verhoogde ook de behoefte aan interpersonele communicatie. De interpersonele communicatie lijkt op haar beurt de media-agenda nog te versterken.

d) Behoeftes aan oriëntatie en informatie drijft het mediagebruik op. Er zijn wel correlaties tussen de individuele agenda's en persagenda's, maar niet tussen de eerste en de televisie-agenda's. Er bestaat dus een significant verschil tussen de agenda-setting-rol van pers en TV.

4. Verschil tussen pers en televisie :

a) Beide media hebben verschillende agenda-setting-rollen. De verschillende effecten van de twee media worden ook bepaald door de natuur van de individuele agenda en het karakter van de agenda-setting-rol van de twee media.

b) Men stelde twee fasen vast in de agenda-setting van de verkiezingscampagne. In de aanvangsperiode bracht alleen de pers onderwerpen aan; naarmate de campagne vorderde deden pers en TV dat samen. Alhoewel er stylistische en technische verschillen zijn tussen de twee media, was de agenda-setting eerder gedeeld dan versterkt.

c) Het medium televisie heeft een onmiddellijk effect op korte termijn ("TV news is more like the front page"), terwijl de pers nieuwe items aandraagt.

Het boek bevat verder nog een uitgebreide bibliografie.

J.S.

NIEUWS

Gaye TUCHMAN,

Making news. A study in the construction of reality,

Collier MacMillan, Middlesex, 1979, XI + 244 blz.

Aan alle sprookjes komt een einde. Om het einde van het "nieuwssprookje" - nieuws is een methode om de realiteit te verdoezelen - te kunnen begrijpen raden we de lezer aan deze voortreffelijke publikatie van Gaye Tuchman ter hand te nemen.

De basisgedachten van Tuchman ten aanzien van nieuws en nieuwsorganisaties zijn reeds bekend door haar tijdschriftartikels. "Routinizing the Unexpected", "Objectivity as strategic ritual", "The newspaper as a social movement's resource" en "TV news: construction of reality" worden in dit werk enerzijds uit elkaar gerfeld en anderzijds omvattender ingekleed.

Om te kunnen aantonen dat nieuws niet louter een weerspiegeling is van de realiteit maar een realiteit op zichzelf gaat uitmaken, plaatst Tuchman "nieuws" in de categorie waarin "verhalen" thuishoren. Ergens is er een overeenkomst tussen verhalen die be-

ginnen met "er was eens heel lang geleden" en "Egyptische vliegtuigen hebben gisteren een Libanese luchtmachtbasis gebombardeed". Waar deze overeenkomst begint en waar ze eindigt wordt in het eerste hoofdstuk uiteengezet. Eenmaal nieuws binnen dit kader geplaatst, worden de tijdelijke en ruimtelijke dimensies van nieuws aangepakt. Daarna wordt plaats ingeruimd voor de nieuwsmakers en de nieuwsorganisaties, om ten slotte nog aandacht te besteden aan nieuws als kennisinstrument.

De vaak gespeelde wijze waarop de auteur deze complexe materie hanteert loont op zichzelf al de moeite om het werk door te nemen. Welke lezer voelt niet de neiging om te vragen "en wat is het vervolg", wanneer hij geconfronteerd wordt met de zin: "Due to circumstances beyond our control, nothing new happened today and so CBS is canceling tonight's Evening News. Walyer Cronkite will return tomorrow - if something interesting happens" ? Het vervolg is niet teleurstellend. Dat maakt de waarde uit van deze publikatie.

C.L.B.

Michael-Andreas SCHMIDT **Tagesberichterstattung in Zeitung und Fernsehen. Untersuchung zur Komplexität konkurrierender Medien.**

Verlag Volker Spiess, Berlin, 1979, 231 blz.

De vraag die het kernstuk uitmaakt van deze publikatie is: «In welke mate is er sprake van een complementaire functie tussen de nieuwsverstrekking in televisie en krant en in welke mate worden er concurrentieloze prestaties geleverd?» Om op deze vraag te antwoorden besteedt Schmidt achtereenvolgens aandacht aan de media: televisie en krant, hun informatie-aanbod, kranten- en televisiecommunicatoren en het publiek.

