

# COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

PRIVE-LEVEN EN VRIJE INFORMATIE • POP EN SCHOOL-  
BETROKKENHEID • BOULEVARDJOURNALISTIEK • SESAM-  
STRAAT IN KLEUTERSCHOLEN • WETENSCHAPSVORLICHTING  
• SENSATIEKRANT • KRONIEK VAN DE MEDIAWERELD •  
TIJDSCHRIFTEN • BOEKBESPREKINGEN

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN  
E. VAN EVENSTRAAT 2A  
3000 LEUVEN

JAARGANG 10  
NR 2  
ZOMER 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. 2  
ZOMER 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. 2

---

- 1 **Privé-leven en vrije informatie, zoeken naar evenwicht tussen twee fundamentele rechten** - Frieda Saeys
- 6 **Belangstelling voor pop en schoolbetrokkenheid** - Gust De Meyer, Adriaan Hendriks
- 13 **De Dag: een halve maand boulevardjournalistiek** - Ad Van Poppel
- 16 **Sesamstraat, enkele conclusies uit observaties in kleuterscholen** - Herman Santy
- 18 **Wetenschapsvoorlichting: studie van het proces en terreinverkenning aan de nederlandse universiteiten in België** - An Vermeren
- 19 **Het fenomeen sensatiekrant, een literatuurstudie en een inhoudsanalyse van Bildzeitung en Kwik** - Ingrid De Vos
- 22 **Feiten en meningen uit de mediawereld** - Tony Verhelle, Wim Van der biesen
- 26 **Uit de tijdschriften**
- 30 **Uit de literatuur**

**Verantwoordelijke uitgever:**

G. Fauconnier, Kleine Geeststraat 40, 1960 Sterrebeek

In dit artikel worden enkele ideeën ontwikkeld uit de doctoraatsverhandeling van F. Saeys: «Het privé-leven in de informatie- en communicatiemediën. De functie van ethische en deontologische normen.» R.U.G., 1978 (promotor : Prof. Dr. P. Kluykens)

## privé-leven en vrije informatie, zoeken naar evenwicht tussen twee fundamentele rechten

frieda saeys

Sedert de jaren vijftig heeft een ongebreidelde ontwikkeling van de mogelijkheden tot observatie, registratie en verwerking van gegevens de bezorgdheid om het privé-leven van het individu opnieuw doen opflakkeren. Het spanningsveld tussen recht op informatie en privé-leven zoals wij dat nu nog kennen ontstond echter reeds in de 19de eeuw. In die periode immers werd door de opkomst van de massapers een bijzondere dimensie gegeven aan de schending het privé-leven — met name door de plotse massale divulgatiemogelijkheden — terwijl de vrijheid van pers- en meningsuiting in de nieuwe liberale democratieën ieder preventief optreden onmogelijk maakte. Dat het probleem niet overal even snel werd onderkend hangt samen met de ontwikkeling van de massamedia zelf. De totale pershistorische en juridische context, die verschilt van land tot land, bepaalt nog steeds het zoeken naar oplossingen. In deze studie werd het vergelijkend onderzoek beperkt tot een aantal type-landen, nl. de Verenigde Staten, Groot-Brittannië, Frankrijk en België.

### «The right to be let alone»

Tengevolge van de zeer snelle verstedelijking ontwikkelde zich in de Verenigde Staten reeds in het midden van de vorige eeuw de zg. «penny press». Met het ontstaan van dit soort pers, die enerzijds goedkoop was, anderzijds nieuws bracht over en voor de massa en tenslotte haar succes zocht in sensationele titels, reportages en later ook illustraties, ontstond het op dat ogenblik geheel nieuwe probleem van de bescherming van het individu tegen al te opdringerige en op sensatie beluste perslui. Vooral bekende personen bekleefden zich over inbreuken op wat zij noemden het «right to be let alone», dat in de eerste plaats beschouwd werd als een emanatie van het eigendomsrecht (1).

Het was echter niet de sensatiepers, maar wel de publiciteit die rechtstreeks aanleiding gaf tot de eerste Amerikaanse wet op de privacy, nl. in de staat New York in 1903: «A person, firm or corporation that uses for advertising purposes or for purposes of trade, the

name, portrait or picture of any living person without having first obtained the written consent of such person or if a minor, of his parent or guardian, is guilty of a misdemeanor.» (2)

Intussen mag wel worden opgemerkt dat reeds in de Belgische auteurswet van 1886 rekening gehouden werd met gelijkaardige rechten van het «model», niet direct uit bezorgdheid voor het privé-leven, maar omwille van het respect voor de persoon als zodanig: «Ni l'auteur, ni le propriétaire d'un portrait n'a le droit de le reproduire ou de l'exposer sans l'assentiment de la personne représentée ou celui de ses ayants droits, pendant vingt ans à partir de son décès.» (3).

### Feitelijke bescherming

Terwijl de Amerikaanse wetgeving op de privacy sedert 1903 steeds verder evolueerde, zij het fragmentair aangepakt en eerder ongecoördineerd, ziet men inderdaad in de meeste Westeuropese landen een feitelijke erkenning en be-

scherming van het privé-leven ontstaan. In eigen land en ook in Frankrijk wordt vooral art. 1382 B.W. ingeroepen bij schending van het privé-leven. In 1970 werd in de Franse Code Civil een nieuw art. 9 ingelast, waardoor het recht op eerbied voor het privé-leven uitdrukkelijk werd erkend: «Chacun a droit au respect de sa vie privée...» (4). dit betekende echter in feite slechts de bevestiging van een bestaande toestand. Op dat ogenblik had zich immers in Frankrijk reeds een zeer rijke en creatieve jurisprudentie ontwikkeld, die zeer privacy-minded was.

### Publieke belangstelling

Heel anders dan in de Verenigde Staten wordt het recht op het privé-leven zowel in België als in Frankrijk zeer ruim opgevat, ook voor personen die al dan niet vrijwillig in de publieke belangstelling staan, en wel naargelang van het belang van hun persoon voor een «normale informatie over de actualiteit».

Bij de beoordeling hiervan wordt niet alleen rekening gehouden met hun beroep of functie als zodanig, maar ook met de omstandigheden en zelfs met hun eigen houding tegenover de media. Interessante uitspraken op dat gebied zijn M. Dietrich t/ France-Dimanche (5), Trintignant t/ S.A. La France Continue (Ici Paric») (6), Veuve G. Philippe t/ S.A.R.L. France Editions («France-Diamanche») (7), France Gall (8) en J. Joubert (9) t/ La France Continue, B. Bardot t/ Soc. M. Dassault («Jours de France») (10), J.L. de Villalonga t/ Ag. Inst. De ASA Presse, Société Presse Office et Ch. Chaplin (11), E. Merckx t/ uitgeverij «De Goudvink» (12)

Slechts wanneer het gaat om feiten of gegevens die reeds algemeen bekend zijn en bovendien blijkt dat het individu in kwestie zelf heeft bijgedragen tot de verspreiding, wordt niet zo gemakkelijk schadevergoeding toegestaan en zeker geen inbeslagname wegens hoogdringendheid.

Zo kon de minnares van Landru geen geheimhouding meer verkrijgen van een verhouding, die algemeen bekend was geworden gedurende het proces tegen Landru en waaraan zij trouwens zelf in haar memoires ruchtbaarheid had gegeven (13). Evenmin bekwam Gunter Sachs inbeslagname van het blad «Lui» met een bijdrage over zijn privé-leven, omdat hijzelf reeds de aandacht op zijn persoon had gevestigd op een zodanige manier, dat deze publika-

tie geen nieuwe facetten van zijn privé-leven meer onthulde (14). Een gelijkaardige motivatie vergezelde ook de weigering van de rechtbank om het boek «Vivre avec Picasso» van Françoise Gilet in beslag te laten nemen (15). Uit deze enkele extreme voorbeelden mag men zeker niet afleiden dat bekende personen alle rechten op hun privé-leven zouden verliezen, van zodra zij eenmaal toegegeven hebben aan de publiciteit. Integendeel, de algemene tendens in de rechtspraak is eerder zo, dat men als het ware zou kunnen spreken van een soort «recht tot inkeer» van het individu wat betreft zijn houding tegenover de media (16).

Wanneer het gaat om personen die slechts occasioneel in het nieuws gekomen zijn, moeten eventuele onthullingen over het privé-leven rechtstreeks verband houden met de feiten of omstandigheden die tot deze publiciteit hebben geleid. Naar aanleiding van het afluisterschandaal rond «Le Canard Enchaîné» in 1973 werd «Le Point» veroordeeld wegens publikatie van de foto van een ambtenaar die bij de zaak betrokken was. De rechtbank was van oordeel dat «... dans ce cas la reproduction de l'image n'est admissible, pour les nécessités de l'information, que si elle a été prisé dans des circonstances ayant un rapport direct avec les événements en cause ou avec les faits qui en ont été la suite.» (17).

De ingesteldheid van onze rechtbanken is niet zo vanzelfsprekend. Zoals we reeds aanhaalden wordt in de Verenigde Staten het recht van het publiek op een «normale informatie over de actualiteit» veel ruimer opgevat (17'). Maar het verschil met de situatie in Groot-Brittannië is nog veel fundamenteeler. Daar kan de rechtbank zelfs helemaal niet optreden tegen loutere inbreuk op het privé-leven, maar slechts wanneer dit gepaard gaat met laster of eerroof («libel»), het zg. «Contempt of Court» of een ander misdrijf. Op die manier wordt een van de wezenlijke elementen van de privacy genegeerd, met name: dat de juistheid of valsheid, het al dan niet flatterend karakter van de gepubliceerde feiten of gegevens niet ter zake doet, maar enkel het feit zelf van de publikatie.

Om dezelfde reden zijn ook onze eigen strafbepalingen inzake laster, eerroof en kwaadwillige ruchtbaarmaking weinig bruikbaar als rechtsmiddel tegen inbreuken op het privé-leven. Het recht van antwoord geeft wel voldoening om onvolledige of verkeerde informatie aan

te vullen of recht te zetten, maar kan een ongewenste divulgatie niet meer ongedaan maken. Bovendien vestigt het antwoord opnieuw de aandacht op feiten of gegevens die helemaal niet in de publiciteit hadden moeten komen — eventueel nog met de nodige commentaar. Dit is trouwens ook het risico wanneer men zich wendt tot de burgerlijke rechtbank, gezien de openbaarheid van de terechtzittingen en de vrijheid van de berichtgeving daarover — tenzij men juist op deze bijkomende publiciteit uit is. In de naam van het privé-leven wordt inderdaad soms in die zin misbruik gemaakt van het gerechtelijk apparaat, bv. door vedetten en bepaalde uitgevers (18), wanneer beide partijen meer baat dan schade overhouden aan een proces.

### Rechtsmiddelen voor verbetering vatbaar

Om aan deze situatie enigszins te verhelpen zijn er verschillende mogelijkheden. Men kan aan de veroordeling wegens schending van het privé-leven ernstiger financiële consequenties koppelen, zoals dat gebruikelijk is in Groot-Brittannië voor «libel» of «Contempt of Court». Deze maatregel heeft echter minder effect naarmate men met een kapitaalcrachtige uitgever te maken heeft. Daarbij komt nog dat er afspraken kunnen gemaakt worden tussen aanlegger en verweerder of dat men zich, zoals courant is in de Verenigde Staten kan laten verzekeren tegen het risico van een veroordeling. Een andere mogelijkheid is de zaken i.v.m. schending van het privé-leven achter gesloten deuren te behandelen of de verslaggeving erover te beperken, zoals dat reeds gebeurt voor echtscheidingsprocessen of voor de werkzaamheden van de jeugdrechtbank. Art. 6 van de Conventie van Rom (19) voorziet trouwens een beperking van de openbaarheid van de terechtzittingen in die zin: «Het vonnis moet in het openbaar worden gewezen maar de toegang tot de rechtszaal kan aan de pers en het publiek worden ontzegd gedurende het gehele proces of een deel daarvan, ... wanneer... (of) de bescherming van het privé-leven van partijen bij het proces dit eisen...». Toepassing van dit artikel mag vanzelfsprekend geen afbreuk doen aan de rechten van een van de bij het proces betrokken partijen.

## Nieuwe wetgeving?

In de discussies over de subtiele grens tussen de belangen van pers en publiek enerzijds en van het individu anderzijds — belangen die trouwens niet noodzakelijk tegenstrijdig zijn — wordt wel eens de complexiteit van het gegeven uit het oog verloren. Een sluitende bescherming van het privé-leven tegenover de massamedia blijkt onmogelijk te verzoenen met werkelijke persvrijheid. Vandaar dat de op dit ogenblik aan de gang zijnde evolutie in de wetgeving vooral betrekking heeft op andere aspecten van het probleem: de af luister- en bespiedingsapparatuur, de databanken en andere nieuwe technische verworvenheden. Jammer genoeg en o.i ten onrechte wordt in sommige teksten het begrip «privé-leven» uitgebreid tot alle rechtspersonen. Door deze begripsverwarring tussen het eigenlijke recht op privacy en eventuele geheimhoudingsrechten zet men heel wat moeizaam opgebouwde maar bruikbare theorieën weer helemaal op losse schroeven. Het privé-leven werd steeds verbonden aan de menselijke persoon, op welke principes men ook steunde om het te verdedigen. Het komt ook als dusdanig naar voren uit de Universele Ver-

klaring van de Rechten van de Mens en uit de Europese Conventie. Wanneer nu ook rechtspersonen het recht op hun privé-leven zouden gaan inroepen, wordt de bruikbaarheid hiervan voor de natuurlijke personen aangetast. Bovendien zou een dergelijke uitbreiding van het begrip «privé-leven» er kunnen toe leiden, dat geen controle meer kan worden uitgeoefend op de manier waarop de rechtspersonen zelf om springen met gegevens over natuurlijke personen, wat rechtstreeks zou indruisen tegen de geest van het privé-leven als mensenrecht.

## Deontologie

Wat de pers betreft moeten wij opmerken dat het reële respect voor het privé-leven niet zozeer afhangt van wettelijke voorzieningen, maar veeleer van de manier waarop een aantal principes worden toegepast. Dit hangt dan weer samen met het ontwikkelingsstadium en de structuur van de media, de organisatie van het beroep van de communicatoren, enz. Hoe meer men te maken heeft met harde commerciële media, des te dringender is het nodig daar tegenover een tegengewicht te plaatsen in de vorm van een stevige juridische deontologie. De

manier waarop dit moet gebeuren is natuurlijk een omstrede zaak omdat men ook hier weer, in het licht van de vrijheid van pers en meningsuiting, geen enkele vorm van censuur of zelfcensuur mag dulden. Met deontologisch bewustzijn bedoelen wij hier dan ook deze ingesteldheid, die tegelijkertijd rekening houdt met allerhande belangen — van het object van informatie, het medium zelf, de collega's, het publiek — maar die steeds in de eerste plaats de vrijheid van pers en meningsuiting voor ogen houdt. Het opbouwen van een journalistieke deontologie kan al dan niet via bestaande structuren gebeuren. Het is b.v. dank zij een verregaande solidariteit onder de journalisten dat de geheimhouding van de nieuwsbronnen in vele landen de facto wordt erkend. De beroepsorganisaties van hun kant kunnen op verscheidene manieren bijdragen tot een meer deontologisch verantwoord gedrag. In Frankrijk b.v. vragen de verenigingen van journalisten reeds lang dat een aantal deontologische basisregels zouden opgenomen worden in de CAO, maar dat stuit nog steeds op verzet vanwege de uitgever (20).

## Persraden

Ook een persraad blijkt goede diensten

# NIEUWE INTERESSANTE BOEKEN

### Een derde industriële revolutie

Hoe de micro-elektronica ons leven verandert.

door D. Balkhausen.

490 Fr

### Over oude en nieuwe rolprenten

De dingen die niet voorbijgaan.

door J. Daisne

350 Fr

### De kwestie kernenergie

Welke energie voor onze toekomst?

door L. Gillon

350 Fr

**Cinéma série spéciale vol. 1: Le cinéma romantique**

450 Fr

**Cinéma série spéciale vol.2: Le cinéma d'horreur et fantastique**

450 Fr



STANDAARD BOEKHANDEL  
Naamsestraat 57,  
3000 LEUVEN

te kunnen bewijzen, op voorwaarde dat dit geen aanleiding geeft tot verkaptte vormen van censuur. In geen geval mag afbreuk gedaan worden aan de vrijheden van de pers of aan de rechten van om het even welke belanghebbende partij. Een Persraad moet ook steeds gesitueerd worden tegen de achtergrond van de bestaande structuren. Doelstellingen, samenstelling en werking kunnen grondig verschillen (21). Het verschijnsel van de persraden is ontstaan in de Skandinavische landen met de bedoeling door een systeem van zelfcontrole het peil van de journalistiek te verhogen en op die manier iedere inmenging van de overheid in de persaanleggenheden overbodig te maken. Diezelfde idee lag ook aan de oorsprong van de bij ons beter bekende Britse persraad, die sedertdien geëvolueerd is naar een open structuur, waarin zowel vertegenwoordigers van uitgeverij en journalisten als van het publiek zetelen (22). Gezien in de common law bewust geen bijzondere aandacht wordt besteed aan de pers, was er nog een belangrijke taak weggelegd voor een Persraad met een oordelende en normvormende functie. De doeltreffendheid hiervan hangt samen met de representativiteit van het organisme, dat uiteraard louter moreel gezag heeft. Er kan immers geen sprake zijn van een soort «orde van journalisten» daar waar de uitoefening van de journalistiek vrij is. Toch mag men de waarde van een morele veroordeling niet onderschatten, vooral dan voor het individu dat via de gewone rechtsmiddelen geen voldoening kan krijgen of daar om de reeds aangehaalde redenen geen gebruik wenst aan te maken. Tegenover deze gewone rechtsmiddelen biedt een procedure voor de Persraad bovendien een aantal voordelen: de procedure is eenvoudig en goedkoop of zelfs kosteloos, zodat de drempelvrees nagenoeg verdwijnt; wanneer dat nuttig of nodig is kan de discretie bewaard worden, zodat het bezwaar van de bijkomende publiciteit wegvalt en de Persraad ook niet misbruikt wordt door personen die alleen maar op deze publiciteit uit zijn. Waarschijnlijk ten gevolge van deze manier van werken krijgt de Britse Persraad een veel ruimere waaier van klachten te behandelen dan b.v. de Belgische of Franse rechtbanken. Om een waarheidsgetrouw overzicht te krijgen van de inbreuken op het privé-leven die de pers zich zoal veroorlooft, tegenover alle lagen van de bevolking en in alle

stadia van het informatieproces, zijn de verslagen van de Britse Persraad dus, zeer interessant (23). Zijn uitspraken vullen als het ware de Franse en Belgische jurisprudentie aan en illustreren even genuanceerd de stelling, dat de sociale functies van de massamedia niet per definitie een verantwoording betekenen voor inbreuken op het privé-leven.

### Persvrijheid versus privé-leven

Historisch gezien is de persvrijheid, in de actieve betekenis, de consequentie van het recht op vrije meningsuiting. Samen met het passieve recht om geïnformeerd te worden is dit een essentiële voorwaarde voor een behoorlijke werking van de democratische structuren. In functie daarvan heeft de pers en hebben ook de andere media die zich op de persvrijheid beroepen, in de eerste plaats een informatieve en een toezichhoudende rol te vervullen, waarvoor individuele belangen soms moeten wijken. Daarnaast echter zorgen deze media meer en meer voor ontspanning, voor het overbrengen van publicitaire boodschappen, enz. Ook dat is hun recht, maar wanneer het om dergelijke activiteiten gaat kan men de vrijheid van de pers niet zonder meer invoeren en in competitie brengen met het recht op eerbied voor het privé-leven. Bij het tegen elkaar afwegen van deze twee fundamentele, maar relatieve rechten moet dus rekening gehouden worden, niet alleen met het soort publicatie, maar ook met haar functie. Samenvattend kunnen wij de volgende positieve omschrijving geven: openbaarmaking van feiten of gegevens uit het privé-leven is slechts te verantwoorden, wanneer de persoon in kwestie ermee akkoord gaat, wanneer de gegevens direct verband houden met zijn openbare rol of functie of wanneer de controle- of informatie-opdrachten van de pers dit vereisen.

### Voetnoten

- (1) COOLEY, Th. M.: *The Elements of Torts*, 1878; WARREN, S.D. en BRANDEIS, D.: «The right to privacy», *Harvard Law Review*, 15 dec. 1890, pp. 193-220.
- (2) New York Privacy Statute 1903. Consolidated Laws of New York, § 50-51.
- (3) Wet van het auteursrecht van 22 maart 1886, art. 20.
- (4) Wet van 17 juli 1970, «tendant à renforcer la garantie des droits individuels des citoyens», art. 22.

