

COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

VISIES OP EEN COMMUNICATIETIJDSCRIFT • NIEUWE
INFORMATIE-ORDE • PUBLIC RELATIONS IN HET LEGER •
MEDIA-ONDERWIJS IN DE LAGERE SCHOOL • DE NIEUWE •
DE OMROEP TEGENOVER ZIJN PUBLIEK • DZIGA VERTOV •
KRONIEK VAN DE MEDIAWERELD • TIJDSCHRIFTEN / BOEK-
BESPREKINGEN • 10 JAAR "COMMUNICATIE" : EEN IN-
HOUDSOVERZICHT

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

E. VAN EVENSTRAAT 2A

3000 LEUVEN

JAARGANG 11

NR 1

LENTE 1981

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.

11de jaargang nr. 1
LENTE 1981

Hoofredacteur: 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, 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 artikelen verbinden alleen de schrijvers.

Inhoud 1981. 1

- 1 **Wenken voor de volgende tien jaar...**
- 5 **Unesco-conferentie over nieuwe Informatie** - Jan Servaes
- 11 **De nieuwe internationale informatie-orde na Mac Bride** - Cees Hamelink
- 16 **Mediaonderwijs in de lagere school** - Pat Lowette
- 23 **De vijanden van mijn vijanden zijn mijn vrienden. Het weekblad De Nieuwe na Grammens en Tindemans** - Wim Schamp
- 27 **Feiten en meningen uit de mediawereld** - Wim Schamp, Wim Van der biesen
- 31 **De houding van de omroep t.o.v. zijn publiek en een verkenning van de mogelijkheden tot samenwerking** - Johan de Gendt
- 33 **Dziga Vertov, een montageconcept** - Willem de Greef
- 35 **Uit de tijdschriften**
- 37 **Uit de literatuur**

Verantwoordelijke uitgever:
G. Fauconnier, Kleine Geeststraat 40, 1960 Sterrebeek.

wenken voor de volgende tien jaar ...

De redactieploeg van 'Communicatie' viert dit academiejaar het 10-jarig bestaan van haar tijdschrift en het is dus een beetje feesten geblazen maar ook wat terugdenken aan alles wat gedurende het voorbije decennium goed ging en fout liep, aan de gevolgde beleidslijnen en aan de graad waarmee af en toe van deze lijnen werd afgeweken.

Aan enkele collega's uit het Nederlandse taalgebied vroegen wij bij deze gelegenheid hoe, in hun ogen, idealiter een communicatiewetenschappelijk tijdschrift in het Nederlandse taalgebied er zou moeten uitzien. De binnengekomen antwoorden — waarvoor onze grote dank — zijn hierbij afgedrukt.

Zowel Stappers als Van Pelt leggen de nadruk op de 'platformfunctie': de eerste wijst daarbij terecht op het grote voordeel dat de kennis van vreemde talen oplevert voor een klein taalgebied, terwijl laatstgenoemde een lans breekt voor essayistische bijdragen in de stijl van zijn (en ook onze) grote vriend Prakke. Ook Van der Meiden gaat in op dit punt en vindt dat 'open' artikelen met liefst niet te veel statistisch en ander bewijsmateriaal, maar met veel gezond verstand geschreven, in communicatiewetenschappelijke vakbladen meer aan bod moeten komen. Niet te veel 'scientism' dus, zoals Dallas Smythe ooit gezegd heeft. Onze Utrechtse collega voelt ook iets voor echt 'clubnieuws', informatie over eigen centra, wetenschappelijke projecten, een vraagbaak voor werkzoekenden, enz. Tussendoor speelt hij met het niet onaardige idee van de oprichting van een vereniging van studenten in de communicatiewetenschap in het Nederlandse taalgebied. Ja, waarom eigenlijk niet? Briers tenslotte gooit het over een totaal andere boeg en, als wij zijn vurig pleidooi goed interpreteren, denkt hij vooral aan een blad dat vrij kordaat en met open vizier een aantal problemen van mediabeleid, en zelfs van communautaire en cultureel-artistieke aard zou aanpakken. En met kwistige hand strooit onze Gentse collega enkele concrete suggesties rond die deze 'beuk- en stootfunctie' kunnen waar maken.

De redactie heeft nu stof genoeg om zich verder te gaan bezinnen en 'in eigen hart te kijken'. Over tien jaar — in 1991 — zien wij dan wel wat zij er van gemaakt heeft en of — om het met Stappers' woorden uit te drukken — in de richting van het ideale communicatiewetenschappelijk tijdschrift wat vorderingen gemaakt zijn.

Prof. dr. G. FAUCONNIER,
Voorzitter van het Centrum voor
Communicatiewetenschappen,
K.U.Leuven.

Waarde collega,

U vraagt aan welke voorwaarden, volgens mij, idealiter een communicatie-wetenschappelijk tijdschrift in het Neder-

landse taalgebied moet voldoen. Die vraag interpreteer ik als de vraag naar mijn visie op het ideale tijdschrift; «voorwaarden» vind ik daarbij zo streng klinken.

Welnu, idealiter moet zo'n blad het platform zijn voor de wetenschapsbeoefening, dat wil zeggen: alles wat gebeurt moet zijn weerslag vinden in het blad, zowel wat er aan onderzoeken plaatsvindt, wat er aan theorieën ontwikkeld wordt, en ook de technologische, wettelijke en organisatorische veranderingen die in een wisselwerking de sociale communicatie beïnvloeden. Ook moet het dan ruimte bieden aan de discussies tussen vakgenoten, omdat immers de vooruitgang gebaat zal zijn met botsing der meningen, wetenschappelijk vooruitzien is geen rechtlijnig voortschrijden.

Op zich lijkt het mij uiterst acceptabel dat dit alles geschiedt vanuit een bepaalde visie op het wetenschapsgebied, maar dan moet dat wel, ook binnen het blad zelf, in de vorm van een open dialoog geschieden.

Omdat het een tijdschrift voor het Nederlandse taalgebied betreft, moet het een platform voor nederlandstalige wetenschappers zijn; omdat ook de open dialoog onontbeerlijk is, blijft er ruimte voor anderen. Dat moet niet worden een herhaling of vertaling van wat in de wereld-vakpers gebeurt: nederlandstaligen dienen te blijven profiteren van het feit dat zij door scholing en misschien wel door talent, naar verhouding meer vreemde talen kennen dan de inwoners van grotere taalgebieden.