Naast de specifieke media-aspecten van krant en televisie wordt in hoofdstuk I meteen de inter- en intramediaire concurrentie aangepakt. De lezer wordt daardoor reeds in goede banen geleid om aan hoofdstuk II - de mededeling - te beginnen. Een inhoudsanalyse van de nieuwsuitzendingen «heute» en «Tagesschau» en de informatie die de Duitse pers heeft aan te bieden leidt tot de voorziene conclusie: televisie en krant overlappen elkaar voor bepaalde thema's, terwijl andere onderwerpen exclusief in een van de media aan bod komen. Om de concurrentiesituatie tussen de media tot het minieme te beperken gaat Schmidt op zoek naar complementaire informatiemogelijkheden. Dat lokaal en regionaal nieuws hierbij voorbehouden wordt aan de kranten ligt in de logische gedachtegang van de auteur. En dat de complementering uitsluitend van de zijde van de kranten moet komen wijkt evenmin van de gedachtenlijn af. Daar de beperkte inhoudsanalyse geen algemene besluiten toeliet werd een enquête doorgevoerd bij 57 redakties, om de evidentie van de complementaire houding van de kranten kracht bij te zetten. Selectiecriteria gaan hierbij uiteraard hun rol spelen, zowel bij televisie als krant, en onvermijdelijk komt de verplichting tot objectiviteit van de televisieberichtgeving hier ook bij kijken. Dit alles is in hoofdstuk III te lezen.

Het vertrekpunt voor het hoofdstuk over het publiek is het klassieke effectenonderzoek. Gegevens over het gebruik van televisie en krant voor de informatie naar socio-demografische variabelen, selectiviteitsmechanismen, interesse voor de behoefte aan informatie via deze media komen in dit hoofdstuk aan bod. De publikatie wordt afgerond met een beschrijving van de «copytest» en een uitgebreide literatuurlijst.

Het is jammer dat een dergelijke vloed aan gegevens en kennis niet tot zijn recht komt in deze publikatie. Als mogelijke oorzaak hiervan zien we dat de auteur vertrekt van het standpunt dat krant en televisie in een complementaire verhouding tot elkaar moeten staan. Dit leidt er impliciet toe dat de concurrentiesituatie tussen deze media negatief belast wordt. Daarnaast heeft de lezer de indruk dat, ondanks de verstrekte gegevens over het publiek als consumenten van informatieprogramma's de concurrentieverhouding te veel vanuit de elementaire medium-communicator benaderd wordt.

Toch kunnen we niets anders dan de publikatie globaal als positief voorstellen. Alleen al het aanbrengen van zoveel gegevens, publikatierferenties, hypothesen, zorgt ervoor dat de lezer, indien hij zich niet kan verzoeken met het standpunt van de auteur, toch enig zicht krijgt op de complexiteit van het behandelde onderwerp. Zelfs het gegeven dat de inhoudsanalyse en de copytest in 1968/1969 doorgevoerd werden staat dit niet in de weg, gezien de vrij algemene benadering van de informatiefunctie van krant en televisie.

C.L.B.

KRANT

S. JENKINS,

Newspapers, the power and the money,

Faber and Faber Ltd, London, 130 blz.

In de tijd dat in Engeland "The Times" nog steeds niet verschijnt, en ondertussen wel "Not yet the Times" het levenslicht zag, is het boek van de politiek redacteur van "The Economist", Simon Jenkins, "Newspapers, the power and the money", een nuttig werk om een eerste inzicht te krijgen in vooral de economische structuren van de pers in Fleetstreet. Jenkins behandelt de geschiedenis van de pers in Fleet Street vanaf 1900 tot nu. Vanzelfsprekend kan dat niet tot op de bodem uitgespit worden (het boek telt 130 pagina's) en zoals gezegd gaat het vooral om de economische en financiële aspecten. Redactionele aspecten worden terloops aangeraakt.

Uit het boek blijkt de nog steeds anachronistische vervaardiging van kranten en ook de remmende werking van de vakbondsafgevaardigden in de bedrijven zelf. Het boek leest niet zonder leedvermaak op dat punt. Waar elders in Engeland ("de provincie") en in West-Europa de kranten overgaan op het computerzetten, blijft men in Fleet street vasthouden aan de oude methode. Een computer staat zelfs bij een van de dagbladen aldaar als een nietsdoend sieraad in het bedrijf. Werknemers krijgen betaald voor werk dat niet gedaan is, bijvoorbeeld als het uitbe-

steed werd. Zij konden het ook doen, maar er was geen tijd of ruimte, dus er moet een vergoeding komen. Allemaal erg komisch, maar helaas is het allemaal werkelijkheid. De krant is in deze maatschappij afhankelijk van de markt, en moet winst opleveren. Veel titels zijn dan ook in de loop van de tijd overgegaan naar maatschappijen die oorspronkelijk niets met het krantenvak te maken hebben. De laatste ontwikkeling op krantengebied is de vakbonden een koekje van eigen deeg presenteren. De bonden willen de technische vernieuwingen niet, en nu zijn het de managers die de krant dichtgooien. "The Financial Times" had daarin de primeur, en in november '78 volgde "The Times", bij "The Financial Times" had men "succes", bij "The Times" nog steeds niet. Zo'n langdurige sluiting kan volgens Jenkins het opnieuw uitbrengen van de krant tot een bijna onmogelijk avontuur maken.

A.V.P.