- (5) Paris, 16 maart 1955, *Dalloz*, 1955, 295.
- (6) Paris, 17 maart 1966, *Dalloz*, 1966, J. 749.
- (7) Paris, 13 maart 1965 en Cass. Civ., 12 juli 1966, *Gaz. Pal.*, 1966, I, J. 38 en *Dalloz*, 1967, J. 181; *Les Cahiers de la Presse Française*, N° 30, jan.-febr. 1966, pp. 15-16.
- (8) Paris, 7 april 1965, *Gaz. Pal.*, 1966, I, 40.
- (9) Trib. Gr. Inst. Paris, 30 jan. 1970, *Le Monde*, 1-2 febr. 1970; VANDENBERGHE, H.: «Bescherming van het privé-leven en recht op informatie via de massamedia», *Rechtskundig Weekblad*, 12 april 1970, fol. 1457-1470.
- (10) Trib. Gr. Inst. Seine, 24 nov. 1965 en Paris, 27 febr. 1967, *Gaz. Pal.*, 1966, I, J. 37; *J.C.P.*, 1966, II, 14.521; *Dalloz*, 1967, J. 450; AUBEL, C.P.: *Persoon en Pers*, Nijmegen, 1968, p. 125; VANDENBERGHE, H.: o.c.
- (11) Paris, 15 juni 1972, Paris, 17 dec. 1973 en Cass. Civ., 14 nov. 1975, *RIDA*, 1974, pp. 150 e.v.; *Dalloz*, 1976, J. 120 e.v. en J. 421.
- (12) Kortgeding Rechtbank Antwerpen, 24 dec. 1973; *De Standaard*, 26 dec. 1973.
- (13) Trib. Gr. Inst. Seine, 4 okt. 1965 en Paris, 15 maart 1967, *J.C.P.*, 1966, II, 14.482 en 1967, II, 15.107. VANDENBERGHE, H.: o.c.
- (14) Trib. Gr. Inst. Seine, 2 nov. 1966 en Paris, 15 nov. 1966, *J.C.P.*, 1966, II, 14.875 en *Dalloz*, 1967, J. 181. VANDENBERGHE, H.: o.c.; AUBEL, C.P.: O.C., p. 125.
- (15) Paris, 6 juli 1965, *GAZ. Pal.*, 1966, I, J. 39. Zie ook noot Minin in *Dalloz*, 1967, J. 183.
- (16) VAN ISACKER, F.: «De bescherming der intieme sfeer». *Liber Amicorum Prof. Baron J. Van Houtte*, Brussel 1975, pp. 1123-1148.
- (17) Trib. Civ. Paris, 3 juli 1974, *Le Monde*, 5 juli 1974; *J.C.P.*, 1974, 17.873; *Gaz. Pal.*, 1974, II, Table Jurispr. p. 170.
- (17') *Time* t/ Hill, 385, U.S. 374 (1967).
- (18) Zie b.v. B. Bardot t/Soc. M. Dassault, Trib. Gr. Inst. Seine, 24 nov. 1965 en Paris, 27 febr. 1967; Halliday-Vartan t/ Ici-Paris, Trib. Civ. Paris, 8 febr. 1973; Catherine Deneuve t/S.A. Presse Office, Trib. Gr. Inst. Paris, 16 jan. 1974 en Paris, 14 mei 1975. In dit laatste geval is het Hof wel zo consequent geweest geen publicatie van het vonnis te bevelen, vermits dit «... aurait l'inconvénient d'attirer à nouveau l'attention sur le numéro de Lui qu'elle a critiqué». *RIDA*, 1974, p. 176 en 1975, p. 131.
- (19) Europees Verdrag tot Bescherming van de Rechten van de Mens en de Fundamentele Vrijheden, Rom<sup>3</sup> 4 november 1950; Belgische Wet van 13 mei 1955, Art. 6 werd reeds met succes ingeroepen, zie o.m. *Corr. Rechtbank Brussel*, 17 maart 1966, *J.T.*, 1966, p. 413.
- (20) PERIER DAVILLE, D.: *La liberté de presse n'est pas à vendre*, Paris, 1978.
- (21) Een persraad kan ook enkel als overleg- of adviesorgaan fungeren, zoals in Nederland. *Persraden: Pro en Contra*, documentatiemap Zevende Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap, Gent, 25 maart 1976. *Persraden: Pro en Contra*, referaten... Gent, Seminarie voor Pers- en Communicatiewetenschap, R.U.G., 1976.
- (22) *Royal Commission on the Press, Report ...* London, HMSO, 1949, 1962, 1977. *The Press and the People*, Jaarlijks verslag van de Generaal Council of the Press, later British Press Council, London, 1954-.
- (23) *The Press and the People*, o.c. De dossiers zelf van de Britse Persraad zijn geheim.

# 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.

011-25 09.11

VEUWAG

**Super  
dinsdag  
23,30 fr.**

**Ook stookolie  
fors omhoog**

De stookolieprijzen, welke  
aanmerkelijk zijn toegenomen,  
zijn nu de hoogste in België.  
De prijzen voor de komende  
dagen worden nu berekend op  
basis van de huidige prijzen.  
De prijzen voor de komende  
dagen worden nu berekend op  
basis van de huidige prijzen.  
De prijzen voor de komende  
dagen worden nu berekend op  
basis van de huidige prijzen.

### «Geen nieuw statuut Voer»

**Martens verwerpt franstalige eis  
en Gramme verdedigt zijn beleid**

De Raad van Vlaamse streekvervoerders heeft een voorstel van de Franse regering verworpen. Het statuut van de Franse streekvervoerders wordt niet aangenomen. De Vlaamse streekvervoerders willen een eigen statuut. De Franse regering wil een statuut dat ook voor Vlaanderen geldt. De Vlaamse streekvervoerders willen een eigen statuut.



### PEER : BANK OVERVALLEN

...ers met

### Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd

**Epidemie van bom-meldingen**

COMMUNICATIE 10 (1980) Nr. 2

We don't need no education  
 We don't need no thought control  
 No dark sarcasm in the classroom  
 Teachers leave the kids alone  
 Hey teachers leave us kids alone  
 All in all it's just another brick in the wall  
 All in all you're just another brick in the wall

(Pink Floyd, The Wall, 1979)

# belangstelling voor pop en schoolbetrokkenheid

**gust de meyer  
 adriaan hendriks**

In onderstaand artikel wordt een poging ondernomen tot een meer diepgaande test van een hypothese die voor het eerst in een Brits onderzoek (1) is geformuleerd en die vagelijk bevestigd maar toch reeds genuanceerd is in een Vlaamse opvolgingsenquête (2). De gegevens die in het kader van de laatste zijn verzameld blijven trouwens als basismateriaal dienst doen; ze zijn betrokken van 1847 in klasverband bevraagde scholieren, jongens en meisjes, van 12 tot 19 jaar (het leeftijdsspectrum van het secundair onderwijs), uit beide onderwijstypen (rijks- en vrij onderwijs) en alle studierichtingen en uit scholen verspreid over gans Vlaanderen en Brussel. De steekproef als geheel mag als representatief beschouwd worden voor de nederlandstalige schoolgaande jeugd van 12 tot 19 jaar in België.

## De basishypothese

De basishypothese kan als volgt omschreven worden. Schoolgaande jongeren brengen de tijd hoofdzakelijk door in twee totaal van elkaar gescheiden omgevingen, nl. deze binnen de school en deze buiten de schoolmuren. De waarden van het schoolsysteem zijn tegengesteld aan deze van het leven daarbuiten en a fortiori aan deze die in de media die gericht zijn op de populaire muziek-cultuur gehuldigd worden. De tegenstelling kan in enkele termen als volgt worden aangegeven:

*waarden bevorderd door*

### *de school*

werk/productie  
 voorbereiden op de toekomst  
 geest/intellect  
 zelfbeheersing

### *de popmedia*

spel/consumptie  
 leven in het heden  
 lichaam/emotie/gevoel  
 lichamelijke en emotionele expressie

Men kan nu een aantal subgroepen afzonderen op basis van twee op de pas genoemde tegenstelling gebaseerde variabelen, nl. schoolbetrokkenheid (of de mate waarin de leerlingen de waarden van het schoolsysteem onderschrijven) en belangstelling voor pop. Door reductie van het aantal categorieën van die twee variabelen kunnen 4 grote groepen gevormd worden, die schematisch als volgt kunnen voorgesteld worden:

<i>belangstelling voor pop</i>		<i>schoolbetrokkenheid</i>	
		<i>hoog</i>	<i>laag</i>
<i>laag</i>		groep 1	groep 4
<i>hoog</i>		groep 2	groep 3

In groep 1 worden die leerlingen aange troffen die zichzelf richten naar de goede-leerling-rol met een drang naar individuele schoolprestaties en conformistisch gedrag; hun vrije tijd wordt gevuld met hobby's die de instemming van de school kunnen hebben, maar zeker niet met popmuziek. Het zijn middenklasseleerlingen in humaniora-scholen. De leerlingen van groep 2 komen uit hetzelfde milieu als deze van voorgaande groep en stellen de eisen van de school eveneens hoog. Voor die

gebieden van de persoonlijke ontwikkeling waarin de school maar weinig voorziet, voornamelijk voor de vorming en regulering van een levensvatbare seksuele en emotionele identiteit, is pop een welgekomen aanvulling op de nadruk die de school legt op de ontwikkeling van verstandelijke vermogens. De leerlingen van groep 3 zien de activiteiten en de expressievormen van de pop-media eerder als een alternatief dan als een aanvulling op de schoolse waarden. De jongeren in groep 4 onderscheiden zich van deze in voorgaande groep doordat zij geen noemenswaardige belangstelling voor op pop gebaseerde activiteiten aan de dag leggen. De waarden die zij op prijs stellen, solidariteit met de groep, fysieke vaardigheid, 'hardheid', komen voort uit de ruimere waarden van de buurt en niet uit de popmedia. Het zijn de jongeren uit de lagere sociale klassen die hier worden aangetroffen. Leerlingen uit overwegend middenklasse en buitenwijken hebben om praktische en om socio-culturele redenen niet gauw toegang tot de activiteiten van de straatcultuur en richten zich dus meer op aan pop ontleende bezigheden. Dit geldt zo mogelijk nog in sterkere mate voor meisjes.



Geheel in overeenstemming met de hier geschetste theorie over de (omgekeerde) relatie tussen hoge en middenklassebelangstelling voor pop enerzijds en toegang van de arbeidersklasse tot de straatcultuur anderzijds zou men kunnen verwachten dat meisjes uit de middenklasse (die het extra moeilijk hebben om zich te integreren in de straatcultuur) de meest op pop georiënteerde groep zijn en jongens uit de arbeidersklasse het minst terwijl jongens uit de middenklasse en meisjes uit de arbeidersklasse een middenpositie innemen.

Er wordt dus, bij diegenen die zich niet gebonden voelen aan door de school gepropageerde waarden een min of meer omgekeerde verhouding verondersteld tussen belangstelling voor pop en toegang tot de straatcultuur.

De pas gevolgde redenering kan uitgebreid worden van de belangstelling voor pop op zichzelf naar belangstelling voor soorten van populaire muziekstijlen. Omdat middenklasse-leerlingen voor een groot deel afgesneden zijn van de situatiegebonden straatculturen van de arbeidersklasse, zullen zij zich als bron voor waarden, rollen en begrippen die de school onderwaardeert, richten naar die popmuziek waarin deze wel aan bod komen, nl. substreammuziek en dan voornamelijk deze waarin de 'protest'-waarden ook expliciet verwoord en kunnen verstaan worden in de tekst. Voor arbeiderskinderen is popmuziek vaker niet meer dan een vanzelfsprekende achtergrond van groepsactiviteiten; in elk geval verkiezen zij door een sterke «beat» gedreven muziek, waarop het ook goed dansen is.

De schematische voorstelling van de basishypothese over de relatie tussen schoolse, pop- en straatcultuur kan inhoudelijk als volgt opgevuld worden

### Operationalisering (3)

De basishypothese is via volgende indicatoren operationeel gemaakt. Het behoren tot een sociale klasse wordt bepaald door het beroep van vader.

De belangstelling voor pop wordt geïndiceerd door kennis van pop-slangtermen, welke in 3 groepen van bekendheid kunnen ondergebracht worden (groep 1: DJ, single, B-kant, dubbel-LP, groep 2: solo-plaat, split, label, producer, groep 3: groupie, benefitconcert, roadie, A-R-man). De termen in groep 1 mogen gekend geacht worden door diegenen die zich minimaal voor pop interesseren; deze in groep 3 mogen gekend geacht worden voor de hevig geïnteresseerden; groep 2 vormt een tussencategorie.

Schoolbetrokkenheid wordt geïndiceerd door de instemming met of afkeuring van een uitspraak over het leven op school, nl. «Op school behandelen ze je de meeste tijd als een klein kind».

Uit de meest gespeelde fonogram in de aan de enquête voorafgaande week wordt de muzikale voorkeur afgeleid.

### Resultaten

#### Vertegenwoordiging in de 4 basisgroepen

Wanneer men de 4 oorspronkelijke categorieën van belangstelling voor pop en de 5 oorspronkelijke categorieën van schoolbetrokkenheid reduceert tot 2 (en dus bij de laatste de midden-categorie buiten beschouwing laat) dan zijn op de totale steekproef de leerlingen als volgt over de 4 eerder genoemde groepen gespreid:

belangstelling voor pop	schoolbetrokkenheid	
	hoog	laag
laag	820	249
hoog	238	114

Men mag stellen dat de grote meerderheid van de leerlingen refereert naar het type van de goede leerling, vervolgens, dat een ongeveer even groot aantal leerlingen de schoolse waarden complementeert door belangstelling op te brengen voor waarden uit de popcultuur als de lage integratie in de school compenseert door andere belangstellings-sferen dan pop en tenslotte, dat een minderheid de popcultuur als alternatief stelt voor de waarden die het leven op school representeert.

#### De 4 basisgroepen en de factoren sociale klasse en geslacht

In een poging om tot significante verschillen te komen tussen de 4 basisgroepen werden deze «uitgedund» met de minst overtuigde respondenten evenwel niet zodanig dat geen geldige conclusies meer zouden kunnen getrokken worden.

Uit onderstaande gegevens blijkt dat voor wat betreft de factor sociale klasse de basishypothese slechts in grote lijnen bevestigd wordt (de gegevens worden eerst absoluut, daaronder in het rijpercentage, daaronder in het kolompercentage en tenslotte in het totaalpercentage weergegeven).

Schoolbetrokkenheid is minder dan verwacht aan de sociale klasse gekoppeld dan belangstelling voor pop: de laatste groeit naarmate men opklimt in sociale klasse. De relatief grotere vertegenwoordiging van de lagere klasse-leerlingen en overeenkomstig de relatieve ondervertegenwoordiging van de hogere-klasse leerlingen bij de «goede leerlingen» is evenwel flagrant in tegenspraak met de basishypothese.

Merkwaardig is dat kinderen uit land- en tuinbouwmilieus veel verder van de middenklasse verwijderd staan dan arbeiderskinderen: een voldoende reden om de term straatcultuur uit te breiden tot alledagscultuur d.i. alle niet aan pop verwante omgevingen, die nochtans ook een compensatie kunnen bieden voor de onbevredigende omgeving van de school. In deze alledagscultuur mag het belang van de door de arbeidersklasse gedomineerde straatcultuur afgezwakt worden ten voordele van de

		schoolbetrokkenheid	
		hoog	laag
belangstelling voor pop	laag	<i>schoolcultuur domineert hogere klassen jongens mainstream</i>	<i>straatcultuur compenseert lagere klassen jongens mainstream</i>
	hoog	<i>popcultuur complementeert hogere klassen meisjes substream</i>	<i>popcultuur is alternatief hogere klassen meisjes substream</i>
		hoog	laag
		integratie in straatcultuur	

door de plattelandsbewoners gedragen cultuur van buiten, welke men grosso modo ook als een ecologische cultuur zou kunnen betitelen.

Wat de factor geslacht betreft, die in de basishypothesen fungeert als een soort van bevestiging voor de groep met de lage schoolbetrokkenheid en de lage belangstelling voor pop (althans voor de plattelandskinderen). Voor de groep met de hoge schoolbetrokkenheid en de lage belangstelling voor pop dient de basishypothese herzien te worden gezien de oververtegenwoordiging aldaar van de lagere klassen: bij de arbeiderskinderen zijn in elk geval de meisjes en bij de plattelandskinderen de jongens oververtegenwoordigd (en omgekeerd). Maar voor de twee andere groepen wordt de basishypothese niet bevestigd: zowel in de groep met de hoge schoolbetrokkenheid en de hoge belangstelling voor pop als in de groep met lage schoolbetrokkenheid en de hoge belangstelling voor pop zijn jongens oververtegenwoordigd in de hogere klassen, waar in beide groepen een oververtegenwoordiging van meisjes verwacht werd. Een en ander blijkt uit onderstaande gegevens. (Tabel 2)

Schoolbetrokkenheid Belangstelling voor pop	laag laag	laag hoog	hoog hoog	hoog laag	rijtotaal
<b>Sociale klasse</b>	78	37	73	85	273
Arbeider	28.6 33.6 9.9	13.6 35.6 4.7	26.7 33.5 9.3	31.1 37.0 10.8	34.8
Land en tuinbouw	32 38.6 13.8 4.1	3 3.6 2.9 0.4	11 13.3 5.0 1.4	37 44.6 16.1 4.7	83 10.6
Bediende	62 30.1 26.7 7.9	27 13.1 26.0 3.4	64 31.1 29.4 8.2	53 25.7 23.0 6.8	206 26.3
Middenstand	30 26.5 12.9 3.8	18 15.9 17.3 2.3	32 28.3 14.7 4.1	33 29.2 14.3 4.2	113 14.4
Hoger kader	30 27.5 12.9 3.8	19 17.4 18.3 2.4	38 34.9 17.4 4.8	22 20.2 9.6 2.8	109 13.9
Kolom- totaal	232 29.6	104 13.3	218 27.8	230 29.3	784 100.0

Tabel 1: Schoolbetrokkenheid en belangstelling voor pop volgens sociale klasse.

Schoolbetrokkenheid Belangstelling voor pop Geslacht	Laag Laag			Laag Hoog			Hoog Hoog		
	Meisjes	Jongens	Rijdtotaal	Meisjes	Jongens	Rijdtotaal	Meisjes	Jongens	Rijdtotaal
<b>Sociale klasse</b>	51	27	78	27	10	37	37	36	73
Arbeider	65.4 36.2 22.0	34.6 29.7 11.6	33.6	73.0 45.8 26.0	27.0 22.2 9.6	35.6	50.7 35.9 17.0	49.3 31.3 16.5	33.5
Land en tuinbouw	14 43.8 9.9 6.0	18 56.3 19.8 7.8	32 13.8	1 33.3 1.7 1.0	2 66.7 4.4 1.9	3 2.9	7 63.6 6.8 3.2	4 36.4 3.5 1.8	11 5.0
Bediende	35 56.5 24.8 15.1	27 43.5 29.7 11.6	62 26.7	9 50.0 15.3 8.7	9 50.0 20.0 8.7	18 17.3	16 50.0 15.5 7.3	16 50.0 13.9 7.3	32 14.7
Middenstand	21 70.0 14.9 9.1	9 30.0 9.9 3.9	30 12.9	12 44.4 20.3 11.5	15 55.6 33.3 14.4	27 26.0	29 45.3 28.2 13.3	35 54.7 30.4 16.1	64 29.4
Hoger kader	20 66.7 14.2 8.6	10 33.3 11.0 4.3	30 12.9	10 52.6 16.9 9.6	9 47.4 20.0 8.7	19 18.3	14 36.8 13.6 6.4	24 63.2 20.9 11.0	38 17.4
Kolom- Totaal	141 60.8	91 39.2	232 100.0	59 56.7	45 43.3	104 100.0	103 47.2	115 52.8	218 100.0

Tabel 2: Schoolbetrokkenheid en belangstelling voor pop volgens sociale klasse en geslacht

(vervolg tabel 2)

	Hoog Laag	Jongens	Rij-totaal
Meisjes			
	62	23	85
	72.9	27.1	37.0
	44.3	25.6	
	27.0	10.0	
	19	18	37
	51.4	48.6	16.1
	13.6	20.0	
	8.3	7.8	
	20	13	33
	60.6	39.4	14.3
	14.3	14.4	
	8.7	5.7	
	28	25	53
	52.8	47.2	23.0
	20.0	27.8	
	12.2	10.9	
	11	11	22
	50.0	50.0	9.6
	7.9	12.2	
	4.8	4.8	
	140	90	230
	60.9	39.1	100.0

#### De 4 basisgroepen en de muzikale voorkeur

De hypothese dat de voorkeur voor mainstream t.o.v. substream-muziek ongeveer parallel loopt met lage t.o.v. hoge belangstelling voor pop wordt grotendeels bevestigd. Men schenke in onderstaande gegevens o.m. aandacht aan de categorieën mainstream pop en disco enerzijds en protest song, country rock, hard rock, new wave anderzijds (dat lagere klasse-leerlingen een uitgesproken voorkeur aan de dag leggen voor mainstream en/of muziek met een gelijkmatige en sterk geprovoceerde beat is in de genoemde opvolgingsenquête reeds vastgesteld). Wat evenwel duidelijk moet gesteld worden is dat lage belangstelling voor pop in het algemeen niet alleen samengaat met een voorkeur voor de angelsaksische en zeker in even sterke mate voor de nederlandstalige mainstream muziek (cfr. de gegevens voor «nederlandstalige meezinger») maar blijkbaar ook enigszins met een voorkeur voor klein-«kunst» (cf. de gegevens voor «kleinkunst algemeen»), al moet dadelijk toegegeven dat het aantal respondenten in verschillende muziekcategorieën te klein is om tot geldige conclusies te komen.