Daardoor kan het tijdschrift een knooppunt (geen digest s.v.p.) worden van de wetenschapsontwikkelingen.

Vooronderstelling daarbij is dan wel dat de nederlandstalige communicatiewetenschappers een rol spelen in de ontwikkeling van hun vak.

Het ideale tijdschrift in deze zin bestaat niet, misschien bestaat het nog niet. We moeten al tevreden zijn wanneer we in die richting wat vorderingen maken.

J.G. STAPPERS
Katholieke Universiteit
Nijmegen

Mijnheer de Voorzitter,
Waarde Collega,

Ik vind uw tijdschrift gewoon uitstekend en ik ben er trots op van tijd tot tijd een kleine bijdrage te kunnen leveren.

Over die bijdragen nog enkele *suggesties*.

In dit kleine land van ons heb ik altijd de noodzakelijkheid gevoeld om een onvermoeid protagonist te zijn van een systematische samenwerking met zoveel mogelijk partners. Dat onze Leuvense collega's daar niets tegen hebben bewijst deze herdenkingsbrochure. Alleen zou ik misschien durven voorstellen, dat het met meer tactische regelmaat gebeurt, dat we met onze drie onderbemande secties een meer gesloten

groep gaan vormen, die samen de dringende communicatieproblemen in dit verscheurd België aanpakt en overgaat tot taakverdeling en dit blad als een gemeenschappelijk forum presenteert.

1. Als we wetenschappelijk willen bewijzen wat ik vooropstel in mijn studie «Onevenwichtige berichtgeving in een onevenwichtig land», dan kunnen we deze bijna onoverzichtelijke maar weinig bestudeerde materie verdelen over enkele afzonderlijke onderzoeken, die hun gemeenschappelijke reflectie krijgen in «Communicatie».
2. Geen andere natie is zo overwoekerd door de kabeltelevisie en desondanks beschikken we nog altijd over geen Hoge Raad voor Mediabeleid. Waarop wachten de universiteiten en hun gespecialiseerde secties om hier een voorafgaande studie te publiceren, natuurlijk in een gemeenschappelijke monitor?
3. Het spreekt vanzelf dat we hier niet alleen het accent zouden leggen op organisatorische en vakbondsmaterialen, maar op inhoudelijke indicatoren eveneens: «In hoeverre gebruiken de Franstaligen in ons land de media om hun ontzagwekkende machtsstructuren en overwichten te bestendigen?»
4. Kunnen onze drie studiecentra nauwer in contact treden met de studiedienst van de BRT, om andermaal samen sluimerende omroepoestanden te doorgronden en te doorbreken: BRT-3 wordt, naar mijn mening, uitmuntend geleid, maar kan wegens zijn veel te geringe beluistering in een bezuinigingsperiode in gevaar komen. Ik heb voorgesteld aan Karel Aerts dat we daar samen iets zouden aan doen. Met drie gespecialiseerde afdelingen én omroepstrategen én een «Communicator» als de uwe bereiken we zeker resultaat.
5. De overheid, die het al zeer druk heeft, zal het ons niet ten kwade duiden, dat we haar helpen met suggesties die voortvloeien uit ernstig wetenschappelijk onderzoek. Wat kan er worden gedaan om onze enorme achterstand op het gebied van de artistieke belangstelling en van het bijwonen van concerten goed te maken? Indien na een gemeenschappelijk onderzoek mocht blijken, dat alleen het Ministerie van Nationale Opvoeding dit kan verhelpen door in het algemeen middelbaar en technisch onderwijs het begrip en de liefde voor de grote populaire meesters in te prenten, dan zullen we meer kans op succes hebben via een overtuigend eindartikel, dan door brieven en vragen, zelfs van parlementaire aard.
6. De Europese Gemeenschap wil de integratie bevorderen, ook op het cultureel-artistiek vlak. Maar hebben we daar al iets voor ondernomen? Ik heb daar een studie over geschreven; «De Europese muziekfestivals en de bevordering van de Europese idee». Een collega kan gelijkaardige stromingen nagaan via de grote jazz- en popfestivals. Met als weerslag in uw tijdschrift een vollediger en dus correcter eindperspectief.
7. Kunnen we geen bestendige stootgroep oprichten, die bij spoedgevallen zoals de plotselinge beslissing om televisie-reclame toe te laten, in een speciale uitgave van uw blad de basisregels samenvat, zoals we die afleiden uit de buitenlandse geplogendheden en geschikt achten voor binnenlands gebruik na de onvermijdelijke aanpassing. Natuurlijk zouden we in onze werkgroepen steeds die collega's uit de praktijk uitnodigen, die sedert lang een grondige belangstelling lieten blijken voor gebundelde wetenschappelijke en professionele kennis.

8. Normaal trachten we, door gesprekken met de politieke leiders en de wetenschappers van een land de media daar beter te begrijpen. We kunnen ook omgekeerd te werk gaan. Vorige maand heeft een universitaire groep van Gent de Zwitserse media-leiding en de mediadeskundigen aan de tand gevoeld, om de communautaire verhoudingen en problemen te doorgronden. En we hebben bijna de zekerheid dat onze politieke verantwoordelijken met hun staats hervorming heel anders waren te werk gegaan, indien ze ons voorbeeld hadden gevolgd, maar enkele jaren geleden. Persoonlijk stel ik de vraag waarom de BRT daar niet aan gedacht heeft om aldus de dossierkennis van de Vlaamse politieke leiders nuttig te vergroten en ook die van de Vlaamse mensen die hen moet harden tegen een traditioneel geworden toegeeflijkheid. Zo kan een wetenschappelijk orgaan, (of heeft mijn verbeelding mij weer te ver doen afdrijven?) een leidraad worden voor iedereen, of in ieder geval voor een vakgebied dat «communicatiewetenschap» heet de nuttige doorstroming van nuttige studies veruimen.
9. Bij ons recent bezoek aan de media in een ander drietalenland als het onze, spraken we ook uitvoerig met Prof. Ulrich Saxer in Zürich: misschien konden we de basis leggen voor een systematische uitwisseling van gegevens over elkanders communautair media-beleid en voor het gemeenschappelijk publiceren van dezelfde artikels terzake.
10. Destijds heeft Premier Martens gevraagd, of de audio-visuele media er niet kunnen toe bijdragen, dat ze de twee gemeenschappen dichter tot mekaar zouden brengen dan weg van mekaar. Een werkgroep, bestaande uit een paar geïnteresseerden van de media én van de universiteiten aan weerszijden van de taalgrens kan ruime perspectieven openen, zeker in een land waar de twee administrateurs-Generaal universiteitscollega's zijn. «Communicatie» kan dan, samen met een van de Franstalige alternatieve publikaties, de «communicator» worden van mensen die de wetenschap in dienst stellen van de mensheid.