INTERPERSONELE COMMUNICATIE

Joseph A. DeVito,
The Interpersonal Communication Book
Harper & Row, New York, 1976, 507 blz.

Deze publikatie presenteert zich als een zeer vlot geschreven inleiding tot het boeiende domein van de interpersonele communicatie. Ondanks de (veel belovende) ruime definitie is toch het overgrote deel van het werk uitsluitend aan verbale communicatie gewijd. Het boek mist een duidelijke progressieve structuur. Het is bewust opgebouwd uit zeer korte, op zichzelf staande hoofdstukjes, om de geïnteresseerde lezer aan te sporen het lijvige boek geregeld, op vrije momenten (zonder al te zware belasting) ter hand te nemen. De auteur mengt tal van wetenschappelijke benaderingen - psychologische, sociologische, linguïstische - zonder enige afbakening of explicitering, wat vaak verwarring sticht. Hij mijdt uitgebreide wetenschappelijke uiteenzettingen daar hij enkel de essentiële kenmerken en de mogelijke invalshoeken van het interpersoneel communicatieproces wenst aan te stippen. Al wie zich verder in de thematiek wil verdiepen geeft hij daartoe de mogelijkheid door het telkens toevoegen van een beknopte bibliografie. Opmerkelijk zijn de oefeningen (na elk hoofdstukje) die het werk de kwaliteit van gebruiksdokument verlenen. Zij laten toe de theoretische passages te toetsen aan en toe te passen op onze concrete levenssituaties. Dit laatste achten wij bijzonder verrijkend. Dergelijke opgaven zetten ons er enerzijds toe aan onze onmiddellijke omgeving met andere (analyserende) ogen te benaderen en leren ons anderzijds theoretische brouwsels kritischer onder de loep te nemen.

F.D.

VIDEO

Ira SCHNEIDER & Beryl KOROT (eds.),
Video Art. An Anthology,
Harcourt Brace Jovanovich, New York/Londen, 1976, 286 blz., geïll.

Herbert SCHUHMACHER,
Wo Fernsehen aufhört, fängt Video an,
Telewissen-Verlag, Darmstadt, 1976, 137 blz.,
geïll.

In beide publikaties wordt video, hét populaire medium uit de jaren zeventig, vanuit een totaal verschillende invalshoek geobserveerd.

Herbert Schuhmacher tracht de lezer te overtuigen definitief afstand te nemen van zijn traditionele rol van passieve mediaontvanger, waardoor tegelijk het bestaande éénrichtingsverkeer binnen de massacomunicatie kan doorbroken worden. Actief participeren in het maken van eigen videoprogramma's wordt door de auteur eenvoudig begrepen als de concrete realisatie van het universele recht op vrije meningsuiting. «... Es würde so allmählich den Grundgesetz-Artikel verwirklichen, nach dem jedermann das Recht hat, seine Meinung in Wort und Bild frei zu verbreiten.» De auteur gaat ervan uit dat de hedendaagse cultuur al te sterk gedomineerd wordt door het gesproken en het geschreven woord waardoor onvoldoende ruimte overblijft voor de totale integratie van de diverse audio-visuele mogelijkheden. In een aantal rijkelijk met beeldmateriaal gestoffeerde rubrieken wordt uitvoerig aandacht besteed aan de diverse toepassingsmogelijkheden voor het nieuwe videomedium (video als politiek drukkingsmiddel, video als emancipatorisch medium in de sociale relaties, video als pedagogisch instrument in het onderwijs...), waarbij de auteur continu de zelfde slogan hanteert, zelf video maken. «Zeigt, was Ihr seht-sagt, was Ihr meint, macht Euer Fernsehen selbst».

In tegenstelling met de alternatieve videogebruiksaanwijzingen van Herbert Schuhmacher is de publikatie van Ira Schneider en van Beryl Korot een collage van esthetische reflecties over 'video art'. De bloemlezing over dit nieuwe kunstgenre wordt aan mekaar geschreven door 73 Amerikaanse videokunstenaars, die ieder in hun eigen woord- en beeldtaal een ruimere visie trachten mee te geven omtrent hun artistieke creaties.

De meeste bijdragen blijken echter in een moeilijk verstaanbare 'artiestentaal' gegoten te zijn, die enkel toegankelijk is voor de echte videofreaks.

K.H.

AUDIO

Spelen en werken met geluid,
Kluwer, Desguinlei 102 bus 7, Antwerpen,
z.d., 598 blz.

Niet iedereen haalt uit zijn bandrecorder wat er in zit. De cursus «Spelen en werken met geluid» wil dat verhelpen. Het gaat om een zelfstudie cursus, overzichtelijk samengesteld, in een heldere en klare taal geschreven voor de geluidsamateer. Het cursuspakket is aangevuld met twee testplaten voor een auditieve begeleiding van de cursus, met een testband die de recorder-eigenaar in staat moet stellen om zijn toestel op een profes-

sionele wijze af te stellen en zelfs met een bloc regiebladen en studiostickers.