Tabel 3: Schoolbetrokkenheid en sociale klasse naar muzikale voorkeur

Schoolbetrokkenheid	laag	laag	hoog	hoog	Rij-totaal
Belangstelling voor pop	laag	hoog	hoog	laag	
<b>Muziekstijl</b>					
	36	10	20	45	111
Mainstream pop	32.4	9.0	18.0	40.5	17.2
	18.6	10.1	10.1	29.4	
	5.6	1.6	3.1	7.0	
	0	1	6	0	7
Rustige pop	0.0	14.3	85.7	0.0	1.1
	0.0	1.0	3.0	0.0	
	0.0	0.2	0.9	0.0	
	49	23	40	19	131
Rock algemeen	37.4	17.6	30.5	14.5	20.3
	25.3	23.2	20.2	12.4	
	7.6	3.6	6.2	3.0	
	1	0	3	2	6
Vroege rock	16.7	0.0	50.0	33.3	0.9
	0.5	0.0	1.5	1.3	
	0.2	0.0	0.5	0.3	
	5	1	6	4	16
Jaren zestig	31.3	6.3	37.5	25.0	2.5
	2.6	1.0	3.0	2.6	
	0.8	0.2	0.9	0.6	
	1	1	1	0	3
Folk Rock	33.3	33.3	33.3	0.0	0.5
	0.5	1.0	0.5	0.0	
	0.2	0.2	0.2	0.0	
	5	9	10	1	25
Country Rock	20.0	36.0	40.0	4.0	3.9
	2.6	9.1	5.1	0.7	
	0.8	1.4	1.6	0.2	
	1	4	4	0	9
Symfonische Rock	11.1	44.4	44.4	0.0	1.4
	0.5	4.0	2.0	0.0	
	0.2	0.6	0.6	0.0	
	10	10	26	9	55
Hard Rock	18.2	18.2	47.3	16.4	8.5
	5.2	10.1	13.1	5.9	
	1.6	1.6	4.0	1.4	
	1	2	2	0	5
Art Rock	20.0	40.0	40.0	0.0	0.8
	0.5	2.0	1.0	0.0	
	0.2	0.3	0.3	0.0	
	2	1	2	0	5
Theatrale Rock	40.0	20.0	40.0	0.0	0.8
	1.0	1.0	1.0	0.0	
	0.3	0.2	0.3	0.0	
	0	0	3	0	3
Elektronische pop	0.0	0.0	100.0	0.0	0.5
	0.0	0.0	1.5	0.0	
	0.0	0.0	0.5	0.0	
	1	2	3	0	6
Protest Song	16.7	33.3	50.0	0.0	0.9
	0.5	2.0	1.5	0.0	
	0.2	0.3	0.5	0.0	
	13	9	15	4	41
New Wave	31.7	22.0	36.6	9.8	6.4
	6.7	9.1	7.6	2.6	
	2.0	1.4	2.3	0.6	

Folk	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	2 100.0 1.0 0.3	0 0.0 0.0 0.0	2 0.3
Country	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	2 66.7 1.0 0.3	1 33.3 0.7 0.2	3 0.5
Soul/Funk	1 100.0 0.5 0.2	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	1 0.2
Disco Algemeen	2 16.7 1.0 0.3	4 33.3 4.0 0.6	2 16.7 1.0 0.3	4 33.3 2.6 0.6	12 1.9
USA Disco	25 37.9 12.9 3.9	3 4.5 3.0 0.5	16 24.2 8.1 2.5	22 33.3 14.4 3.4	66 10.2
Euro Disco	0 0.0 0.0 0.0	2 16.7 2.0 0.3	2 16.7 1.0 0.3	8 66.7 5.2 1.2	12 1.9
Reggae	2 28.6 1.0 0.3	2 28.6 2.0 0.3	2 28.6 1.0 0.3	1 14.3 0.7 0.2	7 1.1
Zuid-Amerikaans	è 16.7 0.5 0.2	è 16.7 1.0 0.2	é 66.7 2.0 0.6	ù 0.0 0.0 0.0	* 0.9
Liedjesschrijver	6 31.6 3.1 0.9	1 5.3 1.0 0.2	6 31.6 3.0 0.9	6 31.6 3.9 0.9	19 3.0
Franstalig Chanson	4 26.7 2.1 0.6	5 33.3 5.1 0.8	4 26.7 2.0 0.6	2 13.3 1.3 0.3	15 2.3
Kleinkunst algemeen	6 33.3 3.1 0.9	2 11.1 2.0 0.3	5 27.8 2.5 0.8	5 27.8 3.3 0.8	18 2.8
Vlaamse kleinkunst	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	2 66.7 1.0 0.3	1 33.3 0.7 0.2	3 0.5
Nederlandse kleinkunst	2 50.0 1.0 0.3	1 25.0 1.0 0.2	0 0.0 0.0 0.0	1 25.0 0.7 0.2	4 0.6
Vlaamse Rock	2 33.3 1.0 0.3	1 16.7 1.0 0.2	3 50.0 1.5 0.5	0 0.0 0.0 0.0	6 0.9
Nederlandstalig levenslied	3 75.0 1.5 0.5	0 0.0 0.0 0.0	0 0.0 0.0 0.0	1 25.0 0.7 0.2	4 0.6
Nederlandstalig geëngageerd	1 50.0 0.5 0.2	0 0.0 0.0 0.0	1 50.0 0.5 0.2	0 0.0 0.0 0.0	2 0.3

## Conclusie

Eenzijds zijn er voldoende aanwijzingen in de enquêteresultaten om aan te nemen dat de meerderheid van de Vlaamse jeugd voldoende instemt met wat op school gebeurt maar dat een niet te veronachtzamen kleinere groep zich ook nog eens tot de popmedia wendt voor de realisatie van waarden die op school niet aan bod komen. Anderzijds kan een eveneens niet te veronachtzamen minderheidsgroep afgezonderd worden die zich niet tenvolle kan manifesteren op school, en weer eens ziet een kleine groep van hen in de popcultuur een alternatief voor dat gebrek aan mogelijkheden tot zelfrealisering.

De nuancerings die aan de hypothese, afgeleid uit het Britse basisonderzoek, werden aangebracht kunnen wellicht teruggevoerd worden tot twee factoren, nl. ten eerste, het minder rigiede schoolpatroon van het Belgische t.o.v. het Britse onderwijssysteem en, ten tweede, het minder uitgesproken stedelijk-proletarisch milieu waarin Vlaamse lagere klasse-kinderen gedijen. Het bestaan van een specifieke proletarische straatcultuur en zijn tegenstelling met de popcultuur dient voor Vlaanderen wellicht afgezwakt.

Het is misschien beter om tegenover de popcultuur een ruimere alledagscultuur te stellen met een speciaal accent voor de agrarische plattelandscultuur. Tot de laatste hebben ook meisjes gemakkelijker toegang dan tot de straatcultuur. De accentuering van het nederlandstalige populaire lied door de lagere klasse-leerlingen die tevens minder belangstelling opbrengen voor (angelsaksische) pop past volledig in de theorie dat de scheidingslijn tussen de sociale klassen niet alleen de belangstelling voor pop maar ook de muzikale voorkeur bepaalt.

Hieronder worden de voornaamste resultaten nog eens onder de vorm van trefwoorden in het eerder reeds gehanteerde schema weergegeven.

Wat met betrekking tot educatieve consequenties van deze resultaten kan gezegd worden is dat voor een aantal leerlingen het leven op school boeiend(er) kan gemaakt worden door de popmedia binnen de muren van de school te brengen en, vervolgens, dat door een bewuste keuze uit het populaire muziek-aanbod, een aantal andere leerlingen, veruit de meerderheid, nog in contact kan gebracht worden met andere dan mainstream-muziek.

(vervolg tabel 3)

	0	0	10	14	
Nederlandstalige meezinger	28.6	0.0	0.0	71.4	2.2
	2.1	0.0	0.0	6.5	
	0.6	0.0	0.0	1.6	
-----					
Klassiek	4	2	2	2	10
	40.0	20.0	20.0	20.0	1.6
	2.1	2.0	1.0	1.3	
	0.6	0.3	0.3	0.3	
-----					
Jazz/Blues/Spiritual	1	3	0	7	
	42.9	14.3	42.9	0.0	1.1
	1.5	1.0	1.5	0.0	
	0.5	0.2	0.5	0.0	
-----					
Filmmuziek	3	1	1	4	9
	33.3	11.1	11.1	44.4	1.4
	1.5	1.0	0.5	2.6	
	0.5	0.2	0.2	0.6	
-----					
Kolom Totaal	194	99	198	153	644
	30.1	15.4	30.7	23.8	100.0

### Voetnoten

(1) MURDOCK, G., PHELPS, G., *Jeugd en Massamedia*, Leiden, 1976, (Nederlandse Bibliotheek voor Onderwijskunde)

(2) DE MEYER, G., HENDRIKS, A., FAUCONNIER, G., *Jeugd en Popmuziek*, Leuven, 1980, (Centrum voor Communicatiewetenschappen, K.U. Leuven)

(3) Voor gedetailleerde informatie over onderzoeksmethodiek, zie: DE MEYER, G. HENDRIKS, A., FAUCONNIER, G., *op.cit.*

		schoolbetrokkenheid			
		hoog	laag		
belangstelling voor pop	laag	<i>schoolcultuur domineert arbeiders/meisjes platteland/jongens nederlandstalige en/ of mainstream</i>	<i>alledagscultuur compenseert platteland/jongens nederlandstalige en/ of mainstream</i>	hoog	integratie in alledagcultuur
	hoog	<i>popcultuur complementeert hogere klassen jongens substream</i>	<i>popcultuur is alternatief hogere klassen/ jongens substream</i>	laag	

(ADVERTENTIE)

**Binnenkort verschijnt een nieuwe CeCoWe-publikatie:**

# TELETEKST

# EN

# VIEWDATA

**een exploratie in het domein van de telematiek.**

**Dirk DE GROOFF**  
o.l.v. Prof. Dr. G. FAUCONNIER.

In dit boek zal ondermeer worden behandeld: de technische achtergronden, de typologie van de nieuwe media, de mogelijke belangengroepen, de actuele situatie in een aantal landen (waaronder België), de functies en toepassingsmogelijkheden, redactionele kosten en beleid, de relatie tot conventionele media (zoals de krant) en de mogelijke sociale gevolgen van de invoering van de nieuwe media.

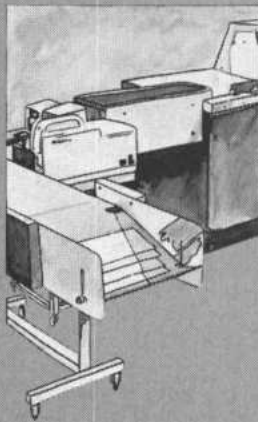


## U ZORGT VOOR DE KOFFIE, WIJ VOOR DE INFORMATIE.

Wij brengen U alle informatie op uw bureau. Niets makkelijker dan dat. U belt of schrijft even en wij sturen de gewenste documentatie of verzorgen een demonstratie.

Op uw gemak en op het tijdstip dat U schikt, kan U - aan uw bureau gezeten - de materie bestuderen. Uiteraard zonder dat het voor U enige verplichting schept. Makkelijk en efficiënt komt U zo op de hoogte van de stand van zaken op het gebied van :

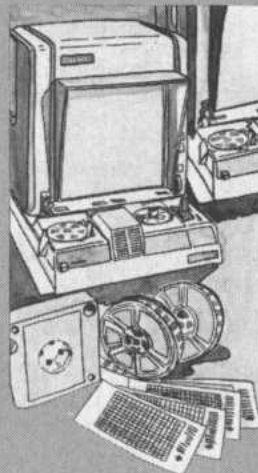
**paper handling systems :**  
automatische inserters  
met volledige  
elektronische controle en  
inktjetadreseermachines



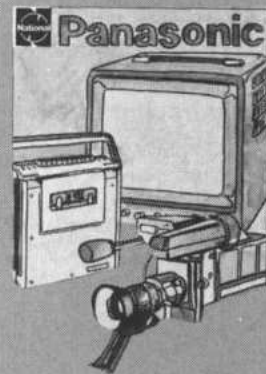
**audio-visual systems :**  
audiovisuele  
kommunikatiesystemen  
voor onderwijs, opleiding,  
promotie en verkoopsondersteuning



**microfilm systems en  
apparatuur :** 16 mm, com/  
fiches / yackets



**video systems :** National  
Panasonic videosystemen  
voor onderwijs, opleiding,  
promotie, verkoopsondersteuning, bewaking en  
beveiliging



# BELL & HOWELL

Bell & Howell Benelux NV/SA  
Leuvensesteenweg 321  
1940 St.-Stevens-Woluwe/Zaventem  
tel. 02/720 92 75

Bell & Howell BV  
Ravenswade 22  
3439 LD Nieuwegein / Nederland  
tel. 00-31-30887304

Reklameadviesbureau Kern nv.

# de dag: een halve maand boulevardjournalistiek

ad van poppel

«Dit is het eerste feestelijke 80 pagina's dikke nummer van Nederlands nieuwste ochtendblad DE DAG. Een nieuwe krant is een zeldzame gebeurtenis. En nog wel een krant die wat uiterlijk, formaat en inhoud betreft totaal verschilt van alle in ons land bestaande dagbladen. Een jonge dynamische krant met een nieuwe formule. Jarènleng werd er druk gepraat over zo'n nieuwe krant, maar niemand dorst het avontuur aan.

Het bleef bij vage plannen.

Wij durven het avontuur wèl aan. Wij geloven in het succes van De Dag en doen ons best een krant te maken waar u met spanning naar uitkijkt. Iedere dag. Dit nummer is het knallende startschot» (1).

Het «knallende startschot» klonk op 15 maart 1980 en met «De Dag» (een welhaast getrouwe kopie van de Engelse populaire kranten) brak een nieuwe episode aan in de dagbladpers van Nederland: de dagelijkse boulevardpers. Nauwelijks tien dagen later, 25 maart 1980, kwam al het laatste nummer van «De Dag» uit. Vrijdag 28 maart '80 werd bekend dat het niet verschijnen naar aanleiding van een conflict over een mogelijke overname door een groot uitgeversconcern definitief was.

«De Dag» moest een makkelijke krant zijn, die het nieuws dat andere kranten groot brachten, klein bracht, en het nieuws dat de concurrentie klein bracht groot bracht. Het moest vooral een gemakkelijke, gezellige krant zijn. Probleemloos dus.

Hans FERREE stipte in «Van mens tot marionet» al aan dat de mens liever in een schijnwereld leeft en dat «De Telegraaf» in de vertolking van wat er onder de mensheid leeft, in Nederland, het verst ging en gaat. «De Dag» ging daarin nog verder. «Alles wat het 'geheime' gevoelsleven van de mensen prikkelt» is volgens Ferree «leukheid». «Hun behoefte - veilig en passief - deel

te hebben aan een leven dat opwindender is dan de werkelijkheid van alledag. Vroeger was dat het leven van de groten der aarde - vorsten en prelaten, van heiligen, schurken, van avonturiers en helden. En dat is eigenlijk nog steeds zo. De Engelse journalist Leslie Sellers heeft in één zinnetje de elementen samengevat waar het publiek op 'tippelt': 'The Duches of Dinting, five-times married cousin of the Queen, was arrested in a strip-club early to-day and accused of a £ 1,000,000 plot to defraud the Archbishop of Canterbury.'

«Hoge kringen dus (niet alleen hertogin, maar zelfs nog niet van de koningin!) seks (vijf keer getrouwd èn in een stripclub), losbandigheid (in de vroege uurtjes!), een smak geld, misdaad en religie! Deze elementen vinden we terug in alle populaire consumptiemedia - van Panorama tot Privé (2). Men kan daar genoegzaam «De Dag» aan toe voegen. Met «De Dag» deed in Nederland de echte sensatiekrant zijn intrede. Sensatie in de zin van «...de journalistiek die door een populair-sensationele opmaak en andere succesrijke redatiemiddelen (grote titels, overvloedige illustraties, kleurendruk enz.) een gedetailleerde behandeling van misdaden, seks-schandalen, wreedheden enz. weergeeft, hierbij gebruikmakend van een zeer directe, dikwijls 'vulgaire' uitdrukingswijze en dit om de grote massa te winnen en de sensatiehonger bij het lezerspubliek permanent op te wekken en te bevredigen» (3).

De bladspiegel van «De Dag» is de helft van de normale Nederlandse krant. Het is het formaat van «The Sun», «Daily Mirror». Wat de vormgeving betreft, kan men volgens Thomas BERRY spreken van «poster-make-up». «Hierbij ordent de lay-out man het materiaal afsof hij een commerciële affiche uitwerkt. Hij plaatst de foto's en de tekst zodanig dat het blad attractief wordt voor de lezer» (4).

De koppen moeten gemakkelijk leesbaar zijn. MOTT geeft twee belangrijke technieken van de sensatiepers: 1. Scare heads, in which excessively large type, printed in either black or red, screamed excitement, often about comparatively unimportant news, thus giving a shrill falsity to the entire make up; 2. The lavish use of pictures, many of them without significance, inviting the abuses of picture-stealing and faked pictures» (5).

«De Dag» werd alleen in de Randstad in de losse verkoop gebracht. De oplage bedroeg 62.000. Bij een verkochte oplage van 40% zou het break-even point al bereikt zijn.

VAN DER BIESEN stelde in «Keesings Reflector» met betrekking tot de verkoopbaarheid van kranten: «Een ander aspect van het verkoopbaar maken van informatie is niet zozeer dat men feiten verdraait, verkeerd voorstelt of zelfs verzwijgt (omdat ze ideologisch niet zouden passen bij het betreffende blad), maar wel dat men feiten uitvindt en/of ensceneert (pseudo-nieuws) met het oog op commercialisering en materiële winst. De commercialisering van de inhoud heeft anderzijds tot gevolg dat sommige onderwerpen — letterlijk — buiten de plooiën vallen, omdat ze slechts minderheden interesseren, of omdat ze niet commercieel kunnen voorgesteld worden, of omdat ze potentiële adverteerders en/of lezers wellicht tegen de borst zouden kunnen stuiten. Uit dit alles blijkt wel dat de drang om zoveel mogelijk kranten te verkopen ook drastische wijzigingen heeft gebracht in de rangorde van de nieuwsfeiten. Nu wordt over het algemeen de voorrang (èn de voorpagina) gegeven aan ongevallen, rampen, moorden, aan het (liefst pikante) privé-leven van allerlei vedetten, prinses, prinsessen en andere vallende sterren, kortom aan alles wat het grote publiek emotioneel beroert en derhalve aanzet tot kopen en — wellicht

— lezen» (6)

«De Dag» draaide eveneens voornamelijk op royalty, showbis, seks, sport en sensatieverhaaltjes. Politiek wordt nauwelijks verslagen. Wereldberichtgeving staat in kleine korte berichtjes onder de kop: «De Dag, al het nieuws kort maar krachtig». Verder de geijkte rubrieken als daar zijn de dokershulp, de horoscoop, de strips en de uit-huikpagina. Vergeleken met het Belgische weekblad «Kwik» komt dat mooi overeen. Ook daar voeren berichten uit de showbis, berichten over adellijke en belangrijke personen, over seks, over doktersraadgevingen, en over sensatie de boventoon (7).

In november vorig jaar kwamen de eerste berichten over de op stapel staande krant. Achter het project stak Peter MULLER (33 jaar oud), die in de jaren zestig zijn tijdschriftencarrière begon met «Beatbox», een blad voor «teeners en twens». Muller was toen zeventien jaar oud. In '65 startte hij samen met Willem DE RIDDER en Wim VAN DER LINDEN «Hitweek», dat hij in '67 verliet. Muller stond een blad voor ogen met een hoge oplage, terwijl de rest van de redactieraad het liever op de non-commerciële-idealistische koers hielden. Na een column in «De Telegraaf» («Peter Mullers Popcolumn») kwam hij in 1968 met het seksmaandblad «Candy». Peter Muller in «Zipitaja», het blad van de School voor de Journalistiek in Utrecht: «Het gaat mij niet zo zeer om het onderwerp of om wat voor soort blad, het gaat mij echt om bladen maken. Ik zit niet vast aan één onderwerp waarover ik kan publiceren. Bedrukt papier, daar gaat het mij gewoon om. In '68 voelde ik dus de markt aan voor een blad als Candy, dat moest er gewoon komen. Ik heb daar veel geld mee verdient (sic). Ik heb Candy gedaan tot '74, toen begon ik aan beroepsdeformatie te lijden. Als het je werk is om steeds die grenzen op sexgebied te verleggen, dan blijf je daar zelf niet door onaangeroerd. In '73 moest ik daar gewoon mee kappen, ondanks het gigantisch commercieel succes. Ik wist dat ik tot meer in staat was en ik wilde geen porno-uitgever blijven. Ik ging daar een beetje van balen. Ik wilde de wereld, of gewoon mezelf, laten zien dat ik ook nog tot andere dingen in staat was. Want ik was een bladenman, geen sexbladenman.

«Ik heb in '74 Weekend opgericht en ook dat was een groot succes. Niet zo groot als we dachten, maar een redelijk

succes. Ik ben tot augustus jongstleden hoofdredacteur gebleven, nadat ik het blad anderhalf jaar geleden aan de Nederlandse Dagblad Unie had verkocht. In die tussentijd ben ik nog een aantal bladen begonnen, die geflopt zijn, zoals Fotoweek en Pagina één. En de volgende stap is dus «De Dag», het dagblad» (8).

Op de «gossip-pagina» van «Vrij Nederland» «Achterop» mocht Muller ook zijn doelstellingen uitleggen. «Als je gevoel hebt voor krantenromantiek zoals ik, dan is dat toch je jongensdroom. Een krant maken. (...) Ik heb een krant voor ogen zoals je wel in Amerikaanse speelfilms uit de jaren dertig ziet: grote koppen, een krant die spannend is. (...) Politiek gaan we natuurlijk het nieuws niet volgen, alleen wat mopperig commentaar geven» (9).

Enige tijd was het stil rond «De Dag», maar op 23 februari kwam «De Volkskrant» in de rubriek «Dag-in-dag-uit» met het treffende berichtje: «De Telegraaf zal tanden knarsen». Muller wist de publiciteit zeer goed te bespelen en spande de andere media voor zijn karretje. «De Volkskrant» volgde het, «Vrij Nederland» hield de Nederlanders op de hoogte en Muller «trad op» in de «Alles is anders-show» van de KRO. Hij werd wel aangevallen op zijn plannen, maar hij kon vertellen hoe «De Dag» zou worden en zo verwachtingen scheppen. In het «Volkskrant»-berichtje bijvoorbeeld: «De Dag komt de eerste week al met een artikelenserie over een misstand. Een groot sociaal schandaal, waarover Kamervragen zullen worden gesteld. Het zal het jaarnaal halen, en De Telegraaf zal het nieuws tandenknarsend overnemen. Meer kan ik er nog niet over zeggen» (10). Afwachten was de boodschap. Maar er was geen artikelenserie over een misstand, over het grote sociale schandaal. Er werden derhalve geen vragen in de Kamer gesteld, het jaarnaal had het niet, en «De Telegraaf» nam het ook niet tandenknarsend over. De verwachtingen waren echter wel gewekt, en volgens geruchten zou «De Telegraaf» van plan zijn harde actie te voeren. «Volgens telefonische tips krijgen de wederverkopers zaterdag (15 maart, AVP) Nederlands grootste krant gratis. Voorwaarde is wel dat ze weigeren De Dag te verkopen.» aldus «De Tijd», die ook probeerde bij «De Telegraaf» een commentaar los te krijgen (11). «De Telegraaf» liet bij monde van een re-



dactie-secretaresse weten dat men geen commentaar had (12).

«De Telegraaf» en het «Algemeen Dagblad», de twee grootste kranten van Nederland, waren voor Muller wel de grote concurrenten. «Ik veroorzaak natuurlijk onrust, als mijn krant slaagt, dan zullen de Telegraaf en het Algemeen Dagblad zich moeten herbezinnen» (13).

«De Dag» zou volgens Muller een gat in de markt dichten. «Er is in Nederland», weet hij, «een niet te stelpen leeshonger naar verstrooiende informatie. Kijk naar tijdschriften als Story, Mix, Weekend en Privé. Hoe complexer de samenleving, hoe meer behoefte er bestaat aan een knus, tikje kneuterig blad» (14).