En tot slot denk ik aan een nog heel andere opgave voor een gezaghebbend tijdschrift als het uwe. Ik had altijd de indruk dat wij Belgen een beetje meer efficiency zouden kunnen gebruiken. Wij studeren wel veel en schrijven dan daarover, met de medewerking somtijds van de communicators zelf, maar we zouden in de schoot van de redactie iemand kunnen aanwijzen, die één enkele maar boeiende opdracht krijgt: nagaan in hoeverre duidelijke wetenschappelijke en professionele resultaten en afspraken een praktisch gevolg krijgen. Eye-openers hadden we in dit land altijd te weinig.

Jan BRIERS
R.U.Gent

Aan welke voorwaarden — idealiter — een tijdschrift op communicatiewetenschappelijk gebied moet voldoen? Ik draai de vraag eerst om: aan welke voorwaarden vindt U — idealiter — dat een lezer moet voldoen? Ik wil best bekennen dat ik als een scharrelkip rondga door de overvloed aan literatuur op mijn vakgebied. Ik ben inderdaad een actieve Uses and Grati-ficationskip, die mij uit zelfbehoud verweer tegen Agendasetting redacties met het geheime wapen van mijn eigen voorkeur. Zo vindt men overal wat. Als U geïnteresseerd bent in zo'n lezer, wil ik wel verklappen welke pikorde ik ongeveer aanhoud.

Ik vlieg allereerst af op korte onderzoekverslagen, zowel uit eigen land als uit het buitenland. Communications Abstracts gebruik ik om snel kennis te maken met nieuwe boeken en artikelen. Uit alle tijdschriften pik ik trouwens eerst de boekbesprekingen. Ik mis in Nederlandse tijdschriften vaak aankondigingen van nieuw onderzoek, met korte vermelding van doelstelling en methode, wie het gaat (gaan) uitvoeren en wie het betaalt (betalen). Eindeloze tabellen met minutieuze cijfertjes sla ik in de regel over, of ze moeten heel precies in mijn belangstellingsfeer liggen. Ik zou graag willen dat een Nederlands tijdschrift op ons vakgebied meer beschouwelijke artikelen gaf over de functie van massacommunicatie in onze samenleving. Dat hoeft niet op onderzoek gebaseerd te zijn. Een mens mag ook zelf wat denken en de meeste collega's denken heus wel wat buiten de onderzoeken om die ze kennen. Waarom wordt er niet gewoon gebrainstormd in bladen? Mijn bittere ervaring op spreekbeurten en lezingen is dat je onmiddellijk wordt afgestraft als je niet met cijfers kunt aantonen wat je beweert. Onzin! Er is nog geen telmachine of computer of methode uitgevonden die mijn commonsense kan vervangen en mijn instinct. Dus: meer «open» artikelen, waarin mensen bereid zijn hun nek uit te steken en niet altijd als bibberige dametjes en heertjes achter het kamerscherm van hun cijfertjes blijven.

Vervolgens: meer nieuws uit de onderwijswereld in ons vak. We weten in het Nederlands taalgebied nauwelijks wie wat geeft, welke curricula worden gevolgd, welke scripties er liggen, in welke specialismen men geïnteresseerd is. Clubnieuws dus. Een blad als bedoeld door de redactie zou ook een vraagbaak voor werkzoekenden in ons vak moeten zijn. Een prima activiteit voor een vereniging van studenten in de (massa)communicatiewetenschappen in het Nederlands taalgebied. Waarom is die er eigenlijk nog niet? Als ik nog even door mag gaan met pikken: ik ben erg geïnteresseerd in congressen in ons vakgebied die wat voorstellen. Daarom heb ik behoefte aan «beredeneerde agenda's» van congressen, zodat ik aan kan voelen wat het voor mij kan betekenen. Tenslotte zou ik wel eens beter kennis willen maken met collega's via interviews met hen en op die manier ook inzicht krijgen in hun interesses en werk. Tot nu toe heb ik het over één blad. Dat spreekt Nederlanders niet aan, jammer. Voorlopig zal ik moeten blijven pikken uit een stuk of tien bladen. En dan nog vindt deze kip niet wat hij zoekt.

Anne VAN DER MEIDEN
Rijksuniversiteit Utrecht

Door de voorzitter van het Centrum voor Communicatiewetenschappen ben ik uitgenodigd op ongeveer één getypte bladzijde te formuleren aan welke voorwaarden, volgens mij, idealiter een communicatiewetenschappelijk tijdschrift in het Nederlands taalgebied moet voldoen.

Die vraag is gemakkelijker gesteld dan beantwoord. Aan de andere kant valt het, schrijvend d.d. 6 april 1981 bijna zeven jaar weg uit het Leuvense CeCoWe, wel iets gemakkelijker aan te geven hoe een dergelijk tijdschrift door zijn leesbaarheid, relevantie en reikwijdte van de daarin behandelde onderwerpen zou kunnen voldoen aan mijn behoeften als lezer.

Zie ik het goed, dan heeft een communicatiewetenschappelijk tijdschrift dat in Vlaanderen verschijnt naast de functie van scherp bewaakte brug naar de buitenwereld de nog belangrijker taak van forum binnen de groep van intellectueel geïnteresseerde mensen. Als zodanig behoort dat tijdschrift een kritische zeef te zijn, waarop alleen het waardevolle en authentieke blijft liggen en waar de humbug, de aanstellerij en het hobbyisme genadeloos doorheen valt.

Zonder al het andere zonder meer over boord te zetten betekent dit in concreto: Informeren in wijze zelfbeperking over het communicatiewetenschapsbedrijf hier te lande en het gericht volgen van de belangrijkste stromingen en discussies elders. Maar het zal ook «ter zake» verkennend, prospectief zijn aandacht richten op het gebeurende en in een pluriforme en open opstelling zijn oordeel uitspreken over hetgeen in de wereld van de media verschijnt, over wat op dit gebied vreemd en nieuw en vaak overrompelend is en waarvan de wetenschap geacht wordt een gefundeerde mening te hebben.