GDM

BULLOCK, Theodore (ed.),
Recognition of Complex Acoustic Signals,
Life Sciences Research Reports, Berlijn,
1977, 403 blz.

De beïnvloedingskracht van akoestische signalen, geproduceerd door dieren, mensen en machines wordt hier interdisciplinair onderzocht. Het boek is in feite het verslag van een workshop in 1976 te Berlijn gehouden over deze materie.

GDM

COMMUNICATIE IN ORGANISATIES

J.L. OWEN, P.A. PAGE, G.I. ZIMMERMAN
(eds.),
Communication in Organisations,
West-Publishing C^o; St-Paul 1976, 362 P.

Typisch Amerikaanse reader waarin een aantal wetenschappelijke beschouwingen en op de praktijk gerichte vuistregels op een harmonische wijze ineenvloeien. In een eerste gedeelte wordt vooral de rol van de communicatie in minder of meer complexe organisaties belicht. In een tweede wordt ingegaan op de interpersonele factoren in organisatorische communicatie, waarbij de klemtoon ligt op een aantal "useful principles", "arts" en diens meer. Tenslotte komen in een derde en laatste deel een aantal "basic dimensions" aan bod, waarmee dan vooral een aantal klassieke thema's bedoeld worden als motivatie, leiderschap, prestatiebeoordeling, conflicten, enz...

Vlot geschreven boek maar voor een goed begrip van het derde deel is zeker een behoorlijke kennis vereist van een aantal bedrijfsorganisatorische theorieën en discussiepunten.

G.F.

ARGUMENTATIETHEORIE

Ulrich BERK,
Konstruktive Argumentationstheorie,
Frommann-Holzboog, Stuttgart-Bad-Cannstatt, 1979, 248 blz.

Wanneer men communicatie ziet als een streven naar consensus, komt men vroeg of laat ook bij de argumentatietheorie terecht. De auteur begint nu zijn boek met erop te wijzen hoe in de laatste decennia de aanspraken van de logica om in de analyse van de argumentatie het laatste woord te hebben, meer en meer gecontesteerd worden. Uit deze contestatie hebben zich een drietal specifieke richtingen in de argumentatietheorie ontwikkeld. Ofwel wordt de argumentatie geanalyseerd als een retorische bedrijvigheid, waarbij de garantie voor een valide argumentatie uiteindelijk ligt in haar effectiviteit bij een bepaald publiek (cf. de retoriek van Perelman en Olbrechts-Tyteca).

Of er wordt gezocht naar de regels voor, de structuren van geldige argumentaties (cf. de argumentatieleer van Toulmin). Ofwel, tot slot, worden in de beste Duitse idealistisch-hermeneutische traditie, concrete argumentaties be- en veroordeeld vanuit een geïdealiseerde argumentatieve-communicatieve situatie. Deze laatste richting nu, waarin het project van Habermas voor een universele pragmatiek kan gesitueerd worden, krijgt het meeste aandacht in dit werk. Wie enigszins vertrouwd is met deze invalshoek, weet dan ook dat dit boek geen aangename lectuur belooft. Waarbij dan nog komt dat datgene wat de lezer in zijn handen krijgt de uitgave is van een nagenoeg ongewijzigde doctoraats thesis.

L.V.P.

VROUWENTIJDSCRIFT

Harald ULZE,
Frauenzeitschrift und Frauenrolle.
Eine aussagenanalytische Untersuchung der
Frauenzeitschriften BRIGITTE, FREUNDIN,
FÜR SIE und PETRA
Berlin: Verlag Volker Spiess, 1977, 249 blz.

Een Westduitse bijdrage tot de gestadig aangroeiende reeks wetenschappelijke studies rond het thema "vrouwen en massamedia", i.c. de voorstelling van vrouwen in een aantal populaire vrouwenbladen. De onderzoeksmethode is klassiek: inhoudsanalyse. De structuur van het werk steunt op het elementaire communicatiemodel: communicator-boodschap-ontvanger. De benadering situeert de problematiek dus duidelijk binnen de communicatiewetenschap. Als dusdanig vormt deze studie een waardevolle aanwinst zowel op het vlak van de problematiek als op dat van de discipline.

M.C.

FOTOGRAFIE

Susan SONTAG,
Over fotografie.
Bruna Utrecht/Antwerpen, 1979, 160 blz.

In deze door Henny Scheepmaker in het Nederlands vertaalde en bij de uitgeverij Bruna gepubliceerde bundeling essays van Susan Sontag 'over fotografie' is de auteur duidelijk in haar opzet geslaagd een aantal fundamentele bedenkingen te formuleren omtrent het hedendaags gebruik van de fotografie.