«Belangrijk is dat het publiek in één oogopslag kan bepalen of het de moeite waard is om «De Dag» te kopen. De kop op de voorpagina is daarom van levensbelang. Ja, je kunt ons best de titel koppenkrant geven. Aan het koppen maken besteden we extra aandacht. Een paar voorbeelden? Bij de FNV-staking: Kok-Van Agt: 1-0. Dat is een sportterm, begrijpt iedereen. Of over hoe slecht de marine is uitgerust; marine zinkend schip. Ook een mooie hè? Maar de mooiste van allemaal bedacht ik een paar dagen geleden. Dat was naar aanleiding van een opmerking van Dutman over Albeda (de ambtenaren-vak-



bondsman Dutman vergeleek in een toespraak minister Albada met Hitler - AvP). De kop: Lijkt deze man op Hitler? Daarnaast een grote foto met Albada. Dat spreekt de mensen aan.

«Het is moeilijk om precies te zeggen welke mensen dat zijn. We hebben geen specifieke doelgroep, maar ik denk dat jonge huisvrouwen onze krant wel lekker vinden. En de treinfrenzinnen natuurlijk. Die hoeven niet langer te hannesen met die enorme vellen papier», aldus Muller in «De Tijd» (15).

Muller spiegelde zich in interviews steeds aan «The Sun» en «Daily Mirror», en liet de hem bezoekende journalisten steevast een exemplaar van een van die Engelse kranten zien. Showredacteur Ger LAMMENS (overgekomen van «Weekend», zonder dagbladervaring - geen probleem voor hem: «Ik zorg dat ik elke dag een aardig verhaaltje heb liggen en verder maak ik wat korte berichtjes. Dat is heel eenvoudig: je klopt de feiten wat op, en klaar is Kees») is echter een bewonderaar van het Springerblad «Bildzeitung». LAMMENS: «Die kranten («Sun» en «Daily Mirror» AvP) zijn veel te lief voor Nederland. De mensen lezen hier liever het hardere nieuws. Zoals het Westduise Bild dat doet, met korte pakkende koppen. Die kant gaat De Dag in de toekomst waarschijnlijk ook wel op. Volgens mij zal er niet veel anders opzitten, wil je de krant blijven verkopen. Het is natuurlijk ook niet slim om nu meteen hard te beginnen. Dat schrikt af» (16). En: «Ik ben altijd wat meer voor de directere en hardere verslaggeving geweest. We hebben toen in Weekend die affaire gehad met die vliegcramp op Tenerife. Toen had ik als kop bedacht: 'We starten! We starten! Vier dodelijke woorden van Nederlands beste piloot» (17).

«De lezer beslist. Het nieuws van het verschijnen van een nieuw dagblad in een tijd waarin kranten juist verdwijnen, een noodlijdend bestaan lijden of in elkaar opgaan (18), is in de Nederlandse perswereld ingeslagen als een bom. De talrijke reacties in dagbladen en via radio en televisie waren over het algemeen argwanend en ongelovig van aard. Mensen die iets nieuws beginnen en daarmee buiten de platgetreden paden treden, worden in Nederland van oudsher met argusogen bekeken. Sommige persreacties menen «De Dag» af te kunnen doen als 'vertrossend' of 'te commercieel'. Als dat betekend (sic) dat wij een krant voor het grote publiek maken, vatten wij deze kreten op als een com-

pliment. Eerder geloven wij dat uit de schampere commentaren op het verschijnen van deze krant ANGST spreekt voor wat het 'Dag-effect' genoemd kan worden. Een oud spreekwoord zegt: 'Het is dom te vrezen wat onvermijdelijk is.' Het succes van een nieuwe onafhankelijke en onbevreesde krant als «De Dag» waarvan u nu het eerste historische nummer in handen heeft, valt door deze zure commentaren niet tegen te houden. Daarover beslissen slechts onze lezers» (19).

Het commentaar van «De Dag» op 15 maart. De lezers beslisten echter niet. De wetten van de economie werkten in het nadeel van «De Dag». Op 25 maart '80 kwam in het NOS-Journaal het bericht dat «De Dag» de volgende ochtend niet bij de wederverkoper zou liggen in verband met een conflict over de toekomst van de krant. Het blad zou verkocht worden aan een groot concern. Een Duits uitgeverconcern, en al gauw werd daaraan de naam van «Springer» gekoppeld. De redactie schortte de werkzaamheden op om uitsluitel te krijgen van directeur Rob Muller (en broer van Peter Muller) over de toekomst van het blad. Hoofdredacteur Peter Muller zou de kant van de redactie gekozen hebben. Rob Muller verklaarde begrip op te kunnen brengen voor de reactie van de redactie (20). Een woordvoerder van het Springerconcern in Berlijn ontkende ten stelligste het gerucht, dat Springer benaderd was. De problemen van «De Dag» waren van financiële aard. De onderneming was gestart met een beginkapitaal van drie miljoen gulden. Men zocht daarenboven nog 300.000 gulden, wat het voortbestaan van de krant voor een langere termijn zou waarborgen. Volgens Peter Muller was er de eerste week teveel van het beginkapitaal gebruikt om tegenslagen op te vangen. De lay-out afdeling werkte niet zoals het behoorde, en daardoor was men genoodzaakt (dure) krachten van buiten aan te trekken. Ook de druk leverde problemen op, vooral de kleurendruk, waardoor een aantal adverteerders weigerden te betalen (21). Donderdag 27 maart mislukten de besprekingen om bij een Nederlands bedrijf drie ton los te krijgen en daarmee was het doek voor «De Dag» na ruim tien dagen al gevallen.

«De Volkskrant» kwam zaterdag 29 maart 80 met de «onthulling» van de ware problemen bij «De Dag», heel toepasselijk weer in de rubriek «Dag-in-dag-uit». «De Volkskrant»: «Om de nog

**SEXBOMMEN MET DE BROEK AAN**  
DE TIJD VAN DE DOMME BLONDJES IS VOORBIJ...  
Vloerkurk kijken kost niets  
KURKBOETIEK "NATURO"  
VADER GAF DE BORST  
Vraag: Welke krant heeft zo'n pitig formaat...?  
Antwoord: Natuur, uw eigen DAG

jonge Dag in zijn nadagen van de ondergang te redden, werden de gekste stunts bedacht. Het Springerverhaal werd in de wereld verholpen. Rob Muller zou in onderhandeling zijn met een Westduitse uitgever. Springer ontkende elk contact. Het enige contact, dat er geweest is, dateert uit 1976 toen de Mullers een briefje schreven, waarin ze hun plannen om een Nederlands boulevardblad van de grond te brengen aan Springer openbaarden. Een vriendelijk briefje terug en verder niks meer. «De echte problemen begonnen al direct na de start op 15 maart — een extra dik zaterdagnummer in een oplage van 100.000 stuks in de losse verkoop gebracht — toen de Alkmaarse drukker (De Verenigde Noordhollandse Dagbladen) boter bij de vis eiste. Als de te drukken pagina's 's avonds werden aangeboden, moest er gelijk contant betaald worden anders werd er niet gedrukt. Vervolgens kwam deze drukker een paar dagen later met de eis van een soort garantiesom en dat brak «De Dag» definitief de nek» (22).

## Noten:

(1) «De eerste dag», in «De Dag», 15-3-1980.

(2) FERREE, H., *Van mens tot marionet*, Spectrum, Utrecht-Antwerpen, 1978, p. 62-63

(3) DE VOS, I., *Het fenomeen sensatiekrant, een literatuurstudie en een inhoudsanalyse van «Bild-Zeitung» en «Kwik»*, Leuven, eindverhandeling communicatiewetenschappen, p. 26.

(4) BERRY, T., geciteerd in DE VOS, I. *ibid.* p. 56

(5) MOTT, F.L., geciteerd in DE VOS, I. *ibid.* p. 57

(6) VAN DER BIESEN, W. Informatie als commerce, in «*Kessings Reflector*», jg. 19, nr. 7-7a, p. 155.

(7) DE VOS, I. *ibid.* p. 125.

(8) x, «Peter Muller: «Bedrukt papier, daar gaat het om», in «Zipitaja», een uitgave van de School voor de Journalistiek, Utrecht, jg. 10, nr. 27, p. 3.

(9) «De Telegraaf zal tanden knarsen», in «*De Vokskrant*», 23-2-1980.

(10) VAN BEUZEKON, G. Nederlands nieuwe dagblad, «*Je blopt de feiten wat op en klaar is Kees*», in «*De Tijd*», jg. 6, nr. 287, p. 17

(11) «*De Telegraaf*» geeft overigens nauwelijks commentaar als het gaat over zaken waar de naam van die krant bij genoemd wordt. In een uitzending in maart '80 over de relatie Amsterdamse politie en pers in de serie «*De wereld van het nieuws*» van de NCRV weigerde «*DE TELEGRAAF*» iedere medewerking. «*Het Parool*» had geen bezwaar.

(12) «*Zipitaja*», *ibid.* p. 3.

(13) «*De Telegraaf zal tanden knarsen*» *ibid.* Vergelijk de door Springer-Verlag uitgegeven analyse van «*Bild*» geciteerd in WALIRAFF, G., *Verslaggever van Bild*, Amsterdam, 1977, p. 49. «De krant neemt door haar gezag van de lezer de taak over om de gebeurtenissen die kenmerkend zijn voor de wereld van vandaag te ordenen, te schiften en te waarderen. Doordat Bild de lezer een algeordend en becommentarieerd overzicht biedt van wat er in de wereld gebeurt en dit op korte, indringende en besliste wijze doet, verschafft zij de geruststellende zekerheid dat men deze wereld toch tegemoet kan treden en kan bevatten.»

(14) VAN BEUZEKOM, G., *ibid.* p. 16.

(15) VAN BEUZEKOM, G., *ibid.* p. 17.

(16) «*Zipitaja*», *ibid.* p. 4.

(17) Een bewering, die niet helemaal juist is. De Nederlandse kranten hebben het goed, maken winst. Als er sprake is van fusies (zoals onlangs met de NV De Grondwet, die in Roosendaal het «*Brabants Nieuwsblad*» uitgeeft, die (alleen economisch) samenging met de Nederlandse Dagblad Unie, uitgeefster van onder andere «*Algemeen Dagblad*» en «*NCR-Handelsblad*») is het omdat de investeringen in nieuwe (computer-) techniek te groot zijn voor de kleinere bedrijven. Verondersteld wordt dat de uitgave van een nieuwe krant een uitgave vergt van 20 miljoen gulden. De Dag deed het bescheiden met 3 miljoen gulden.

(18) «De lezer beslist», commentaar in «*De Dag*», 15-3-1980, p. 6.

(19) x, «Conflict verhindert verschijning «*Dag*», in «*De Volkskrant*» 26-3-1980.

(20) x, «Kans op behoud De Dag zeer klein», in «*De Volkskrant*», 27-3-1980.

(21) x, «Wat geld voor De Dag, a.u.b.», in «*De Volkskrant*», 29-3-1980.

# sesamstraat, enkele conclusies uit observaties in kleuterscholen

herman santy

## Het programma en het onderzoek gesitueerd

Sinds verschillende jaren zendt de BRT ten behoeve van de 3-, 4-, 5- en 6-jarigen, de kleuterserie "Sesamstraat" uit. De productie komt voor een buitenstaander over als een eerder ingewikkelde vorm van samenwerking.

Het contract met CTW (Children's Television Workshop), de Amerikaanse eigenaar van de oorspronkelijke serie "Sesame Street", stipuleert dat 40 % van het onder deze naam uitgezonden materiaal, van Amerikaanse makelij moet zijn. Omwille van de hoge kosten beslisten NOS en BRT de 60 % eigen inbreng samen te produceren.

Uit kijkonderzoek en verschillende andere vormen van onderzoek, bleek dat met deze serie werkelijk het publiek bereikt werd dat men wilde bereiken. Tenzelfdertijd bleek ook dat volwassenen wel eens met ideeën over hoe een kinderprogramma zou moeten zijn rondlopen, die niet altijd stroken met de voorkeur van de kinderen zelf. Dat leerden we o.a. uit observatietesten uitgevoerd door het laboratorium voor differentieële en genetische psychologie van Professor W. De Coster (R.U.G.).

## Het onderzoek en de resultaten ervan

Er werd beslist een uitgebreid testonderzoek op te zetten bij een groot aantal kinderen. In dat onderzoeksproject werden de ervaringen van onderzoekers en programmamakers gebundeld, om op die manier tot het formuleren van vragen te komen. De vragen waarop een antwoord moest worden gevonden waren:

1. Is er een verschil in de response op het Belgisch/Nederlands (BRT/NOS) en het Amerikaans (CTW) materiaal?

2. Kijken kinderen graag naar kinderen?

3. Spreekt het programma ook de allerkleinsten (3- en 4-jarigen) aan? Het onderzoek moest zo worden uitgevoerd dat de kans geschapen werd op bruikbare resultaten voor de programmamakers.

Om de drie vragen te beantwoorden werden twee onderzoeksvoorstellen ontworpen. Het eerste ontwerp moest een vergelijking tussen BRT/NOS- en CTW-materiaal mogelijk maken. Hiertoe werden 4 programma's gemonteerd bestaande uit 8 items elk, en met een duurtijd van ± 15 minuten.

Eén programma bestond volledig uit CTW-items; een ander uit louter BRT/NOS-items; de beide andere programma's waren gemengd.

Door systematisch evenveel jongens en meisjes van 3, 4, 5 en 6 jaar naar elk programma te laten kijken werd het mogelijk de bekomen verschillen in reacties te analyseren en te veralgemenen.

Het tweede ontwerp moest ons meer informatie verstrekken over de vraag of en in welke mate kinderen graag naar kinderen kijken.

Hiervoor maakten we gebruik van een programma bestaande uit 10 verschillende kind-items, dat weer door evenveel kinderen van elke leeftijd bekeken werd.

Daar we de leeftijdsgroepen systematisch hanteerden werd de vraag over de ontvangst van Sesamstraat bij de allerkleinsten ingecalculleerd in beide ontwerpen.

## Selectie en observatie

Om deze ontwerpen te realiseren selecteerden we 128 kleuters in een zestal Brabantse scholen. Deze moesten een

voldoende representatieve steekproef vertegenwoordigen voor alle 3- tot 6-jarige kijkertjes in het Vlaamse lands-gedeelte.

Aan deze kleuters gaven we enkele experimenteel gemonteerde Sesamstraatuitzendingen op video te zien.

Groepjes van 3 of 4 kinderen werden in een apart lokaal voor het scherm gezet, onder het waakzaam oog van 4 observators die kijktijd en kijkgedrag registreerden. Daarna volgde nog een kort interview waarin, aan de hand van foto's, vragen gesteld werden over de inhoud van de items, de voorkeur voor bepaalde hoofdfiguren, en het kijken naar Sesamstraat thuis.

De kijktijd werd met een chronometer gemeten en het aantal keren dat men van het scherm wegkeek werd geteld. Het kijkgedrag is een verzamelnaam voor een aantal variabelen: positieve en negatieve verbale reacties, positieve en negatieve lichamelijke reacties<sup>7</sup> glimlachten.

Vraagjes over de inhoud van de items moesten aangeven hoeveel de kleuters zich herinnerden en begrepen hadden. Andere vragen moesten aantonen of er eventueel een verband bestaat tussen de wijze waarop men thuis kijkt en de reacties op het proefprogramma.

### Verwerking

Alle observatiegegevens werden bij elkaar gebracht en in formules gestopt om een statische verwerking toe te laten. Dit gebeurde door de computer op basis van variantie-analyse en  $X^2$ -toets.

Deze methodes laten ons toe om de resultaten van een steekproef te veralgemenen naar de populatie waarop het onderzoek betrekking heeft.

### De resultaten

Globaal gezien is er een lichte voorkeur voor het materiaal van eigen bodem en deze voorkeur is groter bij drie-jarigen dan bij zes-jarigen.

Maar deze algemeenheid zegt nog niets over de inhoud. Daarom maakten we een onderscheid in categorieën of soorten items:

#### NOS/BRT

Sesamstraatitems (items met de vaste figuren van Sesamstraat)

#### Mime-items

Kinditems (items waarin kinderen met of zonder de Sesamstraatfiguren optreden)

#### Grafische items

#### CTW

#### Animatiefiguren

#### animatie letters/cijfers

#### Muppets

#### Live actions

Bij de NOS/BRT hadden de mime- en kinditems het meeste succes en de Sesamstraatitems het minste; bij CTW haalden de animatiefilmpjes de beste en de live action-items de laagste cijfers. Het probleem met de *Sesamstraatitems* is dat ze zo verbaal zijn en lang duren; wel vinden de kinderen Pino en Tommie erg plezierig.

In de *mime-items* daarentegen wordt niet of weinig gepraat en bovendien zijn ze expressief op een manier die de kinderen fascineert.

De *kinditems* werden gewaardeerd als er actief spelende kinderen in voorkwamen (live gefilmd), maar veel minder als er veel gepraat wordt.

De *grafische items* zijn doorgaans goed te begrijpen voor de jongste kijkertjes. De vlotte, plezierige en niet-verbale *animatiefilmpjes* krijgen goede kijkcijfers maar worden minder gemakkelijk herinnerd en begrepen omdat er geen of geen duidelijk verhaaltje in zit.

*Muppets* zijn sympathiek maar praten soms te veel en te moeilijk.

Voor de *live action-categorie* van CTW waren twee erg verschillende items uitgekozen: het korte item kwam goed over, het andere duurde te lang en was te abstract voor kleuters.

Wat de relatie tussen het kijken thuis en de reacties op het vertoonde programma betreft, komt naar voren dat wanneer de kinderen thuis veel kijken en in gezelschap van ouder, broers en zusjes, de kijkintensiteit en de mate van herinneren en begrijpen bevorderd wordt.

Tommie is de meest geliefde figuur, Pino heeft een kleine voorsprong op Bert en Ernie, Piet en Sien (grote mensen) komen op de laatste plaats.

### Besluit

Het publiek van Sesamstraat houdt veel van plezierige, actie-gerichte intrige-

rende en niet al te langdurige items. Het houdt er ook van leeftijdsgenoten op het scherm te zien.

Voor de jongste kijkertjes moet de verbale expressie plaats ruimen voor, of aangevuld worden met andere, meer aangepaste vormen van communicatie.

Aan de programmamakers nu om deze aanbevelingen in voor de kinderen begrijpelijk beeldtaal om te zetten.

Met het uitvoeren van dit onderzoek is meteen een verdere stap gezet in de samenwerking tussen onderzoekers verbonden aan de omroep, en onderzoekers uit de universitaire research-middelen, en dat lijkt me een gelukkige gang van zaken.

### ADVERTEREN IN DIT NUMMER

Standaard Boekhandel	3
Het belang van Limburg	5
Bell & Howell	12
Registratie	21
Singer	25
Gemeentekrediet	29
Inelco	33
Van Loghum Slaterus	34

# licentiaatsverhandelingen

an vermeren

## wetenschapsvoorlichting: studie van het proces en terreinverkenning aan de nederlandstalige universiteiten in belgië

Fac. Soc. Wet., Leuven, februari 1980, 166 blz.  
(Promotor: Prof. Dr. Fauconnier).

De wetenschapsvoorlichting (1) heeft de laatste decennia steeds meer belangstelling gekregen. Verschillende factoren hebben hiertoe bijgedragen, zoals het succes van de ruimtevaart, de groeiende economische moeilijkheden met als gevolg een stijgende vraag naar verantwoording van de financiële middelen, het hoger scholingsniveau van het publiek, het belang van goede public relations zowel voor een profit - als voor een non profit-organisatie, de "éducation permanente", en de rol van de wetenschap bij politieke beslissingen. De wetenschapsvoorlichting mag dan voor sommigen een onbekend terrein gebleven zijn, bij nader inzien zullen zij vaststellen dat zij er dagelijks mee geconfronteerd worden...

We maakten een analyse van de wetenschapsvoorlichting als communicatieproces. Vervolgens toetsten we onze theoretische bevindingen aan een stukje praktijk, waarbij onze aandacht vooral naar de communicator ging. Hiervoor bezochten we de voorlichtingsdiensten van de Nederlandstalige universiteiten in België.

Uit onze theoretische analyse bleek dat de wetenschapsvoorlichting een complex proces is waarbij talrijke moeilijkheden opduiken.

Vooreerst zijn er drie communicatoren: de wetenschapper als informatiebron, de wetenschapsjournalist als vertaler en overbrenger van de informatie en tenslotte de wetenschapsvoorlichter als de man met de bemiddelaarsfunctie, de man met de vele rollen.

Iedere zender heeft zijn specifieke problemen. Zo kan de wetenschapper zich moeilijk uitdrukken: hij kent het publiek niet en is gewend een beroep te doen op de massamedia.

De journalist wordt overspoeld door informatie vanuit alle disciplines. Hij moet rekening houden met de eisen van het medium, de verwachtingen van de wetenschapper, de interesse van het publiek.

De wetenschapsvoorlichter bevindt zich in de benarde positie van bemiddelaar. Hij moet beide partijen naar elkaar toe brengen, de informatie vertalen, selecteren en contacten leggen.

Deze delicate kwestie vereist het vertrouwen van de drie betrokken partijen.

In dit communicatieproces worden niet alleen hoge eisen gesteld aan de zenders, ook de vorm en inhoud van de boodschap verdienen extra zorg.

De communicator maakt zich vlug schuldig aan vertekening van de aangeboden informatie. Een van de grootste oorzaken is het inkorten van artikels waardoor relevante gegevens weggelaten worden.

Dikwijls ontbreekt ook de tijd om de tekst te laten controleren op de wetenschappelijke juistheid.

Wat moet de boodschap inhouden? Welke thema's slaan in bij het publiek? Verschillende enquêtes toonden aan dat geneeskunde de voorkeur geniet. Milieu en sociale problemen komen op de tweede plaats. De ruimte is niet langer een thema dat grote belangstelling verkrijgt.

Een Canadese, een Duitse en een Europese studie beweren dat het publiek een grote interesse aan de dag zou leggen voor de wetenschap in het algemeen. Maar een Franse studie relativeert dit sterk: meer dan de helft van het Franse publiek zou weinig geïnteresseerd zijn. Bovendien stelt het publiek geen concrete eisen aan de wetenschapsvoorlichting en zijn de verwachtingen ambivalent.

De "knowledge gap" hypothese van Tichenor werpt een sombere schaduw op het effect van de wetenschapsvoorlichting.