In een tijdschrift in deze stijl zouden essayistische — journalistieke zal men zeggen als men hatelijk wil zijn — redematies, zoals die door Fokke Sierksma werden en door Henk Prakke worden beoefend, in geen nummer mogen ontbreken. Nu ook binnen de communicatiewetenschap steeds meer de sociaal-wetenschappelijke jargonitis, de statistisch-tabellarische aanpak, de drang tot technocratische beheersing en het doemdenken (dat in bepaalde modieuze kringen theologische vormen aanneemt) doordringen, valt het deze vaklezer op hoezeer toch die voortreffelijk uitgewerkte prakkezes, boeiend geschreven en goed gecomponeerd, het meest indruk blijven maken.

Ten einde de bovenomschreven functie zo goed mogelijk tot uitdrukking te laten komen zou ook de vormgeving veel verder ontwikkeld moeten zijn dan bij gelijk welke ander doorsnee vakblad.

Ik hoop dat de redactie de gereedschappen vindt om een dergelijk tijdschrift te maken en er de competente medewerkers voor weet te zoeken, bijeen te houden, te leiden en te inspireren.

Herman VAN PELT
Universitaire Instelling
Antwerpen

*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!**

unesco - conferentie over nieuwe informatie-orde: veel geblaat maar weinig wol

jan servaes

In tegenstelling tot vorige uitgaven is de op 28 oktober 1980 te Belgrado afgesloten eenentwintigste Algemene Vergadering van de VN-organisatie voor Onderwijs, Wetenschap en Cultuur (UNESCO) vrij rimpelloos verlopen. Na vijf weken diplomatiek touwtrekken is het debat over het opzetten van een nieuwe internationale communicatie-orde op een levensgroot compromis geëindigd. Dat alles bij het oude blijft, is waarschijnlijk iets te veel gezegd. Toch valt af te wachten of en wanneer de mooi geformuleerde voornemens ook waar zullen gemaakt worden. Officiële verklaringen, zoals die binnen de UNESCO worden aangenomen, hebben immers geen bindende waarde voor de 152 aangesloten landen.

Van imperialisme tot neo-kolonialisme

Kern van de kritiek van de Derde Wereld op de bestaande internationale communicatie-orde is dat het Westen in de internationale informatiestroom, onder andere via de grote wereldnieuwsagentschappen, een geweldig overwicht heeft. Dit overwicht blijkt niet alleen uit hun technische middelen; de westerse media geven tevens een vertekend beeld van de werkelijkheid in de ontwikkelingslanden. Zo stelt de Derde Wereld (1).

Om deze discussie in haar (historisch) kader te kunnen plaatsen, moeten we een hele stap terug zetten in de tijd, nl. tot in de negentiende eeuw. In de *koloniale periode* speelde, naast het plunderen van economisch winstgevend gewes-

ten, vooral de politiek-militaire overheersing een belangrijke rol. Daarom ook legden de imperiale grootmachten en hun holdings in de kolonies snel communicatiekanalen aan. Naarmate de koloniale heerser zijn economische en politieke invloedssfeer uitbreidde, vergrootte ook het persagentschap zijn afzetgebied. Dit historisch gegroeide machtsoverwicht van de geïndustrialiseerde landen bracht met zich dat de nieuwsvoorziening, niet alleen van Noord naar Zuid en vice versa, maar ook tussen de ontwikkelingslanden onderling, vrijwel geheel in handen van westerse transnationale nieuwsagentschappen kwam. Deze informatiemastodonten bepalen vanuit hun (westerse) visie wat nieuws is, welk nieuws wordt doorgegeven, enz.

Na de tweede wereldoorlog hebben nationale bevrijdingsbewegingen in Afrika en Azië, later ook in Latijns-Amerika, het politiek aanschijn van de wereld grondig gewijzigd. De oude structuren van economische en culturele afhankelijkheid bleven daarentegen nagenoeg intact. Door middel van leningen, 'ontwikkelingshulp' en buitenlandse investeringen kreeg de vroegere koloniale uitbuiting een neo-koloniale variant. Deze economische afhankelijkheid werd na 1950 bovendien versterkt en gelegitimeerd met cultureel-ideologische middelen. Het zgn. *cultureel imperialisme* is weliswaar geen historisch nieuw verschijnsel, maar met de technische ontwikkeling van de communicatiemedië trad wel een schaalvergroting op. Zoals Julius Caesar het immense Romeinse rijk slechts onder

controle kon houden dankzij (relatief) vlugge troepenbewegingen langs de heirbanen, vormen de transatlantische telexlijnen, radiofrequenties en satellietverbindingen de levensaders voor het huidige wereldsysteem.

Van een 'vrije' naar een 'vrije én evenwichtige' informatiestroom

Voor de Verenigde Staten traden economisch en politiek versterkt uit de tweede wereldoorlog. Zij slaagden er niet alleen in om met hun produkten de koloniale en Europese markten open te breken, tevens slaagden zij erin hun politiek-ideologische visie op het wereldforum door te drukken.

Op communicatievlak vertaalde dit streven zich in het principe van de 'vrije informatiestroom' (*free flow of information*). Deze doctrine werd in Verenigde Naties en UNESCO geïntroduceerd en in 1948 als fundamenteel recht (artikel 19) in de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens opgenomen. Het zou tot in de zestiger jaren duren vooraleer het principe van de vrije informatiestroom aan kritiek kwam bloot te staan. Vooral vanuit de Derde Wereld begon men stilaan aan te dringen op een 'vrije' maar tevens 'evenwichtige' informatiestroom.

Deze evolutie in denken en discussiëren over internationale communicatieproblemen kan schematisch in drie periodes samengevat worden (2).

In een eerste periode, de vijftiger en begin zestiger jaren, werd het ontwik-

kelingsprobleem gezien in termen van een *technologische achterstand* van de Derde op de Eerste Wereld. Het volstond de ontwikkelingslanden te industrialiseren, hun technische middelen ter beschikking te stellen, om de 'kloof' in een mum van tijd te overbruggen (3). Het enige direct zichtbare effect van deze visie was de creatie van een op het westers consumptiepatroon geïntereerde elite, die eerder gewonnen was voor het uitbuiten dan wel het 'ontwikkelen' van de eigen (plattelands)bevolking. Internationaal gezien kwam deze interne uitbuiting door een nationale elite enkel de belangen van buitenlandse regeringen en transnationale ondernemingen ten goede.