Susan Sontags theorie over hoe foto's in onze moderne samenleving gehanteerd worden, is tot stand gekomen na een grondige analyse van de diverse sociale, ideologische, etische en esthetische deelaspecten, waarbij de recente ontwikkelingen en de huidige situatie het best begrepen worden door regelmatig terug te vallen op de fotografie in het verleden.

De groeiende invloed van de fotografie in de moderne samenleving wordt volledig doorgelicht wanneer Susan Sontag het heeft over de 'beeldwereld' waarin het culturele en eco-

nomische leefpatroon in toenemende mate gedetermineerd wordt door het gebruik van de camera's.

«Een kapitalistische maatschappij heeft een cultuur nodig die is gebaseerd op beelden. Ze moet zorgen voor een massa amusement om het kopen te stimuleren en het onrecht van klasse-, ras- en sekseverschillen te verdoezelen... Door de camera wordt de werkelijkheid gedefinieerd op de twee manieren die essentieel zijn voor de praktijken van een hoogontwikkelde industriële maatschappij: als schouwspel (voor de massa), en als middel van toezicht (voor de regeerders). De beeldenproductie levert meteen een heersende ideologie op. Sociale veranderingen worden vervangen door verandering van beelden.»

K.H.

COMMUNICATIE TECHNOLOGIE

MICHAEL HORDESKI,
Illustrated dictionary of microcomputer terminology.
TAB Books, 1978, 322 p.

Sinds de zestiger jaren kent de computer-industrie een fenomenale ontwikkeling. In tegenstelling tot de beginperiode, waarin de computer enkel in de bedrijfswereid een rol van betekenis speelde, is de ontwikkeling momenteel gekenmerkt door de integratie van de computertechnologie in elke huiskamer.

Samen met die technologische ontwikkeling is een eigen computerterminologie ontstaan, die zich evenmin beperkt tot vakbladen, maar steeds meer doordringt tot in de algemene informatiepers. Het is dan altijd interessant een boek als dat van M. Hordeski bij de hand te hebben, waarin niet minder dan 4000 computertermen op een bondige maar duidelijke manier (en in vele gevallen geïllustreerd) worden verklaard.

Het feit dat het om een Engels woordenboek gaat zal voor de lezer weinig problemen geven, daar praktisch de gehele computerterminologie ook in anderstalige publikaties in het Engels wordt overgenomen.

D.D.G.

TRIVIAALLITERATUUR

BARMEYER, Eike,
Science Fiction, 1972, 383 blz.

ZIMMERMANN, Hans, RUCKTÄSCHEL, Anamaria,
Trivialliteratur, 1976, 427 blz.
W. Fink, München.

Uni-Taschenbücher heeft zich een reputatie opgebouwd in de samenstelling van readers over randgebieden van de schone kunsten. In «Trivialliteratur» wordt een compleet overzicht gegeven van het onderzoek inzake de-

tectiveromans, westerns, science fiction, vrouwenromans, schlagers... zowel vanuit historisch, literair als sociologisch standpunt. «Science Fiction» is nog eens een verder uitgewerkte wegwijzer in één van de deelgebieden die traditioneel onder het begrip triviaalliteratuur worden gevat. Het is andermaal terreinoverbruggend samengesteld in deze zin dat niet alleen SF-literatuur maar ook films en comics aan bod komen.

GDM

ALLERLEI

Bertolt BRECHT,
Tui-roman,
SUN, Nijmegen, 1978, 119 blz.

Met deze 'roman' zet de Socialistische Uitgeverij Nijmegen haar lovenswaardig initiatief voort om minder bekend werk van Brecht in Nederlandse vertaling uit te geven.

Deze onvoltooid gebleven roman heeft dezelfde problematiek als "Me-ti. Boek der wendingen" en het Turandot-stuk: de verhouding tussen Cultuur en economie. Hier wil Brecht op allegorische wijze de rol van de intellectuelen (de Tui's) in de Weimarrepubliek en onder het nationaal-socialisme blootleggen. Zijn conclusie is dat cultuur nauw met de maatschappelijke basis samenhangt. Of, zoals hij het zelf uitdrukt: "Zij (de Tui's, J.S.) verknopen de Cultuur (zedelijkheid, kunst, enz) met de eigendom. In een ernstig geval (geval van nood) offert de eigendom hem tesamen met de Cultuur op. Dan zitten ze tussen twee stoelen in ballingschap."

J.S.

Daniël ROBBERECHTS,
Onderwerpen,
Elsevier Manteau, Brussel-Amsterdam, 1978,
146 blz.