Indien deze hypothese standhoudt komen we tot de spijtige vaststelling van een groeiende kenniskloof tussen twee segmenten van de samenleving (hoge en lage status) bij de toename van de nieuwstroom over een wetenschappelijk of politiek onderwerp.

Wanneer en hoe kan deze kloof zich sluiten? Er zijn verschillende mogelijkheden. De media zouden meer tijd moeten besteden aan eenzelfde onderwerp en aandacht schenken aan de herhaling van de voornaamste informatie, zodat groepen met een lager opleidingsniveau hun "achterstand" kunnen goedmaken.

Het meest geschikte medium zou de televisie zijn. Het wordt door Tichenor voorgesteld als mogelijke "knowledge leveler".

Dit brengt ons dan meteen bij de media.

We stelden vast dat de televisie de hoogste blootstelling kent. Dit medium vereist immers geen extra inspanning. De informatie kan visueel en auditief overgebracht worden. Het medium bereikt alle lagen van de bevolking. Er is echter een handicap: het publiek heeft weinig inspraak. Televisie wordt meestal beschouwd als een entertainment medium. Dit kan de wetenschapsvoorlichting bevorderen indien de ontspanningsfunctie bijdraagt tot het opwekken van de interesse.

De gedrukte media kunnen een aanvullende rol spelen door meer achtergrondinformatie te verschaffen. Zij zijn ook beter geschikt voor minder spectaculaire, maar daarom niet minder belangrijke gebeurtenissen.

De rol van de radio is in dit proces vrij dubieus. We vonden hiervoor geen verklaring.

De minder traditionele media worden nog onvoldoende benut.

Bij de gedrukte media treffen we de universiteitsbladen, het boek en de brochures aan. Video en film kunnen de informatie visualiseren. Opendeurdagen, cursussen en voordrachten bevorderen het directe contact.

Tijdens de interviews die we deden voor het tweede deel kwamen we tot volgende vaststellingen.

De voorlichters leggen een grote interesse aan de dag voor de wetenschapsvoorlichting. Toch zijn de meningen vaak nog onduidelijk over de concrete uitbouw van deze voorlichtingsvorm. Bovendien is er een tekort aan tijd en mankracht. Wetenschapsvoorlichting wordt ingeschakeld in het algemeen p.r.-beleid en niet als een afzonderlijke taak beschouwd.

Er is weinig samenwerking met andere universiteiten op dit gebied, tenzij in het kader van COVONU, het College van Voorlichtingsambtenaren bij de Nederlandstalige Universiteiten in België.

Wij vonden nergens een inventarisatie van de activiteiten op het gebied van de wetenschapsvoorlichting.

De voorlichters hebben zich nog geen duidelijke mening gevormd over problemen zoals de coördinatie op nationaal vlak in samenwerking met andere wetenschappelijke instellingen en de industrie, een algemene gedragscode, de opleiding van wetenschapsjournalist of -voorlichter.

Er is weinig feed-back. De wensen en behoeften van het publiek

aangaande wetenschapsvoorlichting zijn meestal onbekend.

De enquêtes ter gelegenheid van opendeurdagen zijn meer op de instelling zelf gericht en minder op de inhoud die aangeboden wordt. Met de beperkte tijd en middelen die voorhanden zijn wordt er toch bewust aan de wetenschapsvoorlichting gewerkt.

De voorlichters hebben een uitgebreid net van persoonlijke relaties opgebouwd, zowel met de wetenschappers als met de journalisten. Dank zij een volgehouden inzet om de wetenschappers te sensibiliseren verkrijgen alle voorlichtingsdiensten steeds meer medewerking.

Specialistenlijsten worden aangelegd, brochures opgesteld, inventarisaties van de lopende onderzoeksprojecten opgemaakt.

Voor belangrijke resultaten worden alle media gecontacteerd.

Naast de klassieke massamedia heeft de universitaire gemeenschap nog andere media ter beschikking. De universiteitsbladen vormen een geschikt forum voor wetenschappers, verbonden aan de instelling. Ze zijn daarenboven een interessante informatiebron voor de journalist vermits ze naar alle media verstuurd worden.

Opendeurdagen, bezoeken en rondleidingen, waarbij videoprogramma's een visuele steun kunnen geven, slaan een brug tussen wetenschapper en publiek. Maar meestal staat bij dergelijke activiteiten de studievoorlichting centraal. Gezien het grote aantal bezoekers zijn deze middelen zeer geschikt voor een eerste contact met wetenschappelijk milieu en zij vergroten de interesse voor de wetenschap.

Tenslotte zouden we vanuit onze bescheiden studie graag enkele persoonlijke toekomstideeën naar voor schuiven.

In Vlaanderen kan de wetenschapsvoorlichting nog alle kanten uit. We staan hier voor een braakliggend maar vruchtbaar terrein.

In de huidige situatie voelen we niet veel voor de oprichting van een algemene dienst die de wetenschapsvoorlichting op nationaal vlak zou centraliseren.

Het wetenschapsbeleid zou structuren moeten uittekenen, meer mogelijkheden creëren, maar noch de journalisten, noch de voorlichters of de wetenschappers mogen hiervan enige hinder ondervinden bij de uitoefening van hun taak.

We zijn van mening dat uit rondetafelgesprekken, congressen en colloquia, waarbij de drie partijen worden betrokken, waardevolle initiatieven kunnen groeien. Ook het wederzijds respect zal hierdoor bevorderd worden.

De wetenschapswinkels(2) verdienen meer uitbreiding.

Aan werkgroepen, zoals "Wetenschap en Samenleving" in Leuven, zou wat meer aandacht mogen worden besteed.

Een vrije cursus Wetenschapsvoorlichting voor wetenschappers mag niet te lang meer op zich laten wachten.

We voelen veel voor de oprichting van een tijdschrift voor Vlaanderen, waarbij alle wetenschappelijke instellingen betrokken worden. Het zou een gezonde concurrentie in het leven kunnen roepen en een stimulans betekenen voor het wetenschappelijk onderzoek.

Welk initiatief men ook onderneemt, de wetenschapsvoorlichting vraagt een volgehouden inspanning. Het is een continue uitdaging voor allen die zich ervoor inzetten. Wetenschapsvoorlichting is een noodzakelijke voorwaarde voor een verantwoorde wetenschapsbeoefening.

#### Voetnoten

(1) Als werkdefinitie hanteerden wij: "Wetenschapsvoorlichting is voorlichting over wetenschappelijke kennis, en/of resultaten van wetenschappelijk onderzoek en/of activiteiten, vanuit het domein van de deskundige naar het niet-deskundige publiek toe."

(2) Wetenschapswinkel: een instelling die klanten aan wetenschappelijke informatie helpt of doorverwijst, incidenteel zelf onderzoek doet en vooral activiteiten ontplooit om de betrokken groepen te bereiken en bij het gebruik van de geleverde informatie te helpen.

#### Bibliografie

- BOSS, J.F. en KAPFERER, J.N., *Les Français, la Science et les Media: une évaluation de l'impact de la vulgarisation scientifique et technique*, Paris, La Documentation Française, 1978.
- Commissie van de Europese Gemeenschappen, *De Wetenschap en de Europese Openbare mening*, Werkdocument, Brussel, 1977.
- K.N.A.W., *Wetenschapsvoorlichting: rapport over de instelling van een Dienst Wetenschapsvoorlichting*, Amsterdam, 1977.
- KRIEGHBAUM, H., *Science and the Mass Media*, University of London Press Ltd., 1968.
- TICHENOR, P.J., e.a., "Mass Media Flow and differential Growth in Knowledge", in *Public Opinion Quarterly*, 34, 1970, 159-170.
- WILLEMS, J., e.a., *Wetenschapsvoorlichting*, Rijksuniversiteit Utrecht, 1979.

---

### Ingrid de vos

## het fenomeen sensatiekrant. een literatuurstudie en een inhoudsanalyse van 'bild-zeitung' en 'kwik'.

Fac. Soc. Wet., Leuven, 1979, 144 blz.  
(Promotor: Dr. Wim Van der biesen)

---

Het fenomeen sensatiekrant...een veelzijdig en 'in-België-weinig-besproken' onderwerp. Naar aanleiding van het boek van Günther Wallraff "Verslaggever van Bild" (1), gepubliceerd in 1977, dat steunt op eigen ervaringen, groeide bij ons de interesse voor het fenomeen. Iedereen is het er blijkbaar over eens dat de sensatiekrant weinig informatie verschaft, belust is op het sensationele, gemakkelijk leesbaar is, veel 'bloot' brengt...maar daarmee is men vlug uitgepraat. Algemeen aanvaardt men dat de sensatiekrant een minderwaardig persprodukt is, doch langs de andere kant wordt men geconfronteerd met de niet te ontkennen hoge oplagecijfers (de Duitse *Bild-Zeitung* o.a. heeft de hoogste oplage van het West-Europese vasteland, nl. 4.747.300 exemplaren per dag in 1977).

Kan men hieruit afleiden dat er een behoefte bestaat aan dergelijke informatie en dat de sensatiepers niets anders doet dan die behoefte bevredigen? Hoe komt het dat de sensatiepers zo'n hoge oplagecijfers scoort? Welke bedoelingen hebben deze bladen met hun publiek?

Alle sensatiekranten hebben één gemeenschappelijk kenmerk, nl. de uitdrukkelijke bedoeling om de grote massa te winnen door het gebruik van alle succesrijke redactie- en reclamemiddelen zonder acht te slaan op de morele en sociaal-culturele betekenis van de berichtgeving. Is deze wijze van berichtgeving toelaatbaar? Hoe moet dan de persvrijheid geïnterpreteerd worden?

De sensatiebladen brengen inhoudelijk wat sensatie-nieuwsjes zoals sex, moordverhalen, berichtjes over adellijke personen... en wat normaliter niet tot de sensatie-onderwerpen behoort, wordt "gesensationaliseerd", wordt aangepast aan de eisen van de sensatiepers. De vormgeving van de sensatiepers (kleurendruk, grote titels, overvloedige illustraties...) en de taal (eenvoudige spreektaal, stereotiepe uitdrukkingen...) moeten zorgen voor een grote verkoopbaarheid van de sensatiebladen. Waarom juist deze thema's in dit soort bladen en waarom deze opvallende vormgeving?

Heeft de lezer er behoefte aan geconfronteerd te worden met "uit het leven gegrepen "human stories"? Wordt hij bij zijn koopact niet dikwijls geleid door een zekere nieuwsgierigheid? Welke gevaren schuilen achter deze "zeemzoete" artikels en de "onthullende" foto's?...

Het was onze bedoeling een antwoord te formuleren op deze en andere vragen om het fenomeen sensatiekrant te expliciteren en duidelijker in de verf te zetten dan tot nu toe het geval is geweest. In België vindt men praktisch geen literatuur over dit onderwerp -waarschijnlijk omdat men hier het 'echte' sensatiedagblad als dusdanig niet aantreft - vandaar dat we ons in de verschillende delen van dit werk vooral gesteund hebben op buitenlandse literatuur over het fenomeen.

In het *eerste deel* wordt een overzicht gegeven van de verschillende definities van sensatie en sensatiejournalistiek. Tot besluit werd een eigen werkdefinitie van het fenomeen sensatiejournalistiek geformuleerd: "Sensatiejournalistiek is de journalistiek die door een populair-sensationele opmaak en andere succesrijke redactiemiddelen (grote titels, overvloedige illustraties, kleurendruk, enz.) een gedetailleerde behandeling van misdaden, sexschandalen, wreedheden, enz. weergeeft, hierbij gebruik maakt van een zeer directe, dikwijls 'vulgaire' uitdrukkingwijze en dit om de grote massa te winnen en de sensatiehonger bij het lezerspubliek permanent op te wekken en te bevredigen."

In het *tweede deel* wordt dieper ingegaan op het thematisch aanbod van de sensatiebladen. Een onderscheid tussen de weekbladen van de Duitse Regenbogenpresse en de *Bill-Zeitung* bleek hierbij noodzakelijk.

Walter Nutz (2) noemt de berichtgeving over 'die Gesellschaft' -de maatschappij, de voornamelijk kringen (adel en prominenten)- het belangrijkste bestanddeel van de bladen van de Regenbogenpresse. Andere belangrijke thema's zijn: romans en series; de gerechtsbladzijde; 'Lebenshilfe' waaronder lezersbrieven, raadgevingen van de dokter en de horoscoop gerekend worden; advertenties en enkele extra's.

De algemene tendens voor de thematiek van de Duitse *Bild-Zeitung* komt op het volgende neer: "In *Bild* werden gesellschaftliche, wirtschaftliche und politische Zusammenhänge, Abhängigkeiten, Konflikte vereinfacht, auf Klischees reduziert, harmonisiert und über Personalisierungen verschleiert. *Bild* fungiert als Ordnungsinstante einer aussengeleiteten Gesellschaft, als Garant des Status quo. *Bild* schafft Abhängigkeiten, indem es Unsicherheiten verstärkt. *Bild* steuert Verhalten, indem es das produzierte Bedürfnis nach Normen, Regeln und Orientierung kurzfristig befriedigt.

*Bild* verhindert selbständiges Denken und eigene Entscheidungen, indem es die Gesellschaft in unverbundene, isolierte Teile zerlegt.

*Bild* emotionalisiert Politik und funktionalisiert das einzelne Interesse auf Sensationen..." (3).

In het *derde* en het *vierde deel* wordt de vormgeving, de taal en de stijl van deze bladen verder geëxpliciteerd.

De vormgeving en het uiterlijk van deze sensatiekranten zijn een andere manier om de bladen te verkopen. De grote, suggestieve titels, de kleurendruk, de foto's en andere blikvangers moeten de kooplust van het publiek opwekken. De 'opvallende' voorpagina is een deel geworden van de eigenheid van het sensatieblad.

De stijl en de woordenschat van deze bladen wordt zodanig vereenvoudigd (door de unificatie van de uitdrukkingen, door het gebruik van stereotiepen...) dat ze vlot leesbaar worden en daardoor ook meer kooplustigen aantrekken.

Om een krant goed te leren kennen, moet men weten tot welk publiek zij zich richt. Daarom werd in een *vijfde deel* het lezerspubliek van de sensatiepers onderzocht.

De totale oplage van de bladen van de Duitse Regenbogenpresse werd in 1971 wekelijks op ongeveer 10 miljoen exemplaren geschat; het aantal lezers op ongeveer 20 miljoen. Dat betekent dat ongeveer 1/3 van alle Westduitse burgers deze weekbladen leest (4).

Onderzoekingen hebben aangetoond dat *Bild* bij 98% van de Westduitse bevolking gekend is. De "engere Lezerkreis" (de lezerskring

die dagelijks *Bild-Zeitung* koopt en leest) bedraagt ongeveer 15 miljoen lezers (3).

Verder werd de socia-demografische stratificatie van het lezerspubliek, de bedoelingen van deze bladen met hun publiek en de leesmotieven van de lezers van deze bladen onderzocht.

In het *zesde deel* werd een bondig overzicht van de structuur en de functie van de redactie van de sensatiebladen (voornamelijk *Bild-Zeitung*) gegeven. Wij stelden hierin vast dat de sfeer in het redactielokaal overeenstemt met de inhoud, de vormgeving en de taal van dit sensatieblad.

Om de theoretische uiteenzetting te toetsen aan de praktijk werd tenslotte een bondige inhoudsanalyse gemaakt van de Duitse sensatiekrant *Bild-Zeitung* (voor de periode 1 maart tot 31 maart 1979) en van het Belgisch sensatieweekblad *Kwik* (voor de periode januari-februari-maart 1979). In de kwantitatieve analyse werden percentages voor de verschillende rubrieken inhoudelijk verder uitgewerkt. Ter illustratie werden enkele foto's uit de onderzochte bladen toegevoegd.

Realistische alternatieven voor het fenomeen sensatiekrant zijn er niet. Ook al ergeren wij ons aan de sensatiekrant, toch blijft het de lectuur van duizenden, miljoenen mensen. En in een democratisch land, als het onze, met een door de grondwet gewaarborgde persvrijheid en recht op vrije meningsuiting, kan en mag men dit verschijnsel niet afschaffen.

De enige mogelijke oplossing voor de problemen rond de sensatiepers is, naar onze mening, een herdenken van de regels, waarden en normenpatronen waaraan iedereen in de journalistieke wereld zich zou moeten houden. Doch dat er verzet rijst tegenover alle mogelijke wettelijke regelingen op dit vlak is duidelijk.

Tenslotte kan ook een ernstige voorlichting van het publiek heel wat ogen openen, zodat men duidelijker weet welk leesvoer men in de kuip heeft. We hopen dat ook deze eindverhandeling een kleine bijdrage is in dat voorlichtings- en informatieproces.

Wellicht gaan sommigen anders denken over de sensatiepers...of er anders naar handelen.

## Beknopte bibliografie

(1) WALLRAFF, G., *Verlaggever van Bild*, Amsterdam, Van Gennep, 1977, 185 blz.

(2) NUTZ, W., *Die Regenbogenpresse, eine Analyse der Deutschen bunten Wochenblätter*, Opladen, Westdeutscher Verlag, 1971, 110 blz.

(3) ZOLL, R., HENNIG, E., *Massenmedien und Meinungsbildung. Angebot, Reichweite, Nutzung und Inhalt der Medien in der BRD*, München, Juventa, 1970, 335 blz.

(4) KODRON-LUNDGREEN, C., KODRON, C., *20 000 000 unterm Regenbogen, zur Inhaltsanalyse der Regenbogenpresse*, München, Carl Hanser Verlag, 1976, 202 blz.

- KAUPP, P., *Massenmedien und Soraya-Presse, Inhalt, Leser und Wirkungen der unterhalten Wochenzeitschriften, Eine Veröffentlichung der Verlagsgruppe Bauer*, Düsseldorf, 1969

- KUCHENHOFF, E., e.a., *Bild-Verfälschungen, Analyse der Berichterstattung der Bild-Zeitung über Arbeitskämpfe, Gewerkschaftspolitik, Mieten und Sozialpolitik, Teil I: Analyse, Teil II: Belege*, Frankfurt am Main, Europäische Verlaganstalt, 1972.

# REGISTRATIE

Registratie: kwartaalblad met artikelen over audiovisuele media in onderwijs, kunst en wetenschap. Vaste rubrieken: av-kunst, av-kroniek, av-techniek en de nieuwe rubriek "Wegwijs in Medialand".

## THEMANUMMER OVER DE BEELDPLAAT

Verschijnt in september. Een greep uit de inhoud:

**Dr. B.J. Kroon** (Philips) bespreekt de mogelijkheden van de beeldplaat in computergestuurd onderwijs en beschrijft experimenten die bij Philips zijn uitgevoerd.

**Drs. F. Gastkemper** (K.U.N.) inventariseert drie universitaire onderzoeksprojecten naar inpasbaarheid van de beeldplaten-speler en computer in het onderwijs.

**Drs. J. Bardoel** (NOS) bepleit de videorecorder en de beeldplaten-speler net als kabeltelevisie, Teletekst en Viditel te betrekken in de discussies over technologiebeleid en cultuurpolitiek.

**Ir. F. Kappetein** (Elseviers Weekblad) legt uit waarom Philips aarzelt om de educatieve mogelijkheden van de beeldplaat onder de aandacht te brengen van het grote publiek.

**Herbert Schlosser** (vice-president RCA) onthult de plannen van RCA voor het op de markt brengen van beeldplaat en beeldplaten-speler.

Vul ter kennismaking onderstaande bon in en stuur die naar Registratie, Stichting Film en Wetenschap, Antwoordnummer 1691, 3500 VC Utrecht.

### REGISTRATIE

Noteer mij voor een **proefabonnement** op Registratie. Ik betaal £ 16,-- voor 4 nummers (normaal £ 32,-- ) na ontvangst van een acceptgirokaart.

Naam .....

Sector: WO/HBO/VWO) .....

Adres: .....

Postcode/plaats: .....

Handtekening

# feiten en meningen uit de media- wereld

TONY VERHELLE  
EN  
WIM VAN DER BIESEN

•  
Over het PLURALISME OP RADIO EN TV in landen waar deze van staatswege een monopoliepositie innemen, zijn reeds heel wat polemieken gerezen en is reeds heel wat inkt gevloeid. In Frankrijk, dat een dergelijk systeem kent op TV-gebied, heeft een volksvertegenwoordiger er zijn steentje toe bijgedragen opdat deze discussies weer in volle hevigheid kunnen losbarsten. Hij heeft namelijk een wetsvoorstel ingediend dat ernaar streeft de journalisten van kranten en tijdschriften ook hun zegje te laten hebben in het TV-nieuws, voor of na TV-journalisten zelf.

Een verdere uitwerking staat nog niet vast. Men kan zich de vraag stellen of een dergelijk voorstel het hele objectiviteitsprobleem niet nog hopelozeler zal maken.

•  
Half 1979 werd te Brussel de «FEDERATION DES ELECTEURS EUROPEENS» (FEE) opgericht met als doel «dése burgers uit de verschillende EEG-landen te verenigen die elkaar willen helpen bij het onderzoek, de analyse, de vergelijking van ideeën, boodschappen, projecten, acties, initiatieven en kritieken omtrent de organisatie van «hun» Europa». Deze vereniging, een soort van politieke Test-Aankoop, ontzegt zichzelf van elke kandidatuur of steun aan een kandidatuur, maar wil met de assistentie van ongebonden sociale wetenschappers, de kiezers een degelijke voorlichting bieden van de programma's die hen bij de verkiezingen worden aangeboden. De oprichting gebeurde op initiatief van de heer Louis Darms, professor bij het I.A.D. en het I.H.E.C.S. en stichter van de internationale organisatie van de verbruikersverenigingen.

•  
Niet alleen de totalitaire landen hebben tegenwoordig de slechte gewoonte de PERSVRIJHEID met DE VOETEN TE TREDEN. Zo is het in het nog jonge democratische Spanje blijkbaar al herhaaldelijk voorgekomen dat lieden van duidelijk rechtse signatuur geen of nauwelijks een straf krijgen voor hun wetsovertredingen, maar dat diegenen die dit aanklagen steevast een proces tegen zich ingespanssen zien. Op dit ogenblik zijn er 60 van die processen hangende tegen Spaanse journalisten, bijna allemaal uitgaand van de regering. Vier van die journalisten en een vrouwelijke filmregisseur moeten bovendien voor de

krijgsraad verschijnen (wegens smaad aan het leger), alhoewel de grondwet verbiedt dat dit overblijfsel uit het Francoregime nog wordt toegepast en stelt dat burgers door burgerlijke rechtbanken moeten beoordeeld worden.