Nationale cultuur en traditie werden op grove wijze met de voeten getreden.

In de tweede periode poogde men de fouten uit de eerste periode ongedaan te maken. In plaats van een elite, kreeg men nu een *basisreflex*. Op communicatievlak werd geopteerd om de gecentraliseerde, van-boven-af geleide informatienetten om te vormen tot kleinschalige, democratisch opgezette entiteiten. De decision making diende bij de plaatselijke 'basis' gelegd (4). Maar ook nu kon de grondtegenstelling van de ongelijke ontwikkeling niet uitgewist; de kloof tussen de op politiek, economisch en cultureel vlak van het Westen afhankelijke middenklasse en de brede massa werd er alleen maar groter door. Een heersende elite die uit vrije wil en met voorbedachten rade haar eigen doodvonnis tekent? Dat zou een historisch feit zonder weerga geweest zijn.

Na het failliet van deze eerder op self-reliance afgestemde optie, is men de laatste jaren de problematiek opnieuw gaan verruimen.

De ondergeschiktheid van de ontwikkelingslanden aan een *globaal wereldwijd marktsysteem* wordt momenteel als fundamenteel obstakel beschouwd om te komen tot een minder afhankelijke ontwikkeling. Het vraagstuk van de internationale onevenwichtige nieuwsvoorziening, het gebrek aan creativiteit, het negatief effect van geïmporteerde TV-programma's op traditionale volksculturen e.d. zijn slechts aspecten van de heersende mondiale economische en communicatie-orde (5). Het emancipatiestreven van de Derde Wereld op informatievlak vormt dus slechts een onderdeel van het stre-

ven naar een Nieuwe Internationale Economische Orde.

De nieuwe internationale informatie-orde

De Derde Wereld is slechts geleidelijk tot dit bewustzijn gekomen (6). Op de zestiende algemene UNESCO-vergadering te Parijs in 1970 stelden delegaties van verschillende ontwikkelingslanden, aangevoerd door India, het probleem van de onevenwichtige informatiestroom voor de eerste maal klaar en duidelijk aan de orde. Zij meenden dat een internationale uitwisseling van informatie in twee richtingen dient te geschieden, en hamerden op het vrijwaren van de culturele identiteit. Op de zeventiende algemene UNESCO-conferentie in 1972 werden deze eisen nogmaals herhaald. De Sovjet-Unie trad het Derde Wereld-standpunt bij. Een nieuw lichtpunt vormde de Topconferentie van Niet-Gebonden Landen in 1973 te Algiers: "De ontwikkelingslanden moeten gezamenlijk acties ondernemen om de bestaande informatiesystemen, die een koloniale erfenis zijn, te reorganiseren". Terzeldertijd werd de oprichting van een 'nieuwspool' van Derde Wereld-persagentschappen aanbevolen. Deze oproep kreeg in januari 1975 concreet gestalte toen het Joegoslavisch nieuwsagentschap Tanjung de coördinatie van deze nieuwspool op zich nam. Be-doeling was om "de verbetering en uitbreiding van informatie-uitwisseling tussen de Niet-Gebonden Landen en het verspreiden van correcte informatie over politieke, economische en culturele ontwikkelingen in de Niet-Gebonden Landen" te bevorderen. Om de westerse nieuwsagentschappen niet voor het hoofd te stoten werd daar dadelijk aan toegevoegd dat de nieuwspool niet opgezet was ter vervanging of zelfs maar als concurrent van de bestaande nieuwsagentschappen. Het initiatief werd gesteund door de Topconferentie van Niet-Gebonden Landen in Colombo in augustus 1976, waar men volgende resolutie aannam: "Een nieuwe internationale orde op het terrein van informatie is even essentieel als een nieuwe economische orde". Als klap op de vuurpijl werden deze beginselverklaringen herhaald op de negentiende Algemene Vergadering van de UNESCO, die in 1976 te Nairobi door-ging. Meteen stond het 'vrije' Westen op

zijn achterste poten. Het Westen meende dat een poging was ondernomen om de vrije nieuwsstroom onder overheidscontrole te krijgen en de internationale nieuwsagentschappen uit te schakelen.

Meer bepaald artikel 12 - "De staten zijn verantwoordelijk voor alle activiteiten in de internationale sfeer die onder hun rechtspraak vallen" - stond aan zware kritiek bloot. Men kwam niet tot overeenstemming en besloot het ontwerp opnieuw naar een voorbereidingscommissie te sturen. Deze commissie kreeg als opdracht een nieuw ontwerp klaar te stomen tegen de twintigste UNESCO-conferentie van oktober 1978 te Parijs. Toch betekende de conferentie van Nairobi een mijlpaal in de internationale communicatiediscussie. Sindsdien werd het principe van een vrije én evenwichtige informatiestroom - althans in theorie - algemeen aanvaard, en begonnen de begrippen Nieuwe Internationale Economische Orde en Nieuwe Internationale Informatie-Orde gemeengoed te worden. De geest van Nairobi bleef in verschillende studies en conferenties doorwerken. Eén van de resoluties van de negentiende UNESCO-conferentie leidde tot de oprichting van een adviesgroep van internationale mediaspecialisten. Deze zestienkoppige groep, voorgezeten door de Ierse Nobel- en Leninprijswinnaar Sean Mac Bride, bracht voor het eerst verslag uit op de twintigste UNESCO-vergadering van 1978. Alhoewel hun werkdocument het midden hield tussen de landen van de Derde Wereld, die vinden dat ze slecht aan hun trekken komen in de internationale nieuwsverspreiding en op dat gebied in feite gekoloniseerd zijn, en de westerse industrielanden, die schermen met het principe van de persvrijheid, stootte het rapport op groot verzet van het Westen. Men wilde van geen overheidscontrole op de media weten, en beschouwde de vrijheid van informatie als heilig en onaantastbaar. Enkele door de ontwikkelings- en socialistische landen verdedigde stellingen werden slechts verminkt in de eindresoluties opgenomen. Daarin stond de vrijheid van meningsuiting nogmaals centraal. Er werd voorzichtig aan toegevoegd dat bepaalde beperkingen nodig kunnen zijn, "maar deze moeten binnen de wettelijke voorschriften blijven". Wat deze 'wettelijke voorschriften' precies inhouden, zou op de volgende UNESCO-conferentie moeten uitgemaakt worden. Ook het

(ADVERTENTIE)

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

PRIS: 12 FR. B11-25 09.11 VRIJDAG

Super dinsdag 23,30 fr.
Ook stookolie fors omhoog

«Geen nieuw statuut Voer»

Martens verwerpt franstalige eis en Gramme verdedigt zijn beleid



De Vlaamse regering heeft de Franstalige eis van de Franstalige Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd. De Vlaamse regering heeft de Franstalige eis van de Franstalige Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd. De Vlaamse regering heeft de Franstalige eis van de Franstalige Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd.