Robberechts hanteert de taal als een mes om een wereld van diepgewortelde ideologieën en vastgeroeste vooroordelen open te kerven. Zijn 'onderwerpen' zijn 'subjecten' die in vreemde en toch ook zo alledaagse situaties verzeild geraken, 'brokken' van 'zelfgenoegzame' gedachten en 'gefrustreerde' oordelen (en vice versa), en bewustzijnsverruimende 'verwoordingen' van bewustzijnsverruimende reclameteksten. Zoals men op de achterflap terecht schrijft "kan het obscene subject hooguit in het schrift aan het woord komen: in andere media geeft deze kleinste mogelijke minderheid alleen maar aanstoot; en alleen op papier kan een dissident de teksten als voorwerpen te demonteren dat er iets anders uit gaat spreken dan de ideologie van alledag - wat we door de band 'spontane uitingen' noemen". Het lijkt misschien een gratuite platitude; maar dit boek dient om gelezen, niet om besproken te worden.

J.S.

MEDIA EN POLITIEK

Samuel H. Barnes, Max Kaase, et. al.

Political Action

Mass Participation in Five Western Democracies

Beverly Hills, Sage, 1979, 607 blz.

Dit volumineuze boek is het eerste verslag van een lange reeks veldstudies die in de afgelopen jaren in vijf westerse landen (Verenigde Staten, Groot-Brittannië, West-Duitsland, Oostenrijk en Nederland) verricht werden om een betere kennis te krijgen van de participatie van de burgers aan het politiek proces.

De auteurs (waaronder de professoren Barnes, Inglehart en Jennings uit Michigan, prof. Allerbeck uit Bielefeld, prof. Kaase uit Mannheim, e.a.) stellen vooreerst dat de term «politieke actie» veel wezenlijker is dan het té enge «politieke participatie» en gaan er verder vanuit dat politiek protest alléén geen voldoende barometer is om de betrokkenheid van de burgers bij het beleid te kennen. In deze cross-culturele vergelijking hechten de auteurs veel belang aan de meetmethodes van «politieke actie». Deze methodologie (uitgebreide vragenlijsten, gecorrigeerd met socio-economische indicatoren) is niet nieuw, maar is voorheen op deze schaal zelden of nooit toegepast in de politieke wetenschappen. Bijgevolg zijn niet zozeer de resultaten van belang - meestal worden bestaande overtuigingen bevestigd - maar wel de toepassing van de methodes. Het is bijzonder leerrijk te vernemen hoe de auteurs erin geslaagd zijn te peilen naar ideologische conceptualisaties, hoe zij de stap maken van probleemformulering naar concrete vraagstelling. De rest is voornamelijk cijferwerk, maar laat de auteurs toch toe te besluiten dat het politiek protest (beter: de politieke actie) niet alleen een rijk verleden en een levend heden heeft, maar ook een verzekerde toekomst.

L.C.

Jan EKECRANTZ, Lex VAN DIJK, Roel ROOS, e.a.

The politics of information.

Universiteit van Amsterdam, 1976, 129 blz.

Dit werk is de (selectieve) neerslag van het seminarie 'The politics of information' dat Jan Ekecrantz tijdens het academiejaar 1974-75 aan het Instituut voor Perswetenschap van de Universiteit van Amsterdam doceerde. In dit seminarie werd rond vier thema's gediscussieerd: (1) de moderne informatietechnologie (de historische ontwikkeling, de implicaties voor de sociale en politieke structuur, de klasserelaties en het maatschappelijk bewustzijn), (2) de ideologische reproductie en de staat (theorie en praktijk, vergelijkingen op internationaal vlak, juridische en politieke problemen, publiekrechtelijke instituties), (3) de informatiepoeitiek van privé-bedrijven (bedrijfsstrategieën, de politieke en ideologische functie van reclame, de nieuwsjournalistiek, het gebruik van de nieuwe media in de privé-sector), en (4) communicatie en sociale klasse

(de voorwaarden en condities voor de vorming van een maatschappelijk bewustzijn). In het eerste inleidend artikel van Jan Ekecrantz wordt op schematische wijze de maatschappelijke context, waarin massacommunicatie plaatsvindt, geschetst; evenals een sociologische analyse van de massamedia (de mediasystemen, -kanalen en -vormen van ideologische en sociale controle, de informatietechnologie, enz.). Dit artikel fungeert als 'kapstok' voor de andere bijdragen, die ieder een bepaald deelaspect van de problematiek uitwerken. Lex van Dijk heeft het over de fundamentele economische en technologische wetmatigheden onder de kapitalistische productiewijze; Roel Roos en Kor Stig gaan dieper in op Jürgen Habermas' 'öfentlichkeits-begrip en de zogenaamde informatiekloof-theorie; Kees Brants onderzoekt de ideologische en cultuur-imperialistische functie van de Nederlandse Wereldomroep; terwijl Nick Jankowski de voorwaarden voor een democratisch gebruik van de kabeltechnologie uitstippelt.