Zo'n proces bracht de hoofdredacteur van "El Pais" ertoe in april '78 te spreken over vonnissen die deden denken aan het optreden van de nazi's of Idi Amin. Op zijn beurt werd hij hiervoor door het Opperste Gerechtshof gedagvaard en tot 3 maanden cel veroordeeld. De vrijheid van meningsuiting wordt nochtans uitdrukkelijk gegarandeerd door de Spaanse grondwet.

Ook in Zweden, vrijheidsland bij uitstek (dachten wij toch) is een beslissing van het Hooggerechtshof aangekomen als een donderslag bij heldere hemel. Het stelde dat de politie het recht heeft foto's of filmbeelden van een gebeurtenis op te eisen als ze die voor haar onderzoek nodig acht. Volgens het Hooggerechtshof is dit niet in strijd met het auteursrecht op foto's en filmbeelden, noch met de rechtsbescherming van de gefotografeerde personen.

•  
Op vrijdag 27 juni werden 2 Luikse KABELMAATSCHAPPIJEN, Coditel en Teledis, door de RECHTBANK VEROORDEELD. De rechtbank zetelde in beroep tegen een uitspraak van een politierechtbank die beide maatschappijen had vrijgesproken. De uitspraak is nog niet definitief, vermits cassatieberoep werd aangetekend.

De klacht tegen de maatschappijen ging uit van drie verbruikersorganisaties en de RTBF, omdat op Belgische schermen reclameboodschappen van Franse televisiezenders waren verschenen.

De rechtbank ging over tot een veroordeling rekening houdend met een advies van het Europees Hof van Justitie. Ze is van oordeel dat de RTBF inderdaad door deze oneerlijke concurrentie wordt geschaad.

Wat de klacht van de verbruikersverenigingen betreft (het gevaar van de grote beïnvloeding door reclamespots, vooral voor kinderen), deze vond de rechtbank ongegrond.

Feit is dat de uitvoerende macht tot nog toe geen enkele poging heeft ondernomen om dit doorzenden van reclamespots tegen te gaan.

•  
Op dinsdag 29 april 1980 OVERLEED de "grootmeester van de suspense", SIR ALFRED HITCHCOCK op 80-jarige leeftijd. Hoewel Hitchcock zich ooit eens over ac-



teurs uitliet als over een kudde vee, toonden vooral de acteurs die ooit met hem hadden gewerkt, zich zwaar geschokt door dit verlies. Vast staat dat "Hitch" een uiterst schuw man was zodat zijn uitspraken dikwijls als afleidingsmanoeuvres dienen geïnterpreteerd.

Hoe hij eruitzag wist iedereen die ooit eens een film van hem zag, dankzij zijn eigenaardige gewoonte in de meeste van zijn films onverwacht en kortstondig op te duiken.

Zijn werk en leven zullen nu wel overal tot retrospectievels aanleiding geven, zodat wij dat gerust aan anderen kunnen overlaten. Enkel nog dit.

Hitchcock had op hogere leeftijd nog slechts één wens: zijn eigen dood regisseren, wat dan als volgt diende te gebeuren. Hij zou rustig aan tafel zitten, genietend van een copieuze maaltijd, een verblindend mooie (en uiteraard blonde) vrouw zou onverwachts opdagen en hem neersteken. "Het heeft niet mogen zijn": hij stierf een natuurlijke dood.

Het PERSIMPERIUM van krantenmagnaat Robert HERSANT begint zwaar WATER TE MAKEN. Zijn 3 Prijskranten (een overtreding van de perswet). Le Figaro, L'Aurore en France-Soir boeren sterk achteruit. Pogingen om 2 zondagsbladen uit te geven zijn falikant afgelopen en zijn 2 grote drukkerijen te Parijs werken niet genoeg om de investeringen rendabel te maken. Over zijn provinciale dag- en weekbladen en zijn gespecialiseerde magazines hoeft hij niet te klagen, maar zijn paradepaardjes in Parijs laten de oren hangen.

Hersant heeft die problemen hoofdzakelijk aan zichzelf te danken.

Bij Le Figaro heeft hij de redactionele vrijheid totaal aan banden gelegd en een hele rij uitstekende politieke, culturele en economische redacteuren en columnisten doen of laten vertrekken. Om dit tegen te gaan liet hij begin april Le Figaro en L'Aurore praktisch helemaal fusioneren (het schutblad uitgezonderd). Maar dit bracht geen baat: in Le Figaro vinden de vroegere lezers nog weinig stimulerende lectuur en de krant is een vaal produkt geworden van gedweëde Hersant-volgelingen; met L'Aurore als nog valere afspiegeling.

Resultaat: De oplage van L'Aurore is in een paar jaar praktisch gehalveerd en Le Figaro valt voor het eerst sinds lange tijd terug onder de 300 000 exemplaren. Ook de oplage van France-Soir (vroeger goed voor 1 miljoen) schommelt nu rond de 500 000.

Woordvoerders van de Amerikaanse hard- en softwarefirma RCA hebben meegedeeld dat zij eindelijk klaar zijn met de basistechnologie van de "MUUR-TV".

Het toestel dat als schilderij tegen de muur wordt gehangen is volgens de firma vergelijkbaar met alle andere, alleen neemt het minder plaats in. Totnogtoe gaat het enkel om zwart-wit-televisie.

Om haar hebben naar schatting 15 miljoen Britten hun eetgewoonten veranderd. Ze is geen persoon, wel een TV-serie, meer bepaald de meest populaire en onverwoestbare sinds het ontstaan van dit medium:

"CORONATION STREET". Dit eindeloos verhaal over de gebeurtenissen in een straat van een Britse volksbuurt vierde onlangs zijn 2000ste AFLEVERING. Het is reeds meer dan 19 jaar een deel van de British Way of Life en staat sinds december 1960 onafgebroken in de top 10 van de populairste Britse TV-programma's. Een eenzaam wereldrecord.

Amsterdam, 30 april 1980. In Nederland ging de TROONWISSELING gepaard met hevige RELLEN. De voor de openbare orde verantwoordelijke minister geeft de SCHULD aan de BERICHTGEVING VAN NOS-TV en vooral VARA en STAD Radio. De actualiteitenrubrieken van TROS en NCRV zijn daarbij op de kar van de minister gesprongen en meenden het werk van hun collega's op een ongelooflijke manier te moeten aanvallen en beschimpen. Een ware hetze. Het is dus weer eens hommele in Nederland, waarbij de van rationele argumenten gespeende aanval op de VARA de omroep al meer dan 4000 leden heeft gekost.

Op 26 april 1980 werd op de voornaamste AMERIKAANSE NIET-COMMERCIELE TV-NETTEN een BELGISCHE TV-AVOND GEPROGRAMMEERD onder de titel "An Evening of Belgian Television". Dit gebeurde in het raam van de Belgian Today campagne in de VS. Samensteller van dit 2 uur durend programma was Fred Flaxman die van de oude meesters en ballet, via Brel en Toots Thielemans, tot Marva en Urbanus Van Anus een overzicht wou geven van wat de Belgische TV cultureel te bieden heeft, met daarbij ook de nadruk op het feit dat België 2 landstalen heeft. De helft van het pro-

gramma wordt ingenomen door de TV-film "De onweersvogel" geschreven door Paul Koeck en geregisseerd door Peter Simons. Van deze film werd te New York een Engelstalige versie gemaakt.

Flaxman wil het hier echter niet bij laten: "Vele Europese producers moeten nu maar eens hun minderwaardigheidscomplex afleggen omdat zij vrijwel nooit iets in de VS kwijt kunnen. Dat ligt niet aan hen, wel aan de Amerikaanse TV, die zijn publiek schromelijk onderschat".

Flaxman heeft een project klaar dat "International Playhouse" heet en dat bestaat uit wat hij de beste drama's van derien landen vond.

Voor België twijfelde hij tussen "Mira" en de "Loteling". Zijn voorkeur ging uit naar de laatste (omwille van zijn Bergman-sfeer), maar hij verkoos Streuvels' Mira omwille van de grotere actie.

Zo'n programma kan voorlopig enkel terecht bij Public Broadcasting, de commerciële netten nemen niet het geringste risico. "Hun uitgangspunt is dan ook niet het aanbieden van programma's aan het publiek, maar wel het presenteren van die kijkers aan de reclame-agentschappen. De programma's zijn daarbij altijd bijzaak geweest, zeker waar het hun kwaliteit betreft", aldus nog Flaxman.

De BOND van RADIO en TV-JOURNALISTEN dringt er in een brief bij de Raad van Beheer van de BRT op aan het zgn. DETACHEREN ONMOGELIJK TE MAKEN.

Dit afvloeien van BRT-journalisten naar gastprogramma's of ministeriële kabinetten brengt de geloofwaardigheid van de BRT-nieuwsdienst in het gedrang, zo argumenteert de Bond.

Dit detacheren kan ook voor een flinke hap zorgen in de (toch al krappe) personeelsbezetting van de nieuwsdienst, daar aldus tijdelijk of definitief afgestane personeelsleden niet mogen vervangen worden.

Volgens een onderzoek van het Franse literaire weekblad "Nouvelles Littéraires" zijn zeer veel Franse boekhandelluitbaters ONTEVREDEN over DE OPHEFFING VAN DE VASTE PRIJSBINDING VOOR BOEKEN, waartoe besloten werd door de minister van Economische Zaken Monory.

83 % van de 700 aangesproken verkooppunten zagen de maatregel als een aanzienlijke verslechtering die de kleine uit-

geverijen van de kaart dreigt te vegen. Die tegenstanders van de nieuwe regeling zullen zich organiseren in een "Unie van Boekhandels van Frankrijk".

De PULTIZER PRIJS voor de roman werd dit jaar toegekend aan Norman Mailer voor zijn laatste boek "The Executioner's Song", het verhaal over de terechtstelling van Gary Gilmore (die zelf om terechtstelling gevraagd had)

De krant "the Boston Globe" kreeg niet minder dan 3 Pulitzer prijzen voor journalistiek. "The Philadelphia Enquirer" kreeg er één voor zijn berichtgeving over het kernongeval te Harrisburg, en een fotograaf van UPI behaalde een prijs voor de foto van een executie in Iran.

In een commissie van het Amerikaanse Congres hebben AMERIKAANSE AUTEURS hun VREES uitgedrukt voor de steeds GROTERE MONOPOLIEVORMING BINNEN DE UITGEVERIJEN. Zo dreigt de boekindustrie volledig door de amusementsindustrie opgeslorpt te worden (met op kop ondernemingen als Gulf and Western, CBS en vele Hollywood filmstudio's).

E.L. Doctorow, vice-voorzitter van de Amerikaanse afdeling van de internationale PEN-club verklaarde dat "wanneer de handel (van boeken) in zo weinig handen terecht komt, er geen plaats meer is voor literair werk, voor boeken over sociale veranderingen, voor boeken die getuigen van politieke moed of grote literaire verdienste". De bekende laureate van de Pulitzerprijs, Barbara Tuchman, voegt hieraan toe: "de tendens gaat volledig in de richting van al wat bekend en aanvaard is. Ik weet niet of ik in die omstandigheden voor mijn eerste boek ooit een uitgever zou gevonden hebben (...)".

De GOUDEN PALM van het FILMFESTIVAL TE CANNES werd dit jaar voor de 33e maal uitgereikt. Ook bij de bekroning van films blijkt de inflatie ingang te vinden. Net zoals vorig jaar (en zoals ook op andere festivals gebeurt) werden 2 gouden palmen toegekend, één voor het Japanse epos "Kagemusha" (de dubbelganger) van Akira Kurosawa en één voor Bob Foss's "All That Jazz". De speciale prijs van de jury kreeg Alain Resnais voor "Mon Oncle d'Amérique". De moeite die de jury deed om de speciale prijs als evenwaardig aan een gouden palm voor te stellen, liet vermoeden dat er achter de schermen een en ander gebeurd was.

En inderdaad, donderdagavond (daags voor de bekendmaking) waren alle juryleden het erover eens dat in de (eerder zwakke) competitie 4 films doorslaggevend waren: de 3 genoemde en "Salto nel Vuoto" (sprong naar de leegte) van Bellocchio. Ieder zou een grote belangrijke prijs krijgen. Toen de jury vrijdagmorgen samenkwam om alles definitief vast te leggen, bleef juryvoorzitter Kirk Douglas wag. Hij was tevreden met het donderdag bereikte resultaat, zijn favoriet (Fosse) stond aan de kop, en hij wilde dit zo houden want over Resnais en Kurosawa was hij niet te spreken. Vandaar ... Bellocchio kreeg dan maar onrechtstreeks een troostprijs door de vertolkingsprijzen toe te kennen aan de hoofdacteurs in "Salto nel Vuoto", Anouk Aimée en Michel Piccoli.

In de Verenigde Staten werden de FILM-OSCARs weer uitgereikt. "Kramer versus Kramer", een film van Robert Benton over een gescheiden echtpaar, vechtend voor het enig kind, kreeg niet minder dan 5 oscar's: beste scenario, beste film, beste regie, beste acteur (Dustin Hoffman) en beste bijrol (Meril Streep). "All that Jazz" van Bob Fosse kreeg 4 oscar's (arrangement, kunstregie, kostuumontwerp, montage) en Francis Ford Coppola's "Apocalypse Now" 2 (cinematografie, geluid).

De beste actrice werd Sally Field voor haar prestatie in "Norma Rae" en de beste buitenlandse film werd Volker Schlöndorff's "Die Blechtrommel".

Vanuit Luxemburgse kringen - zowel politieke als commerciële (RTL) - worden momenteel voorstellen geformuleerd tot het maken van een gezamenlijk BENELUX-PROGRAMMA VOOR RADIO EN TELEVISIE. Het programma, dat in 3 talen zou lopen, Frans, Nederlands en Luxemburgs, zou een niet-commercieel karakter hebben en geplaatst worden op het 4de kanaal van de RTL- satelliet, als die er ooit komt.

Dit alles moet gezien worden in het raam van pogingen om de Benlux gedachte te doen heropleven als tegengewicht tegen de kracht van de grote landen. De commerciële belangen van RTL, één der grootste belastingbetalers van Luxemburg, zullen er ook wel niet vreemd aan zijn.

De PLATEN- en CASSETTE-INDUSTRIE zit in een MALAISE.

Dit is niet alleen zo in Europa, maar ook in de VS en Canada.

De oorzaak kan hier niet alleen op de rug geschoven worden van de zgn. piraterij, de industrie heeft dit ook aan zichzelf te wijten, aldus de Nederlandse auteursrechtenorganisatie BUMA/STEMRA in haar jaarverslag.

Een van de oorzaken is het feit dat de fonografische industrie en handel haar groeiemarkt voornamelijk heeft gezocht in het hitgevoelige wegwerprepertoire. Met als gevolg een zeer gering platenassortiment in de winkel, want de doorsnee winkelier is eraan gewend geraakt de hitparadelijst (en ook niet veel meer) als bestelformulier te gebruiken.

Een andere plaats waar het volgens Buma/Stemra spaak loopt is bij de distributie. Hier zou men een voorbeeld moeten nemen aan de boekenwereld, waar een heel groot boekenaanbod redelijk toegankelijk is voor het publiek.

Niettemin blijft ook een nog steeds toenevend fenomeen als het privécopiëren een hinderpaal. In Nederland b.v. worden jaarlijks zo'n 30 tot 40 miljoen blanco-cassettes verkocht.

Toch blijft de opsporing en vervolging van vervalsers (o.a. van geluidsbandjes) nog steeds het hoofdprobleem.



# SMALFILMSTUDIO

NAAMLOZE VENNOOTSCHAP - SOCIETE ANONYME

VERKOOP - VERHURING

VENTE - LOCATION

JEZUSSTRAAT 38 B-2000 ANTWERPEN

TEL. (031) 33 73 55 - 32 06 66

# SINGER

## Audiovisual Products

# PLANNING A MEETING?

DEZE COUPON ZOU WEL EENS DE SLEUTEL  
KUNNEN ZIJN VOOR DE OPLOSSING VAN  
HEEL WAT COMMUNICATIE PROBLEMEN.



SINGER BOUWT DE CARAMATE\* GELUIDS-  
DIAPROJECTOR DIE PRECIES DAT BIEDT  
WAT U VOOR UW VOLGENDE MEETING  
NODIG HEEFT. INGEBOUWD SCHERM OF  
GROOTBEELD PROJECTIE, KLANK- EN  
PULSOPNAME EN WEERGAVE, STOPPAUZE, ENZ.

VOOR SNEL ANTWOORD, STUUR ONS VLUIG DEZE COUPON INGEVULD TERUG.

- GRAAG VOLLEDIGE DOCUMENTATIE TOESTUREN.
- WIL TELEFONISCH AFSPREKEN VOOR DEMONSTRATIE.

Naam . . . . .

Functie. . . . .

Firma / Instelling . . . . .

Straat . . . . . Nr. . . . .

Postnr. / Stad . . . . .

Telefoon . . . / . . . . .

# SINGER

EDUCATION DIVISION

\* A trademark of THE SINGER COMPANY

# uit de tijdschriften

## CAHIERS DU CINEMA

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

Nr. 302, juli-augustus 1979

Serge TOUBIANA, David ALPER, e.a., *Francis COPPOLA et «Apocalypse Now»*, 4-23.  
Serge TOUBIANA, Danièle DUBROUX e.a., *Cannes 1979*, 24-45.  
Alain BERGALA & Jean-Louis SCHFER, *L'être-ange au cinéma*, 46-55.

Nr. 303, september 1979.

Serge DANEY, Jean-Jacques HENRY e.a., *Jacques Tati*, 4-31.  
Youssef ISHAGPHOUR, *Marguerite Duras*, 32-39.  
Serge LE PERON, Yann LARDEAU e.a., *Cinéma Indépendant Américain: Fred Wiseman*, 40-49.

Nr. 304, oktober 1979

Jean NARBONI, Danièle DUBROUX e.a., *Maurice Pialat*, 5-17.  
Pascal BONITZER, Serge TOUBIANA e.a., *Festivals/Venetie, Locarno, Deauville, Hyères*, 18-44.

Nr. 305, november 1979

Serge DANEY, Manfred BLANK e.a., *De la nuée à la résistance*, 4-19.  
Serge DANEY, Louis SKORECKI & Serge TOUBIANA, *Cinéma documentaire Suisse*, 20-33.  
Luc BERNARD, Pascal KANE e.a., *Cinéma français: où est la crise?*, 34-45.

Nr. 306, december 1979

Pascal BONITZER, Pascal KANE, *Tess-Roman Polanski*, 4-17.  
Serge LE PERON & Serge TOUBIANA, *Reportages sur le pouvoir: Raymond Depardon, ethnographe*, 18-31.  
Alain BERGALA & Leos CARAX, *Jean-Luc Godard*, 32-37.  
Serge DANEY, *Jean Eustache*, 38-43.  
Serge TOUBIANA, Yann LARDEAU e.a., *Cinéma documentaire Suisse (suite)*, 44-48.

Nr. 307, januari 1980

François ALBERA & Jean LARDEAU, *Eisenstein et la question graphique: le Mexique*, 4-14.  
Dominique BERGOUIGNAN e.a., *Cinéma allemand*, 15-32.  
Jonathan ROSENBAUM, *Le Rocky Horror Picture Show*, 33-38.  
Alain BERGALA, *Jean-Luc Godard (2)*, 39-42.

Nr. 308, februari 1980

Serge LE PERON e.a., *Survol noir américain*, 4-19.  
Dominique BERGOUIGNAN e.a., *Cinéma Allemand (2)*, 20-34.  
Nathalie HEINICH, *Le film sur l'art*, 35-43.

Nr. 309, maart 1980

Pascal BONITZER, Oshima NAGISA & Noël BURCH, *Cinéma japonais (1)*, 4-21.  
Jean-Claude BIETTE, *Les films à la télévision*, 22-34.  
Jacqueline BRULLER, *Lettre de Varsovie. Impressions de Pologne*, 35-40.

Nr. 310, april 1980

Sato TADAO & André Bock, *Cinéma japonais (2)*, 4-17.  
Serge LE PERON & Serge DANEY, *Youssef Chahine*, 18-25.  
Jean-Paul FARGIER, *Vidéo*, 26-34.

Nr. 311, mei 1980

Pascal BONITZER e.a., *Roland BARTHES*, 4-11  
Serge DANEY, Samuel FÜLLER, *The big red one*, 12-23.  
Alain BERGALA e.a., *Ozu Yasujiro*, 24-39.  
Pascal BONITZER & Serge TOUBIANA, *Berlin 1980*, 42-45.

Nr. 312-313, juni 1980

Serge DANEY (coordination), *Marguerite Duras*.

Nr. 314, juli-augustus 1980

Serge LE PERON e.a., *Cannes 1980*, 4-35.  
Bill KROHN & Barbara FRANK, *Samuel Fuller*, 36-46.

## COMMUNICATION RESEARCH

Uitgegeven door: Department of Journalism, University of Michigan.

Vol. 7, nr. 2, april 1980

George P. MOSCHIS, *Consumer Information Use: Individual Versus Social Predictors*, 139  
Philip PALMGREEN, Lawrence A. WENNER, J.D. RAYBURN II, *Relations Between Gratifications Sought and Obtained: A Study of Television News*, 161  
Robert P. HAWKINS, Suzanne PINGREE, *Some Processes in the Cultivation Effect*, 193  
Robert B. ARUNDALE, *Studying Change Over Time: Criteria for Sampling from Continuous Variables*, 227  
David CROWLEY, *Mass Communication and Domination*, 265

## PUBLIZISTIK

Zeitschrift für Wissenschaft von Presse, Rundfunk, Film, Rhetorik, Werbung, Meinungsbildung.  
Uitgegeven door: Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Zeitungswissenschaft.  
Verlag: Druckerei und Verlagsanstalt Konstanz Universitätsverlag GmbH.