De Vlaamse regering heeft de Franstalige eis van de Franstalige Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd. De Vlaamse regering heeft de Franstalige eis van de Franstalige Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd. De Vlaamse regering heeft de Franstalige eis van de Franstalige Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd.

De Vlaamse regering heeft de Franstalige eis van de Franstalige Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd. De Vlaamse regering heeft de Franstalige eis van de Franstalige Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd. De Vlaamse regering heeft de Franstalige eis van de Franstalige Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd.

PEER : BANK OVERVALLEN

Bankiers met

Vlaamse scholieren te Brussel bedreigd

Epidemie van bom-meldingen

COMMUNICATIE 11 (1981) Nr. 1

eindrapport van de MacBride-commissie diende tegen dan klaar te zijn.

Belgrado 1980

De eenentwintigste UNESCO-conferentie kondigde zich dus veelbelovend aan. Als uitgangspunt voor discussie fungeerde het inmiddels klaargekomen *eindrapport van de MacBride-commissie* (7).

"In het rapport vind je telkens twee elementen terug. Enerzijds de achterstand van de Derde Wereld op het terrein van de communicatie, en anderzijds de westerse persvrijheid zoals wij die wensen te garanderen", vatte de Nederlandse Minister van der Klaauw van Buitenlandse Zaken het document trefvend samen.

Tijdens het debat over het rapport had dan ook vrijwel elke spreker lof voor bepaalde aspecten, en scherpe kritiek op andere suggesties. De *Oost-Europese landen* vonden dat het rapport "onvoldoende aandacht schenkt aan de verwezenlijking van de socialistische landen op het gebied van de media-ontwikkeling". De *Afrikaanse landen* vonden dat te weinig klemtoon was gelegd op de noodzaak van betere verbindingen en pleitten voor de spoedige oprichting van een panafrikaans persagentschap. De *Derde Wereld-landen* in het algemeen vonden dat het rapport onvoldoende aan hun verzoeken tegemoet kwam en dat "de weg naar de vestiging van een nieuwe informatie-orde" hiermee nog niet ingeslagen is. De Tunesische UNESCO-ambassadeur Masmoedi, die in het debat een prominente plaats innam namens de ontwikkelingslanden, benadrukte de noodzaak van ethische regels voor de pers. "Journalisten behoren geen middelmatige figuren te zijn. Evenmin mogen ze, zoals nu vaak gebeurt, vooringenomen te werk gaan of het conflict te zoeken als ze het over de Derde Wereld hebben. Ze moeten vrij zijn, maar zich tegelijk verantwoordelijk gedragen. Ze moeten luisteren naar het publiek, eventueel naar hun eigenaars, maar met name ook naar de overheid, die bij hun werk een belangrijke rol speelt". Hij verwachtte dat de media dan minder dan nu het geval is ten voordele van het racisme zullen schrijven, en bijvoorbeeld ook niet meer dat alleen OPEC schuldig zou zijn aan alle economische problemen in de wereld. Volgens Masmoedi berichten de westerse media bovendien alleen over zaken die

het Westen interesseren. Hij nam de UNESCO-conferentie als voorbeeld. De media hielden zich vooral bezig met de communicatiediscussie, en de kwesties Jeruzalem en Afghanistan. Niet met de problematiek van arme landen: cultuurbeleid, tekort aan boeken, positie van kunstenaars, de rol van de sociale wetenschappen, beter onderwijs, en behoud van de eigen culturele erfenis. In het kader van dat laatste onderwerp werd een resolutie ingediend die de Israëlische annexatie van Oost-Jeruzalem veroordeelde. Deze resolutie werd met stemonthouding van de westerse landen aangenomen.

De *Amerikaanse afgevaardigden*, daarentegen, verwierpen de idee van de MacBride-commissie dat de UNESCO of om het even welke internationale organisatie een model voor de ontwikkeling van de media moet of kan opstellen. De voorzitter van de Amerikaanse delegatie, Robin Chandler Duke, kantte zich uitdrukkelijk tegen de passages over de privé-onderneming, de transnationals en het reclamewezen, en de daarmee samenhangende ethische code voor journalisten en internationale advertentiecode. Ook andere westerse landen onderstreepten dat de uit 1945 daterende statuten van de UNESCO de persvrijheid uitdrukkelijk vermelden.

Aan het slot van het openbare gedeelte van de conferentie kon UNESCO-voorzitter *Amadou Mahtar M'Bow* geen overeenstemming vaststellen tussen de drie ideologische 'blokken'. Hij verzocht de groep van 77 ontwikkelingslanden, de westerse landen en de socialistische landen hun drie ontwerp-resoluties in te trekken. In plaats daarvan stelde hij voor dat een speciale commissie in besloten vergadering een compromis tussen de uiteenlopende standpunten zou uitwerken.

Na dagenlange onderhandelingen achter de schermen heeft men toch kunnen vermijden dat de rol van de media zou leiden tot hevige debatten over de mogelijke invloed van de overheid in de communicatie en de bedreiging die daarvan eventueel uitgaat voor de persvrijheid. Er zijn wel schermutselingen geweest. Maar gaandeweg werd duidelijk dat vooral het Westen er op uit was de discussie van haar ideologische lading te ontdoen en tot meer *praktische maatregelen en voorstellen* te komen.

Op voorstel van Venezuela besloot de vergadering in meerderheid door UNESCO een *studie* te laten uitvoeren naar de inhoud van een nieuwe *communicatie-orde*, en te zoeken naar alternatieven voor het huidige overwicht van de westerse media. Van de westerse landen stemden de VSA en Engeland tegen dit voorstel, de Scandinavische landen voor, en Nederland, België, Frankrijk en Duitsland onthielden zich.