J.S.

Juan SOMAVIA, Marco GANDASEGUI, Armand MATTELART, e.a.

The political role of the media

LARU Studies, Ontario, 1978, 68 blz.

Deze brochure bevat vier belangrijke en, qua thematiek, erg verscheiden artikels. Het reeds eerder in het Engels (in Development Dialogue) verschenen artikel van ILET-directeur Juan Somavia behandelt de transnationale of wereldnieuwsagentschappen. Origineel is de systematisatie die Somavia in de vormen van nieuwsmanipulatie aanbrengt. Marco Gandasegui ziet de media als middelen tot sociale controle, die bepaald worden door economische en politieke voorwaarden. Deze stelling bewijst hij aan de hand van de Panamese mediasituatie. Armand Mattelart gaat dieper in op de 'relatieve autonomie' van de media in de interactie tussen culturele en structurele fenomenen, en hun betekenis in (economische) krisismomenten. De laatste bijdrage van Claudio Durán en Patricio Urzúa onderzoekt op kwantitatieve en kwalitatieve wijze de ideologische functie van de burgerlijke krant «El Mercurio» in de Chileense samenleving, en meer bepaald haar rol onder de Pinochetdictatuur (onderzochte periode: november 1975 - mei 1977).

J.S.

Hervé BOURGES,

Décoloniser l'information,

Éditions Cana, Paris, 1978, 160 blz.

XXX,

La décolonisation de l'information et le rôle des mass media dans le développement et dans la création d'un nouvel ordre économique international,

Organisation Internationale des Journalistes, Prague, z.d., 284 blz.

De titel van het eerste boek verwijst op directe wijze naar de Vierde Conferentie van Staatshoofden en Regeringsleiders van de Groep der Niet-Gebonden Landen, die in september 1973 te Algiers samenkwam, en waar een hechtere samenwerking tussen de

deelnemende landen op het vlak van de sociale communicatie en de uitwisseling van ideeën bepleit werd. Zodoende wilde men het bestaande onevenwicht op het vlak van de internationale informatie-uitwisseling afbouwen en 'decoloniseren'.

Aan deze oproep gevolg gevend, ging in januari 1975, onder leiding van het Joegoslavische nieuwsagentschap Tanjug, een nieuwspool van nieuwsagentschappen der Niet-Gebonden Landen van start. Op de in november 1976 te Nairobi gehouden Unesco-conferentie werd daarop, in navolging van de Nieuwe Internationale Economische Orde, de idee van een Nieuwe Internationale Informatie Orde gelanceerd. De Derde Wereld wil m.a.w. het recht op een 'vrije informatiestroom' verruimd zien tot een 'vrije en evenwichtige informatiestroom'.

De auteur vat op intelligente wijze de diverse standpunten en opinies samen; wijdt uit over de impact en consequenties van de wereldnieuwsagentschappen en de technische afhankelijkheid van televisie en satellietcommunicatie; analyseert het beeld van de Derde Wereld in de Franse dagbladers, en gaat dieper in op de 'onderontwikkeling' van de Afrikaanse media (meer bepaald in deze in de franssprekende landen van Zwart-Afrika, en in Algerië). Als één van de pijlers voor het doorbreken van de Afrikaanse informatie-afhankelijkheid noemt hij de educatieve radio en de rurale pers.

Het tweede werk bevat de notulen van het in november 1977 te Bagdad gehouden Derde Internationale Colloquium van de Internationale Organisatie voor Journalisten, in samenwerking met Unesco en de Iraakse journalistenorganisatie. De reeds vaak gehoorde Derde Wereld-klachten op informatievak komen ook hier weer aan bod. Vermeldenswaard zijn de verschillende interventies die de journalistieke deontologie op het vlak van de nieuwsgaring ter discussie stellen.

J.S.

FOTOMONTAGE

Peter SELZ, Heiri STRUB, Sergey TRETYAKOV, e.a.

John Heartfield. Photomontages of the nazi period.

Universe Books, New York, 1977, 143 blz., geïll.

Een vrij representatieve bloemlezing van Heartfield's fotomontages gedurende het nazisme, oorspronkelijk in de Arbeiter-Illustrierte-Zeitung (AIZ) verschenen.