Jg. 25, Heft 1, januari-maart 1980

Holger RUST, *Qualitative Inhaltsanalyse — begriffslose Willkür oder wissenschaftliche Methode? Ein theoretischer Entwurf*, 5  
Uwe BRAEHMER, *Leitsätze für die Kommunikationspraxis? Kommunikationswirkungen und publizistische Beeinflussung. Ein neues Modell zur Wirkungsforschung*, 24  
Verena BLAUM, *Journalistikwissenschaft und Wirkungsforschung. Anmerkungen zum Diskussionsstand in der DDR*, 51  
Helmut CRON, *Die Redaktion am Verlag beteiligen. Ein mißglückter Versuch bei der «Wirtschafts-Zeitung» 1947/48*, 68  
Hansjoachim HÖHNE, *Nachrichtenangebot im Wandel. Der Einfluß von Konkurrenz und Elektronik auf den Nachrichtenmarkt in der Bundesrepublik Deutschland*, 75  
Petra E. DORSCH, Walter J. SCHÜTZ, *Wenig Rabatt auf amtliche Anzeigen. Indizien für den Verlust an Universalität in der Tageszeitung*, 88

## MASSACOMMUNICATIE

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

Jg. 7, nr. 6, december 1979

George GERBNER, *Television's influence on values and behavior*, 215-222.  
Wim EVERS en Peter HOOGVELD, *Onderzoek van nieuwsdiffusie*, 223-234.

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

(zie «Communicatie», jg. 10, nr. 1, lente 1980, blz. 33).

Jg. 8, nr. 3-4, juni-augustus 1980

SOMMATIE 80: **de toekomst van de media, de media van de toekomst**

Kees TEER, *The shape of tools to come*, 68-82.  
Ulrich SAXER, *Zukunftsaussichten der Zeitung*, 83-96.

Jules VAN NEERVEN, *Dagbladen en moderne media*, 97-108.  
Olof HULTÉN, *Future of broadcasting. Public service broadcasting in the 1980's*, 109-122.  
Piet TE NUYL, *De aanval op het bestel komt niet uit de lucht vallen....*, 123-136.  
Gunter PVATZ, *Sind die Zeitschriften und ihre Media-Forschung für den Zukunftsmarkt mit neuen Medien gerüstet?*, 137-147.  
Joop SWART, *Tijdschriften in Epoch B*, 148-151.  
James HALLORAN, *Pleidooi voor een «critical social research»*, 158-164.  
Harry KUYPERS, *Vereniging voor studie en onderzoek van Massacommunicatie (V.S.O.M.)*, 165-166.

---

## QUARTERLY JOURNAL OF SPEECH

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

Vol. 66, nr. 1, februari 1980

Michael CALVIN McCREE, *The «Ideograph»: A Link Between Rhetoric and Ideology*, 1  
C. Jack ORR, *Reporters Confront the President: Sustaining a Counterpoised Situation*, 17  
Richard A. CHERWITZ, *The Contributory Effect of Rhetorical Discourse: A Study of Language-in-Use*, 33  
Kathleen HALL JAMIESON, *The Metaphoric Cluster in the Rhetoric of Pope Paul VI and Edmund G. Brown, Jr.*, 51  
James A. PEARSE, *Beyond the Narrational Frame: Interpretation and Metafiction*, 73

---

## DE PERS - LA PRESSE

Uitgegeven door de Belgische Vereniging van de Dagbladuitgevers, v.z.w. Bel-lardstraat 20, 1050 Brussel.

Jg. 26, nr. 4 (104), maart 1980

X., *De behoeften aan informatie*, 1-4.  
X., *Cent millions pour transformer «La Wallonie»*, 5-6.  
X., *Elektronische pagina-opmaak bij «Het Volk»*, 7-11.  
F. SAEYS, *Bescherming van het privé-leven in de media*, 12-14.  
X., *La transmission par télédistribution de messages publicitaires*, 17-18.  
X., *France: la liberté d'opinion du journaliste dans le journal*, 19-20.  
X., *L'information de l'Agence France Presse*, 21-22.  
X., *La presse en Grèce*, 23.  
X., *Le tarif exorbitant des télécommunications internationales*, 25-26.

---

## PRESSE ACTUALITE

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

Nr. 146, mei 1980.

Jean-C. TEXIER, *Entretien avec Daniel Mor-gaine*, 8-15.  
Christian HERMELIN, *Apprendre à écouter la radio: le statut*, 16-22.  
Odile ROBERT-RIONDET, *Photocomposition et bases de données dans la presse*, 22-23.  
Yves L'HER, *La diffusion des quotidiens français*, 24-27.  
Roger LAVIALLE, *L'avenir de la presse quotidienne régionale*, 28-35.  
X., *L'évolution des quotidiens en chiffres, titre par titre*, 36-43.  
Daniel GROJNOWSKI, *Pour analyser la «une» des quotidiens: exemple «France Soir»*, 44-49.  
Allan MICHAUD, *Entretien avec Patrick Marescaux («50 millions de consommateurs»)*, 50-55.  
Dominique GAUCHER, *Entretien avec François Lamy («Que choisir?»)*, 56-59.  
Georges POIRIER, *Un phénomène québécois: le journalisme, vivier de la politique*, 60-63.

Nr. 147, juni-juli-augustus 1980.

Jean-Charles ANDRE, *Trois quotidiens: dans l'Ain, la Saône-et-Loire et la Côte d'Or*, 12-17.  
René PUCHEU, *Rencontre avec René Rémond*, 18-26.  
Jean BERTOLINO, *Mon reportage TV en Afghanistan*, 26-29.  
André MOUCHE, *L'information bouge dans le Nord*, 30-39.  
Yves PITETTE, *Entretien avec Bernard Méaulle*, 40-43.  
Bernard LOUIS, *«Documents», la revue des questions franco-allemandes*, 44-45.  
Gilles FABRE-ROSANE, *Quelles nouvelles des «news»?*, 46-53.  
Ernest BOLLINGER, *Regard sur la presse suisse*, 54-59.  
Nejt ANDERSSON, *La presse à l'école: en Suède*, 60-62.  
Ian HAMEL, *«I CAR», agence de presse des Caraïbes*, 62.

---

## JOURNAL OF BROADCASTING

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

Vol. 24, nr. 1, winter 1980

### Audience Research

Jackson-BEECK and Jeff SOBAL, *The Social World of Heavy Television Viewers*, 5  
Joanne CANTOR and Pat VENUS, *The Effect of Humor on Recall of a Radio Advertisement*, 13  
Richard L. ALLEN and David E. CLARKE, *Ethnicity and Mass Media Behavior: A Study of Blacks and Latinos*, 23  
Robert KRULL and William HUSSON, *Children's Anticipatory Attention to the TV Screen*, 35

### Content Analysis

Bradley S. GREENBERG, Katrina W. SIMMONS, Linda HOGAN and Charles ATKIN, *Three Seasons of Television Characters: A Demographic Analysis*, 49  
John A. SAMBE, *Network Coverage of the Civil War in Nigeria*, 61

### Rules and Regulations

Fredric A. WEISS, David OSTROFF and Charles E. CLIFT, III, *Station License Revocations and Denials of Renewal*, 69  
Louis A. DAY, *Blanket Licensing and Public Policy*, 79

### Other Research

Robert PEKURNY, *The Production Process and Environment of NBC's «Saturday Night Live»*, 91

---

## MEDIEN UND ERZIEHUNG

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

Jg. 24, nr. 2, 1980

### Neue Medien — Kabelfernsehen

Helga SCHRAUD: *Telekommunikation - Möglichkeiten für die Zukunft*, 66  
Seev A. BARRAM, *Die Neuen Medien und ihre politischen Probleme*, 77  
Erich MOHN, *Mit dem Rücken zur Wand? Die Stellung der Jugendarbeit zum Kabelfernsehen*, 85  
Jan UHDE, *Kabelfernsehen in Kanada - die Möglichkeiten von «Community Cable»*, 90

### Film

Fernand JUNG und Regine SCHALLENBERG, *Die 30. Internationalen Filmfestspiele in Berlin. Wettbewerb I 10. internationales Forum des jungen Films I Kinderfilmfest. Berichte von Erwin Schaar*, 94

### Diskussion

Robert SAUTER, *Fragen zur Filmanalyse. Zum Beitrag über rezeptive Medienarbeit in merz 4/1979*, 104

**Medien in der Ausbildung**

Marian HEITGER, *Massenmedien für Bildung und Ausbildung. Formen des Einsatzes von Hörfunk und Fernsehen in Österreich*, 130  
Karl STOCKER, *Fachspezifische Medienpädagogik in der neuen Lehrerbildung*, 136  
Willy KÖGEL, *Medienpädagogik und -didaktik an einer Fachhochschule für Sozialwesen*, 142

**Film**

Klaus RICHTER, Fred WIMMER, *«The Who», die «Mods» und die Kids. Zwei Filme, ein Buch und ein Konzert: «Quadrophenia» | «The Kids Are Alright» | John Clarke u.a.: Jugendkultur als Widerstand | «Who»-Konzert*, 152  
Albert OTTENBACHER, *Tim Curry ist Frank N. Furter: «The Rocky Horror Picture Show»*, 160  
Josef SCHNELLE, *Ein Film über Janis Joplin: «The Rose»*, 166

**SCREEN EDUCATION**

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

Nr. 30, lente 1979

Geoffrey NOWELL-SMITH, *In A State*, 5  
James DONALD, *Green Paper: Noise of Crisis*, 13  
Graham MURDOCK and Robin McCRON, *The Broadcasting and Delinquency Debate*, 51  
Ian CONNELL, *Television: Democracy or Pluralism?*, 69  
Fredric JAMESON, *Dog Day Afternoon as a Political Film*, 75  
Maureen CLARK, *Liberation, Action or Radical Education?*, 95  
Philip SIMPSON, *Rough Cuts*, 105

Nr. 31, zomer 1979  
Nr. 32/33, herfst/winter 1979

(zie «Communicatie», jg. 10, nr. 1, lente 1980, blz. 32)

Nr. 34, lente 1980

Richard JOHNSON, *Cultural Studies and Educational Practice*, 5  
Tony BENNETT, *Popular Culture: A 'Teaching Object'*, 17  
Francis MULHERN, *Notes on Culture and Cultural Struggle*, 31  
Angela McROBBIE, *Settling Accounts with Subcultures*, 37  
Simon FRITH, *Music For Pleasure*, 51  
Hazel CARBY, *Multi-Culture*, 62  
Diana ADLAM & Angie SALFIELD, *The Diversion of Language*, 71  
Ernesto LACLAU, *Populis Rupture and Discourse*, 87  
Stuart HALL, *The Williams Interviews*, 94  
Bob LONG, *Photo-Practice I*, 106

**CRITICAL INQUIRY**

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

Vol. 5, nr. 4, lente 1979

Murray KRIEGER, *Poetic Presence and Illusion: Renaissance Theory and the Duplicity of Metaphor*, 597  
Peter SCHWENGER, *The Masculine Mode*, 621  
Moody E. PRIOR, *Mrs. Stowe's Uncle Tom*, 635  
Strother PURDY, *Stalingrad and My Lai: A Literary-Political Speculation*, 651  
Mark SPILKA, *The Robber in the Bedroom; or, The Thief of Love: A Woolfian Grieving in Six Novels and Two Memoirs*, 663  
John Paul RUSSO, *A Study in Influence: The Moore-Richards Paradigm*, 683  
Robert McGREGOR, *«Art»—Again*, 713  
Rawdon WILSON, *The Bright Chimera: Character as a Literary Term*, 725  
Reuven TSUR, *Levels of Information Processing in Reading Poetry*, 751  
Philipp P. FEHL, *Farewell to Jokes: The Last Capricci of Giovanni Domenico Tiepolo and the Tradition of Irony in Venetian Painting*, 761

**Critical response**

Quentin BELL, E.H. COMBRICH, and James S. ACKERMAN, *Notes and Exchanges*, 793

Vol. 6, nr. 1, herfst 1979.

Stephen TOULMIN, *The Inwardness of Mental Life*, 1  
Michael HOLROYD, *George Bernard Shaw: Women and the Body Politic*, 17  
Lee R. EDWARDS, *The Labors of Psyche: Toward a Theory of Female Heroism*, 33  
David D. COOPER, *The Poet as Elaborator: Analytical Psychology as a Critical Paradigm*, 51  
Samuel JAY KEYSER and Alan PRINCE, *Folk Etymology in Sigmund Freud, Christian Morgenstern, and Wallace Steven*, 65  
Eric S. RABKIN, *Metalinguistics and Science Fiction*, 79  
Eugene EOYANG, *Beyond Visual and Aural Criteria; The Importance of Flavor in Chinese Literary Criticism*, 99  
Stephen ORGEL, *Shakespeare and the Kinds of Drama*, 107

**Critical response**

I. Nelson GOODMAN, *Metaphor as Moonlighting*, 125  
II. Max BLACK, *How Metaphors Work: A Reply to Donald Davidson*, 131  
III. Lawrence KRAMER, *The Shape of Post-Classical Music*, 144  
IV. Rose ROSENGARD SUBOTNIK, *Tonality, Autonomy, and Competence in Post-Classical Music*, 153  
V. John REICHERT, *But That Was in A-*

*other Ball Park: A Reply to Stanley Fish*, 164  
VI. Stanley E. FISH, *A Reply to John Reichert; or, How to Stop Worrying and Learn to Love Interpretation*, 173

Vol. 6, nr. 2, winter 1979

**On sheldon sacks**

I. Ralph W. RADER, *The Literary Theoretical Contribution of Sheldon Sacks*, 183  
II. Lawrence LIPKING, *Arguing with Shelly*, 193  
III. James R. KINCAID, *Fiction and the Shape of Belief: Fifteen Years Later*, 209  
IV. Mary DOYLE SPRINGER, *Upon Re-reading Fiction and the Shape of Belief*, 221  
Sheldon SACKS, *The Pursuit of Lew Archer*, 231  
Quentin BELL, *Bloomsbury and «the Vulgar Passions»*, 239  
Wendy STEINER, *The Case for Unclear Thinking: The New Critics versus Charles Morris*, 257  
Ross MILLER, *Chicago Architecture after Mies*, 271  
Hiram W. WOODWARD, Jr. *Acquisition*, 291  
Stanley CAVELL, *On Makavejev On Bergman*, 305

**Artists on art**

Howard NEMEROV, *On the Measure of Poetry*, 331

**Critical response**

I. Michael FISCHER, *Rehabilitating Reference: Charles Altieri's «Presence and Reference in a Literary Text»*, 343  
II. Charles ALTIERI, *Culture and Skepticism: A Response to Michael Fischer*, 346  
III. Mark ROSKILL, *A Reply to John Reichert and Stanley Fish*, 355

**FILM EN TELEVISIE**

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

Nr. 276-277, mei-juni 1980

Jean-Pierre WAUTERS & Dirk MICHIELS, *Hellegat - Patrick Le Bon*, 4-8.  
Ronnie PEDE & Jean-Pierre WAUTERS, *Robbe en de Witte (2)*, 9-11.  
Kari BERT & Ronnie PEDE, *Robert Redford en The Electric Horseman*, 12-17.  
Dirk MICHIELS & Willem DAUW, *James Ivory. Filmkultuur van de antwoordeling*, 18-23.  
Freddie SARTOR, *Een vrouw als Eva - Nouchka van Brakel*, 24-26.

Nr. 278-279, juli-augustus 1980.

Jean-Pierre WAUTERS & Ronnie PEDE, *Cannes 1980*, 4-23.  
Rudy VAN SCHOENWINKEL, *Salto nel Vuoto*, 24  
Liesbeth MERCKX, *The Missing Link*, 25.  
Rudy VAN SCHOENWINKEL & Ivo NELISSEN, *Being There*, 26-27.  
Michel APERS, *See you, Hitch?*, 28-29.  
Leo MEES, *Vlaamse filmproductie: een lachertje*, 30-31.

*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!

## JOURNALISTIEK

Detlef BRENDEL und Bernd GROBE,  
**Journalistisches Grundwissen.**  
Verlag Dokumentation, München, 1976, 264 blz.

Beide auteurs vertrekken van een 'actief' beroepsbeeld van de journalist; zij stellen dat journalistiek werk steeds 'partijdig' is. Een 'ongemanipuleerd' of 'objectief' beschrijven van de werkelijkheid is m.a.w. een fictie. De vraag is dus niet of er al dan niet gemanipuleerd wordt, maar op welke basis, vanuit welke ideologie, gemanipuleerd wordt. Het probleem is immers dat deze manipulaties niet meer als zodanig door de ontvangers (h)erkend worden.

In een eerste deel geeft Brendel een op de praktijk gericht overzicht van de journalistieke nieuwsgaring. In het tweede deel onderzoekt Grobe de redactionele verwerking en bewerking van empirische ('objectieve') feiten en methoden. De alzo bekomen resultaten geven niet noodzakelijk een 'objectief' beeld van de realiteit, besluit hij.

J.S.

P. GOLDING en P. ELIOTT,  
**Making the News,**  
Longman, London, 1979, 241 p.

Nieuws, een cruciale bron van 'beliefs' en waarden, eigenlijk een pseudo-environment voor mensen van vandaag, is het centrale thema van deze bijdrage. De auteurs, niet onbekend in het milieu van het massamediaal onderzoek, bestuderen hier de structuur van de omroepjournalistiek in sociologisch perspectief. Zij proberen een antwoord te formuleren op de langzamerhand klassiek geworden vragen: welk beeld van de wereld wordt in omroepberichten opgehangen en, hoe is dit beeld verbonden met de routine-eisen van de nieuwsproductie in omroeporganisaties. Theorieën en onderzoeken in dit verband worden verwezen met (en bevestigd door) de resultaten van een meerjarige analyse van de Zweedse, Ierse en Nigeriaanse omroepberichtsgeving. Hun hoofdstelling - dat de structuur van de nieuwsproductie bepaald en beperkt wordt door ondermeer de relatie omroep-staat, de bestaande overheersende cultuur, de nieuwsmarkt, maar vooral door de systematische routines en beroepsstradities in de omroepjournalistiek - wordt veelvuldig geïllustreerd.

Dat er in zulke situatie weinig kans is voor een 'objectieve' berichtgeving ligt volgens Golding en Elliott voor de hand. De oplossing ligt voor hen in een herdefiniëring van nieuws, meer nog, in een herziening van de rol en de structuur van de omroep als kennis-creërend medium en een radicale bevraging van het relatieweb tussen omroep en samenleving. Een oppervlakkig uitgewerkt besluit, maar

wellicht voldoende materiaal voor een nieuwe publikatie. Een zeer leesbaar, duidelijk gestructureerd boek voor iedereen die in het omroepnieuws-labyrint wat wegwijs wil worden.

L.C.

## TELEVISIE

William ADAMS en Fay SCHREIBMAN, (eds.),  
**Television network news. Issues in content research.**  
George Washington University, Washington D.C., 1978, 231 blz.

Twee feiten hebben in 1968 het academisch onderzoek over televisienieuws naar de volwassenheid geleid. Enerzijds was dit de oprichting van het «Vanderbilt Television News Archive» en anderzijds het verschijnen van Epstein's boek «News from nowhere». Het Vanderbilt Television News Archive gaf aan de onderzoeker toegang tot materiaal dat moeilijk door hem zelf kon verzameld worden. Epstein verschafte een visie om televisienieuws te analyseren, wat de ontwikkeling van andere visies geruime tijd heeft afgeremd.

Dit is zowat het standpunt van Robinson, een van de 13 auteurs die in deze publikaties aan bod komen.

«Television Network News» kan als een soort balans van 10 jaar onderzoek bestempeld worden. Daarbij gaat het in de eerste plaats niet om cijfermateriaal, maar veeleer om het wat en hoe van televisienieuwsonderzoek. Onder de hoofding «Current Research», «Methods and Resources» en «Future Directions» brengen Adams en Schreibman samen wat er over dit soort onderzoek te zeggen valt. Het positieve van de meeste bijdragen is dat de auteur zich niet blind staart op hetgeen bereikt werd, maar eveneens de vinger op de zwakke punten durft te leggen. Het zwakke punt van televisienieuwsonderzoek is wel dat de eigenheid van televisienieuws niet altijd volledig door de onderzoeker onderkend wordt. Zoals Patterson opmerkt kan televisienieuws niet begrepen worden «by putting a stopwatch to the network news» (blz. 177)

Alhoewel we het boek kunnen aanbevelen aan iedereen die naast het kijken naar televisienieuws ook nog interesse heeft voor onderzoek van televisienieuws zal het wellicht meer leesgenot verschaffen aan hen die reeds vertrouwd zijn met de literatuur over dit onderwerp. Voor onderzoekers op dit terrein zouden we het op het budget «noodzakelijke literatuur» plaatsen.

C.L.B.

Mariann Pezzella WINICK, Charles WINICK,  
**The Television Experience. What Children See.**

Sage Publications, Londen, 1979, 212p.

Getrouw in het spoor van vroegere publikaties van deze auteurs over het probleem hoe kinderen met de communicatiemediën interacteren, bestudeert dit werk specifiek het TV-kijkgedrag van kinderen in de diverse stadia van hun conceptuele, logische, reflexieve en affectieve ontplooiing. Typerend is het psychologische, Piagetiaanse ontwikkelingsperspectief.

Na een algemene, beschrijvende analyse van de overeenkomsten en verschillen tussen kinderen en volwassenen inzake kijken naar en ervaren van TV, presenteren en interpreteren M.P. en C. Winick de resultaten van hun concrete onderzoek. Een zestal dimensies, belangrijk in het groeiproces van een kind, brengen duidelijk verschillen tussen het jeugdige en volwassen TV-publiek aan het licht. Iets wat uitgebreid worden deze dimensies - fantasie, geloofwaardigheid, humor, moraal, geweld en identificatie - respectievelijk afzonderlijk en correlatief besproken met de bedoeling uit dat geheel enkele aspecten van het TV-kijkgedrag bij kinderen te distilleren. Het slothoofdstuk stipt - soms nogal erg gesimplificeerd - enkele implicaties van deze studie aan en suggereert meer diepgaand gevarieerd onderzoek over hetzelfde thema.

L.C.

Carel ENKELAAR (compiler),  
**Behind the screen. The greatest TV stories never told.**  
NOS, Hilversum, 1979, 108 blz.

Iedereen beleeft wel eens iets dat hij in het dagboek van zijn geheugen neerpendt om het later aan zijn kleinkinderen of bij de poussecafé na een heerlijke maaltijd te kunnen vertellen.

TV-journalisten en cameramensen, die zich bewegen tussen een horde veiligheidsagenten, Joelende toeschouwers en geweerroffel maken wellicht meer kans op een woelige belevenis dan een bureau-man. In «Behind the screen» komen zo 19 belevenissen aan bod.