Verder werd overeenstemming bereikt over de opzet van een *programma en fonds voor de opleiding van communicatietechnici*. De VSA, Zweden en Zwitserland hielden ook op dit punt hun twijfels, maar gingen toch akkoord. Het fonds zal gefinancierd worden door particuliere instellingen en beroepsgroepen ten einde zijn onafhankelijkheid ten aanzien van nationale regeringen te garanderen.

Het noodzakelijke bedrag werd op 1,5 miljoen dollar geschat. De VSA verklaarde uitdrukkelijk geen financiële bijdrage te kunnen toezeggen. Andere landen lieten dat in het midden.

Een intergouvernementele raad, bestaande uit vertegenwoordigers van 35 landen, zal belast worden met het toezicht op de organisatie. Van deze raad zullen onder meer de VSA en 6 andere westerse landen deel uitmaken. Besluiten moeten eenparig getroffen worden.

De Sovjet-Unie stelde voor de verklaring over de rol van de media bij de versterking van de vrede, de mensenrechten en de strijd tegen racisme en apartheid, die de UNESCO twee jaar geleden aannam, inzet te maken van een *aparte conferentie* in 1983. Het Westen voelde daar niets voor en stemde tegen. Het voorstel werd door de meerderheid aanvaard, maar de vraag is of deze conferentie kan gefinancierd worden zonder westerse steun.

Waarover werd men het dan wel unaniem eens? Dat lezen we in de *eindresolutie*. Hierin wordt gesteld dat de Nieuwe Internationale Informatie-Orde onder meer kan gebaseerd zijn op:

- 1- het wegnemen van onevenwichtigheid en ongelijkheid die de huidige situatie kenmerkt;
- 2- het wegnemen van de negatieve effecten van bepaalde monopolies, openbare of particuliere, en te grote concentraties;

- 3- het wegnemen van interne en externe hindernissen voor een vrije stroom, en bredere en beter verdeelde verspreiding, van informatie en ideeën;
- 4- verscheidenheid van informatiebronnen en -kanalen;
- 5- vrijheid van pers en informatie;
- 6- de vrijheid van journalisten en allen die in de communicatiemediawerkszaam zijn, een vrijheid die niet te scheiden valt van verantwoordelijkheid;
- 7- het vermogen van ontwikkelingslanden om te komen tot verbetering van hun eigen situatie, met name door hen te voorzien van hun eigen uitrusting, door hun personeel te trainen, door hun infrastructuur te verbeteren en door hun informatie- en communicatiemiddelen in overeenstemming te brengen met hun behoeften en verlangens;
- 8- de oprechte wil van de ontwikkelde landen om hen te helpen bij het bereiken van deze doeleinden;
- 9- de eerbiediging van de culturele identiteit van elk volk en van het recht van elke natie om het publiek in de wereld over haar eigen belangen, aspiraties en sociale en culturele waarden te informeren;
- 10- eerbiediging van het recht van alle volkeren om deel te nemen aan internationale uitwisseling van informatie op basis van gelijkheid, rechtvaardigheid en wederzijds voordeel;
- 11- eerbiediging van het recht van het publiek, van etnische en sociale groepen en van individuen om toegang te hebben tot informatiebronnen en actief deel te nemen aan het communicatieproces.

Een mooier, nietszeggender *compromis* had waarschijnlijk niemand durven dromen. Alle hete hangijzers zijn uit de weg gegaan. Daarover zijn zelfs de meeste westerse waarnemers het eens (8).

Of, zoals het Nederlandse NRC-Handelsblad het verwoordde: "De aangenomen resolutie is niet veel meer geworden dan het kleinste gemene veelvoud van de verlangens op het gebied van de communicatie die er bij de drie rivalen op deze conferentie - de Derde Wereld, Oost en West - leefde: elk van deze groepen kan er dat in lezen waarvan zij de meeste waarde hecht" (9).

Voorlopige eindbalans

Het is niet helemaal helder waardoor de vrij algemene bereidheid tot het huidig compromis te verklaren is. Volgens de Nederlandse Volkskrant heeft "het Westen betrekkelijk strak vastgehouden aan de beginselen van de persvrijheid en onbelemmerde informatiestroom. In conferentiekringen wordt aangenomen dat de ontwikkelingslanden toch ook niet ontevreden zijn omdat de discussie kan worden voortgezet en omdat UNESCO een belangrijke rol daarbij houdt" (10).

O.i. dringen er zich enkele meer *algemene conclusies* op.

Vooreerst wordt de fundamentele tegenstelling in visie tussen de ontwikkelingslanden en het Westen alsmaar duidelijker. Daar waar de Derde Wereld steeds hamert op het principe van de *vrije én evenwichtige informatiestroom*, wenst het Westen zijn *informatievrijheid* niet los te laten. Hiermee wordt nog maar eens aangetoond hoe taai en diep de liberale informatiebeginselen in het Westen geworteld zitten, en hoe ver de macht van de transnationale communicatieconcerns reikt.

Terzelfdertijd blijkt het Westen er in geslaagd het principe van de Nieuwe Internationale Informatie Orde inhoudelijk uit te hollen. Na een tijdje dwarsliggen lijken de transnationale ondernemingen er nu mee in hun nopjes. Er tekent zich namelijk een tendens af om arbeidsintensieve traditionele sectoren (textiel, auto-assemblage e.d.) naar ontwikkelingslanden over te brengen. De industrielanden behouden evenwel de dominantie over nieuwe, hoogtechnologische spitseconomieën. Alzo zullen de ontwikkelingslanden even afhankelijk blijven als vroeger: leverden ze eerst grondstoffen aan de centrumlanden, nu worden de hen toegeworpen traditionele sectoren beheerst door de informatiereuzen van het Westen. Het Westen poogt m.a.w. de discussie over de Nieuwe Internationale Informatie-Orde tot problemen van *technologische know-how* te beperken. Binnen de huidige internationale, economische, politieke en culturele verhoudingen kan dergelijke vorm van technische 'hulp' er slechts toe bijdragen de afhankelijkheid van de Derde Wereld nog groter te maken.