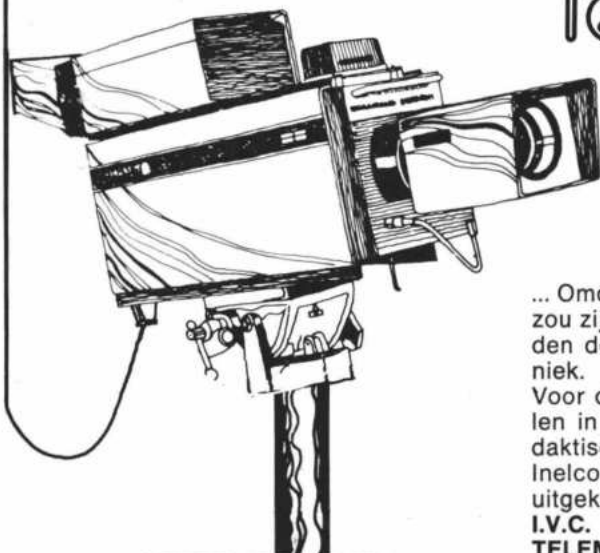
Daarnaast krijgt men in diverse artikels (waaronder een van zijn broer Wieland Herzfelde) een bondig overzicht van zijn leven, de betekenis van Heartfield's bijdrage tot de hedendaagse geschiedenis, en de 'revolutionaire' waarde van zijn fotomontages.

J.S.

de video... een middel een rechniek

ONDERWIJS

BEWAKING
VEILIGHEID



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

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

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

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

HERSCHOLING

TECHNISCHE EN
WETENSCHAPPELIJKE
ANALYSE

PRODUCTIE

KADER
INFORMATIE

A.V. MEDIA

ANIMATIE

ELECTRONICS
DIVISION

INELCO

INELCO BELGIUM S.A.

Oorlogskruisenlaan 94. 1120 Brussel. tel. 02-216.01.60

INELCO NEDERLAND B.V.

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

BIBLIOTHEEK & DOCUMENTATIE

BIBLIOTHEEK EN DOCUMENTATIE

Handboek ten dienste van de opleidingen

onder redactie van Prof. Dr. P. Loosjes, H. Slemink, P. Schneiders, W. Dellenain, J. van Heijst, W. Koops, A. Mathysen, A. van Wese-maal

Met het verschijnen van dit handboek werd een hiaat in het studiemateriaal voor studenten gevuld. Ook komt het boek tegemoet aan hen die praktische en toepasbare informatie wensen op terreinen van bibliotheek en documentatie. In een inleidend hoofdstuk wordt ingegaan op de betrekkingen tussen bibliotheek en documentatie. Het geeft tevens een nadere verklaring van de indeling van het boek. In een apart hoofdstuk heeft men een bijdrage over de speciale bibliotheek, de gang van het boek en de bibliografie.

Het hoofdstuk 'vakliteratuur' biedt een oriëntatie voor iedereen die zijn weg wil vinden in algemene werken, tijdschriften en bibliografische hulpmiddelen op de terreinen van bibliotheek en documentaire informatie.

674 pagina's, 1.185 BF

DOKUMENTAIRE INFORMATIE

en haar functie als communicatie in de wetenschap

Prof. Dr. P. Loosjes

In dit boek wordt uitgegaan van de omschrijving van informatie als kennis-in-beweging tussen mensen. De werkelijke behandeling wordt beperkt tot een gedeelte daarvan, namelijk de document-gebonden kennis-in-beweging tussen wetenschappelijk onderzoekers of anders geformuleerd: de communicatie tussen wetenschappelijk onderzoekers voor zover die plaatsvindt via documenten. De wetenschappelijk onderzoeker zelf staat als producent van de documenten aan het einde daarvan.

Het uitgangspunt van deze publikaties is het gedrag van de wetenschappelijk onderzoeker in deze beide situaties. Daarnaast wordt-zij het ook minder uitvoerig-ingegaan op de technische zijde van het transmissieproces, met name de transmissiekanalen zelf. Hier ligt de tegenstelling tot de publikaties 'On documentation of scientific literature' waarin deze technische zijde juist het uitgangspunt vormde en de communicatie het nevenmotief was. Op deze wijze kunnen de beide geschriften als elkaars aanvullingen gelezen worden.

115 pagina's, 480 BF

UIT BIBLIOTHEEK - TUIN EN INFORMATIEVELD

Opstellen aangeboden aan Dr. D. Grosheide bij zijn afscheid als bibliothecaris van de Rijksuniversiteit Utrecht.

Onder redactie van: prof.dr. H.F. Hofman, drs. K. van der Horst, A. Mathijsen.

Dit boek ontstaan als liber amicorum voor een 'legendarisch' bibliothecaris, bundelt 44 hoogstinteressante bijdragen binnen het wijde spectrum van:

- het bibliotheek- en informatiewezen,
- de geschiedenis van het boek,
- de algemene geschiedenis.

Door een systematische indeling heeft de redactie geprobeerd om aan al deze verschillende aspecten van het rijk geschakeerde bibliotheekgebeuren recht te doen.

600 pagina's, 1.440 BF

ook verkrijgbaar via de boekhandel

**Van Loghum Slaterus,
Santvoortbeeklaan 21-23, 2100 Deurne
tel. 031/24.78.90**