Geen boek over censuur zoals de titel zou kunnen suggereren en evenmin een algemeen zicht op de dagdagelijkse werkzaamheden van een TV-informatieploeg. Het gaat veeleer om individuele belevenissen in specifieke situaties of om een tijpje van de sluijer. Zelfs geen pseudowetenschap, alleen «weet je wat ik ooit heb meegemaakt toen ik...» Prettig om lezen daar de beschreven realiteit geen deel gaat uitmaken van de lezer, noch die tot hem doordringt. Het speelt zich voor zijn ogen af als een thriller. Een niet pretentieuze geschenkenboek.

Twee negatieve punten echter: 1. een aantal



artikels zijn tweedehands, de auteur is niet hetzelfde personage als de actor(s) van het verhaal en 2. met een aantal data en mogelijkheden wordt nogal eens een loopje genomen. De wonderen zijn de wereld nog niet uit maar het lijkt nog altijd onvoorstelbaar dat één man het kan opnemen tegen een «massa» drummende mensen, ook al is dat een TV-journalist of cameraman. Of zou het toch iets met die *pousse-café* te maken hebben?

C.L.B.

## COMMUNICATIE EN ORGANISATIES

H.A. DE ROODE,

**Public Relations. Interne en externe communicatie voor organisatie en beleid.**  
Kluwer, Deventer, 1979, 262 blz.

Het moeilijke van het bespreken van goede boeken is dat er zo weinig over te zeggen valt. Deze publikatie van de Roode verdient de stempel «goed boek».

Ingewijden zien hun dagelijkse activiteiten, bedenkingen of theoretische kennis bladzijde na bladzijde opduiken. Ze weten het allemaal al wel: public relations is een werk van lange adem, het vraagt planning, beleid, strategie, actie, evaluatie. Ze weten eveneens dat public relations niet altijd rozengeur en maneschajin is en dat de noodzaak aan public relations voor elk bedrijf nog maar tot enkele «happy few» is doorgedrongen. Ze beseffen dat de strijd tegen het gezegde «he's a public relations man, which means liar in anyone's language» (blz. 234) nog lang niet gestreden is.

Uit hetgeen op de achterflap geschreven staat is echter op te maken dat deze publikatie niet op de eerste plaats geschreven is voor de ingewijden. «Het boek is een integrale kennismaking met een communicatievlak in ontwikkeling... Het boek voldoet aan de behoefte aan informatie over het jonge vak public relations bij managers en studerende». De auteur geeft informatie. Hij heeft voldoende stenen bijeengebracht om er een huis mee te bouwen. Met een basisschema en een aantal richtlijnen kan er een kast van een villa of een huis in de rij van gemaakt worden. De ingrediënten zijn dezelfde. Een korte schets van interne en externe communicatie bij 20 Nederlandse organisaties kunnen als voorbeeld dienen.

Als man van het vak vergeet de Roode niet er nog een wegwijzer in de public relations aan toe te voegen: opleidingsmogelijkheden, verenigingen, vakbladen, literatuur, en zo meer.

C.L.B.

P. KUIN, J.A.A. VAN DOORN, P.E. DE HEN, K.J. HINDRIKS, J.J. VAN RAALTE, H. SCHRÖDER, G. VAN DEN BRINK, e.a.  
**Onderneming en media.**  
Stichting Maatschappij en Onderneming, Scheveningen, 1977, 98 blz.

Deze bundel is de neerslag van een door de Nederlandse Stichting Bedrijfskunde rond dit onderwerp georganiseerd seminarie. Ondernemers, journalisten en wetenschappers bespreken de taak van en relatie tussen on-

derneming en media. Af en toe komt het tot een harde confrontatie die berust op uiteenlopende opvattingen over de maatschappelijke taak van de onderneming enerzijds en de media anderzijds. Maar, zoals dit voor de meeste van dergelijke bijeenkomsten het geval is, worden er meer vragen gesteld, dan beantwoord. Een inleidend werkje met weinig diepgang.

J.S.

## RETORIEK

Gordon I. ZIMMERMAN et al.

**Speech Communication. A Contemporary Introduction**  
West Publishing Company, St. Paul, 1977, 384 blz., geïll.

Richard en Linda HEUN

**Public Speaking. A New Speech Book**  
West Publishing Company, St. Paul, 1979, 315 blz., geïll.

James R. ANDREWS

**Essentials of Public Communication**  
John Wiley & Sons, New York, 1979

ARISTOTELES

**Rhetorik. Uebersetzt, mit einer Bibliographie, Erläuterungen und einem Nachwort von Franz G. SIEVEKE**  
Wilhelm Fink Verlag, München, 1980, 354 blz.

Er lijkt geen enkel «Speech Communication Department» van een Amerikaanse universiteit te bestaan dat zich niet geroepen voelt een handboek of een inleiding tot de nobele kunst van de redevoering te produceren. Dat al deze boeken en boekjes op elkaar lijken, vormt blijkbaar geen bezwaar, noch voor de auteurs, noch voor de uitgevers. Duidelijk voortgekomen uit de collegenota's van de auteur en (hoopvol) bestemd om ook aan andere universiteiten als handboek gebruikt te worden (voor zover die er uiteraard zelf geen hebben geproduceerd), zijn al deze inleidingen op een irritante manier didactisch-pedagogisch overgestructureerd. Door middel van ontelbare voorbeelden, te maken oefeningen, te beantwoorden vragen, te lezen samenvattingen, te volgen raadgevingen en met een zo beperkt mogelijk aantal theoretische concepten, wordt de lezer geleerd een «speech» op te bouwen, haar/zijn publiek te motiveren, zo efficiënt mogelijk te spreken. Onderhuids is hierbij steeds de ideologie van de liberale democratie werkzaam: iedere burger heeft het recht en de plicht een eigen mening te vormen en die zo efficiënt mogelijk aan zijn medeburgers mee te delen.

Van de drie hierboven vernoemde «speech books» het beste aanduiden, is een moeilijke taak. Zimmerman et al. is het meest volledig vermits het zowel de interpersonele als de publieke communicatie behandelt. Meer nog dan de andere (voor zover dit mogelijk is) verstikt het evenwel in het didactische. Bij Heun en Heun vindt men hier en daar enige theoretische diepgang. Beide boeken hebben een «Instructor's Manual», die nog maar eens het doel van dergelijke werken onderstrepen. Andrews' boek is het meest luxueus uitgegeven en bezit de meest uitgebreide bi-

biografie, waarvan men zich echter wel afvraagt wat die komt doen in een werk dat op theoretisch vlak zo pover is.

Een leetuur van dergelijke werken levert wel een duidelijk beeld op van wat deze «Speech Communication» in feite is: het is toegepaste retoriek waarin, zonder veel problemen of vragen, gebruik gemaakt wordt van wat gedurende de laatste decennia door de theorie van de persuasieve communicatie en de «New Rhetorics» werd geformuleerd. Daar deze laatste, impliciet of expliciet, niet zelden teruggrijpen naar de klassieke retoriek, zal men ook in de «Speech Communication», zij het dan sterk vereenvoudigd, heel wat klassieke retorische principes aantreffen. Het kan dan ook nooit kwaad even terug te grijpen naar een van de belangrijkste bronnen van de Westerse retorische traditie, nl. de Aristotelische retoriek. In dit verband kan nu een nieuwe tekstuitgave, in een vlotte Duitse vertaling, gesignaleerd worden. Mede dank zij een uitvoerige en gedegen bibliografie en voetnotenapparaat en een kort maar interessant nawoord - alle van de hand van de vertaler - biedt deze uitgave de geïnteresseerden in de retoriek de gelegenheid kennis te maken met de volledige retoriek van Aristoteles. Op die manier kan men ook nagaan wat van deze retoriek, die ingebed was in een uitgewerkte filosofie en maatschappijbeeld en op die manier dient gelezen te worden, in feite is overgebleven in de nieuwe retoriek.

L.V.P.

## SEMIOTIEK

Thomas A. SEBEOK (Ed.),  
**A Perfusion of Signs.**  
Indiana University Press, Bloomington/London, 1977, 212 blz.

Thomas A. SEBEOK (Ed.),  
**Sight, Sound, and Sense.**  
Indiana University Press, Bloomington/London, 1978, 289 blz.

Umberto ECO,  
**The Role of the Reader. Explorations in the Semiotics of Texts.**  
Indiana University Press, Bloomington/London, 1979, 273 blz.

Charles S. HARWICK (Ed.),  
**Semiotic and Significs. The Correspondence between Charles S. Peirce, and Victoria Lady Welby.**  
Indiana University Press, Bloomington/London, 1977, 201 blz.

De twee door Sebeok uitgegeven readers zijn de neerslag van colloquia, waarvan ze telkens een aantal bijdragen bevatten. Beide colloquia hadden, blijkens de inleidingen op de readers, een initieel doel: het oprichten van een «Semiotic Society of America» (**A Perfusion of Signs**) enerzijds, het opnemen van de semiotiek in het programma van de Indiana University (**Sight, Sound, Sense**) anderzijds. Wie echter, hierop voortgaande, nu meent een inleidend overzicht te krijgen in de semiotiek, komt bedrogen uit. De verschillende artikelen, waarvan sommige algemeen theoretische of methodologische, andere

weer historische problemen behandelen, terwijl weer andere behoren tot de toegepaste semiotiek (het medisch onderzoek, de godsdienst, de architectuur, het circus...), zijn hoogst gespecialiseerd te noemen en vragen een gedegen voorkennis. Hierbij komt nog dat het door de diverse auteurs gebruikte conceptenapparaat zo uiteenlopend is en de gekozen invalshoeken en basisopstellingen zo dispaaraat, zelfs contradictorisch zijn, dat de lezer zich alras omgeven voelt door een duisternis waarin geen enkele semiologische kat nog haar jongen terugvindt. Een constante in beide readers is er nochtans wel: Peirce, de vader van de Amerikaanse semiotiek en het pragmatisme. Deze dominante aanwezigheid is echter nog geen leidraad: fragmentarisch geciteerd, uiteenlopend geïnterpreteerd, blijft Peirce ook hier wat hij steeds is geweest: een semiotische bijbel waarmee men exegetisch alle wegen uit kan.

Een opstel over Peirce vormt ook in Eco's nieuwste boek, **The Role of the Reader**, een van de belangrijkste delen - een boek dat overigens voor het grootste gedeelte bestaat uit Engelse vertalingen van oudere artikels (waarvan sommige teruggaan tot 1965). Het thema van dit boek is de bekende oppositie die door Eco ooit werd gemaakt tussen open en gesloten teksten en dit op basis van het criterium van de al dan niet betrokkenheid van de ontvanger. Ook hier zou een zekere economie van de concepten - die echter door de grote tijdsverschillen tussen de hoofdstukken onmogelijk wordt gemaakt - de efficiënte van het boek hebben verhoogd.

Wie, tot slot, een zeker inzicht wenst te krijgen in de semiotiek van Peirce, kan misschien naar de heruitgave grijpen van de correspondentie die Peirce tussen 1903 en 1911 voerde met Lady Welby, een dame uit de betere kringen die niet onsuccesvol liefhebberde in de semiotiek ("significs"). Het voordeel van van deze correspondentie is, dat door de aard van het gehanteerde genre, Peirce de gelegenheid krijgt in een meer levendige en didactische stijl zijn theorieën te verduidelijken, alhoewel men zich in dit opzicht geen al te grote illusies moet maken. Als inleiding op het denken van Peirce, lijkt mij deze correspondentie dan ook al bij al niet geschikt.

Zij dient veeleer gelezen te worden in bovengenoemde zin, nl. door ze als verduidelijking naast de **Collected Papers** te leggen.

L.V.P.

## VERBALE EN NIET-VERBALE COMMUNICATIE

G.M. PHILIPS - N.J. METZGER,  
**Intimate Communication**,  
A.LLYN AND Bacon, Boston 1976, 454 p.

L. ROSENFELD - L. HAYES - Th. FRENTZ,  
**The Communicative Experience**,  
Allyn and Bacon, Boston, 1976, 452 p.

Twee typische voorbeelden van het soort literatuur dat de Amerikaanse "speech communication"-centra thans produceren. Een van de meest recenten en bijzonder geliefde thema's in deze literatuur zijn vriendschap,

waardering, zelfkennis en vooral "self-disclosure" of het (meestal) onbewust verstrekken van boodschappen over zichzelf terwijl men met anderen praat. Vandaar naar de "intimacy" in de communicatie toe, is maar een klein stapje: in het gesprek komen eigen, intieme meningen en gevoelens naar boven en worden wel eens de diepste roerselen van de menselijke ziel blootgelegd!

Vertrekkend van een overzicht van de theorieën uit de 'rhetorics' die betrekking hebben op de intimiteit, gaan Philips en Metzger op zoek naar een strategie om de zelfwaardering te bevorderen, waarna zij belanden bij hun hoofdthema: de vriendschap, die zij als studie-object, proces, en mythologie onderzoeken.

Geschreven in de typisch "softe" stijl van zoveel recente Amerikaanse (min of meer) psycho-therapeutische werken. Zelfs de vriendelijke schouderklopjes, de vaderlijke raadgevingen, de aanmoedigingen en de 'personal exercises' zijn niet vergeten. Een gelijkaardige aanpak in toon vinden wij in het boek van Rosenfield-Hayes en Frentz. Hier wordt alle interpersonele communicatie beschouwd als een "game", een spel van sociale interactie. Er zijn dus spelregels en speltactieken. Het boek bevat dan ook vele dialoogteksten waarin alle "game"-aspecten in detail worden toegelicht.

Aan de verkennende gesprekssituaties, formele en informele conversaties, intieme en onpersoonlijke, openbare gesprekken, poëtische namen (theoretische reclame), conversaties, en zelfs politieke dialogen wordt telkens een volledig heefdstuk gewijd. Geschreven in de 'I and Youstijl' en opgeleusterd met veel humanistische (of als dusdanig bedoelde tekeningen IRRITEREND NAIEF!

G.F.

William E. ARNOLD en Robert O. HIRSCH  
(Eds.)

**Communicating Through Behavior**  
West Publishing Company, St. Paul, 1977,  
315 blz., geill.

Een reader die duidelijk de bedoeling heeft werkelijk alles over communicatie te vertellen. Het resultaat is navenant. In zowat veertig, vaak verbluffend korte «artikels», die gelicht zijn uit alle mogelijke en onmogelijke boeken en tijdschriften (van «Playboy» over «Design en Environment» tot «Psychology Today»), wordt een allesomvattend en derhalve nietszeggend overzicht gegeven van alle mogelijke vormen van communicatie. Er moeten alleszins betere inleidingen of overzichten te schrijven zijn dan dit hybridisch geheel waarin nergens de visie of de hand van de samenstellers merkbaar is.

L.V.P.

## CULTUUR EN COMMUNICATIE

Edmund LEACH,  
**Cultuur en communicatie. Een inleiding tot de analyse van culturele gebruiken**,  
Ambo, Baarn, 1978, 118 blz.

Leach poogt de overvloed aan sociaal-antropologisch materiaal m.b.t. verbale en niet-verbale interpersoonlijke en intrapersonele communicatievormen voor een "kandidatuurstudent die enigszins ervaring begint op te doen met sociaal-antropologische literatuur" te duiden en van commentaar te voorzien. Zijn algemene opvatting is dat cultuur communiceert; dat de gecompliceerde onderlinge samenhang van culturele gebeurtenissen zelf informatie verschaft aan diegenen die eraan deelnemen.

Daar waar men in de literatuur twee verklaringswijzen terugvindt - nl. een rationeel of structureel standpunt en een empiristische of functionalistische positie - gaat Leach's voorkeur naar de structuralistische benadering uit. Na een afbakenen van het formeel referentiekader, met de daarmee gepaard gaande terminologische problemen, gaat hij vervolgens in op de 'gramatica van het culturele gedrag' (theorieën over magie en hekserie, de relatie tussen ritueel en taal, de betekenis van alledaagse conventionele symbolen, enz.). Hij komt tot de conclusie dat men de culturele context grondig moet kennen, alvorens men aan het decoderen van de boodschap kan beginnen.

J.S.

## IDEOLOGIETHEORIE

Te Elfder Ure 24,  
**Ideologietheorie**,  
SUN, Nijmegen, 1978, 279 blz.

De Franse structuralist Louis Althusser kan de verdienste niet ontzegd worden dat hij de marxistische discussie over basis en bovenbouw en de rol en plaats van de ideologische apparaten (waaronder de massamedia) nieuw voedsel heeft gegeven. Volgens de samenstellers kan Althusser's theorie van de ideologie in het algemeen in een viertal stellingen samengevat worden:

1. De ideologie is eeuwig, dat wil zeggen is niet gekoppeld aan het kapitalisme, maar aan het bestaan van een symbolische orde.
2. De ideologie is een voorstelling van de imaginaire verhouding van de individuen tot hun bestaansvoorwaarden.
3. De ideologie heeft een materieel bestaan, d.w.z. bestaat niet als bewustzijn maar als materiële praktijken.
4. De ideologie spreekt de individuen als subjecten aan, waardoor zij hun determinatie beleven als vrijheid.

Naast de belangrijkste teksten van Althusser zelf m.b.t. de hier behandelde problematiek, worden een aantal artikels verzameld die enerzijds Althusser's inspiratiebronnen (o.a. Gramsci, Spinoza en Freud) verduidelijken en anderzijds de hogergenoemde stellingen a.h.v. bepaalde deelaspecten uitwerken en illustreren.

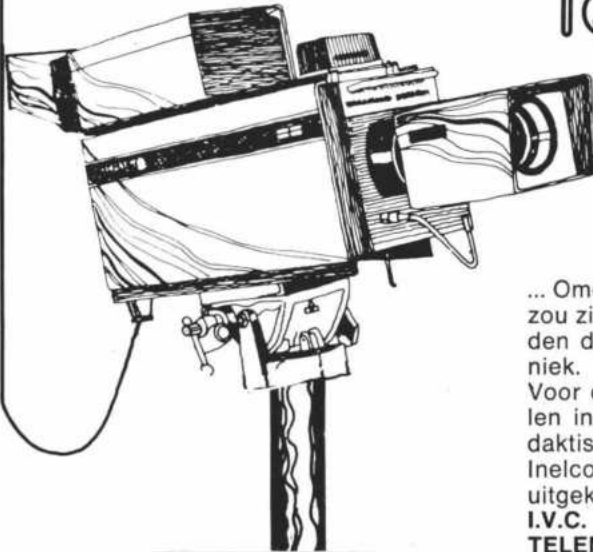
De bijdrage van M. van Nieuwstad «Media, klassebewustzijn, marxisme» staat enigszins los van hogergeschetste problematiek. Hij baseert zich eerder op enkele 'vrije interpreten' van de Kritische Theorie (vnl. Haug, Negt en Kluge), en gaat met Baudrillard Enzensberger's technicistisch optimisme te lijf.

J.S.

# de video... een middel een techniek

ONDERWIJS

BEWAKING  
VEILIGHEID



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

Voor de video ten dienst te stellen in de meest gevarieerde didactische 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 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

# BELANGRIJKE WERKEN OVER COMMUNICATIE VOOR ONDERWIJS EN PRAKTIJK

## COMMUNICATIE TUSSEN MENSEN

J. Hommes

De sterk toegenomen aandacht in organisaties voor alle communicatieaspecten, vindt in belangrijke mate zijn oorzaak in de toename van de problemen waarmee de onderneming in het huidige maatschappelijke en economische bestel wordt geconfronteerd. Het is in bijzonder de grote snelheid waarmee een complex van factoren op het leidinggeven inwerkt, die een harmonieuze communicatie noodzakelijk maakt.

In het onderwijs weerspiegelt deze evolutie zich in het steeds belangrijker worden van het vak «Communicatieleer».

In «Communicatie tussen mensen» komt een groot aantal aspecten van de communicatie aan bod. Zowel aan theorievorming als aan praktijkproblemen wordt aandacht geschonken, waardoor het boek geschikt is voor gebruik in het onderwijs en in de onderneming.

**Aug. 1980, 92 pagina's,  
ing., 395 fr.**

## CONFLICTHANTERING

M. Mulder

Conflicten nemen in aantal en hevigheid toe. Kijk maar naar conflicten tussen bedrijfsleiding en werknemers, tussen werkgevers- en werknemersorganisaties, tussen ministers en parlementarissen, tussen overheid en burgers, tussen bestuur en leden.

Meer en heviger conflicten. Om de wereld leefbaarder te maken moeten wij de conflicten dus beter, constructiever gaan hanteren en oplossen, zo argumenteert Mauk Mulder. Daartoe analyseert hij een aantal oorzaken en gevolgen van conflicten en ook een achttiental ingreepmogelijkheden. Van de interessante schema's die de auteur uit zijn aanpak distilleert, kunnen zowel «partijen» als «derden» een uitermate nuttig gebruik maken. Dit boek, gebaseerd op theoretische inzichten en de rijke conflict-praktijkervaring van de auteur, is trouwens in zijn geheel zeer bruikbaar voor iedereen die met conflicten te maken heeft... en wie heeft dat niet?

**1979, 2e druk, 112  
pagina's, 285 fr.**

## MAATSCHAPPIJLEER - SPELREGELS VOOR HET SAMENLEVEN

F. Holzhauer

Onze maatschappij is zo ingewikkeld geworden, dat de taak van de volwassenen om de jongeren de weg te wijzen er niet op vereenvoudigd is. Integendeel: die vanzelfsprekende taak is een belangrijk educatief vak geworden.

In «Maatschappijleer, spelregels voor het samenleven» poogt F. Holzhauer de jongeren (leerlingen) door het complexe terrein van de maatschappijleer te leiden. Getracht is uit te gaan van de denk-, leef- en interessewereld van de leerling, steeds zo direct en zo concreet mogelijk. Vanuit dit punt kan door de docent een meer algemeen en theoretisch beeld van de maatschappij en haar samenlevingsproblemen opgebouwd worden. «Maatschappijleer» omvat 31 lessen, die elk uit 3 gedeelten bestaan: foto's, prenten en knipsels die het onderwerp van de les inleiden en illustreren, het tekstgedeelte, en vervolgens verschillende typen van vragen en opgaven.

**1979, 249 pagina's, ing.  
395 fr.**

**WETENSCHAPPELIJKE UITGEVERSGROEP**  
Santvoortbeeklaan 21-23  
2100 Deurne - Tel. 031/24.78.90