Deze voor de Derde Wereld eerder negatief te noemen evolutie gebeurt met instemming van sommige Derde Wereld-landen zelf. De Derde Wereld vormt immers geen hecht aaneengesloten blok. In veel ontwikkelingslanden is de vroegere controle door buitenlandse imperialisten vervangen door een *interne kolonisatie* van nationale elites, die als tussenpersonen de belangen van buitenlandse regeringen en transnationals behartigen. Het eens hechte front van Niet-Gebonden Landen is de laatste jaren diverse keren zwaar op de proef gesteld. De belangen van ontwikkelingslanden die een kapitalistische weg, dan wel een socialistische ontwikkeling nastreven, vallen nog moeilijk te verzoenen.

Tenslotte moet ook het in het Westen dik in de verf gezette bondgenootschap tussen Socialistische en Derde Wereld sterk gerelativeerd worden. Sommige westerse kringen gaan zelfs zover te beweren dat de Derde Wereld-eisen door de *Sovjet-Unie* geïnspireerd dan wel opgesteld zouden zijn. Elk kritisch waarnemer constateert daarentegen dat ook de Sovjet-Unie niet meer al te gelukkig is met de door de progressieve ontwikkelingslanden ingenomen standpunten. Wanneer deze hun soevereiniteit namelijk ernstig nemen, is dat niet altijd in overeenstemming met het buitenlands beleid van de Sovjet-Unie. Bovendien is het gecentraliseerde sovjet-informatiemodel niet de aangegeven oplossing voor ontwikkelingslanden die een politieke bewustwording en participatie van de sociale basisgroepen aan het maatschappelijk emancipatieproces op het oog hebben.

We hebben het reeds vaker gesteld: de realisatie van een Nieuwe Internationale Economische Orde en Nieuwe Internationale Informatie-Orde is nog niet voor morgen.

Noten

(1) Voor een situering van de problematiek, zie bvb. Jan SERVAES, "De westerse wereldnieuwsagentschappen en de Derde Wereld", in *Tijdschrift voor Diplomatie*, jg. 6, nr. 3, november 1979; of X, "Medien und Dritte Welt" (themanummer), in *Rundfunk und Fernsehen*, jg. 28, nr. 1, 1980.

2) Zie ook Kaarle NORDENSTRENG and Herbert SCHILLER (eds.), *National Sovereignty and international communication*, Ablex Publishing Corporation, Norwood, 1979; Wilbur SCHRAMM and Daniel LERNER (eds.), *Communication and change. The last ten years - and the next*, East-West Center, Honolulu, 1976; en Jeremy TUNSTALL, *The media are American*, Colombia University Press, London, 1977.

(3) Het werk dat toendertijd veel invloed uitoefende op het ontwikkelingsdenken, was Walt ROSTOW's, *The stages of economic growth. A non-communist manifesto* (Ned. vertaling: Spectrum, Utrecht, 1963). Op communicatievlak kunnen genoemd: Daniel LERNER, *The passing of traditional society*, Free Press, New York, 1962, Lucian W. PYE, *Communication and political development*, Princeton, 1963; en natuurlijk de 'UNESCO-bijbel' van Wilbur SCHRAMM, *Mass media and national development. The role of information in the developing countries*, UNESCO, Paris, 1964.

(4) Zie o.a. Herbert FISCHER and John MERRILL (eds.), *International and intercultural communication*, Hastings, New York, 1966; Everett ROGERS (ed.), *Communication and development: critical perspectives*, Sage, London, 1976; en Everett ROGERS, *Modernization among peasants. The impact of communication*, Holt, Rinehart & Winston, New York, 1969.

(5) Hierover bestaat een ruim literatuuraanbod. We doen er slechts een oriënterende greep uit: George GERBNER (ed.), *Mass media policies in changing cultures*, Wiley & Sons, New York, 1977; Cees HAMELINK, *Derde Wereld en culturele emancipatie*, Wereldvenster, Baarn, 1978; D.R. MANKEKAR, *One way free flow. Neo-Colonialism via news media*, Clarion Books, New Delhi, 1978; Armand MATTELART, *Multinationales et systèmes de communication*, Anthropos, Paris, 1976; Fernando REYES MATTA (ed.), *La informacion en el nuevo orden internacional*, ILET, Mexico, 1977; en Herbert SCHILLER, *Communication and cultural domination*, International Arts and Sciences Press, New York, 1976.

(6) Hier worden slechts de belangrijkste evenementen op de internationale scène aangehaald. Voor een uitgebreider overzicht, zie Jan SERVAES, "Het recht van spreken ... en van gehoord te worden. Naar een Nieuwe Internationale Informatie Orde", in *Kultuurleven*, jg. 47, nr. 6, juli-augustus 1980.

(7) Sean MAC BRIDE (ed.), *Many voices, one world. Communication and society. Today and tomorrow*, UNESCO, Paris, 1980.

(8) Zie bvb. de hoofd artikels in *The International Herald Tribune*, *Le Monde*, *Neue Zürcher Zeitung*, *New York Times*, *Uno Más Uno*, en *The Times*.

(9) F. SCHALING, "Met tegenzin akkoord pers", in *NRC-Handelsblad*, 27 oktober 1980, p. 4.

(10) Harry LOCKEFEER, "Derde Wereld krijgt fonds voor de media", in *Volkskrant*, 23 oktober 1980, p. 5.

° Dit artikel is eveneens in het *Tijdschrift voor Diplomatie*, jg. 7, nr. 3, november 1980, pp. 175-180, verschenen.

INTERESSANTE BOEKEN

RXe toekomst van het euro-communisme. door F. CLAUDIN 390 fr.

Algemene communicatietheorie. door G. FAUCONNIER

Dit boek inventariseert de theorieën over communicatie die vanuit verschillende gezichtshoeken zijn ontwikkeld 540 fr.

Professional broadcasting. door J.R. BITTNER

A brief introduction 716 fr

Introduction to mass communications research. door NAFZIGER 676 fr

This volume is confined to a more specific area of method and research than was treated in the earlier book.

The work of the television journalist.

door R. TYRRELL 919 fr

MODERN ANTIQUARIAAT

The illustrated encyclopedia of the world's great movie stars and their films.

door K. WLASCHIN 295 fr

From 1900 to the present day.

The movie makers 395 fr

The lives & films of more than 2.500 stars.



STANDAARD BOEKHANDEL

Naamsestraat 57, 3000 Leuven

de nieuwe internationale informatie-orde na MacBride

cees j. hamelink

De jaren 70

In het begin van de jaren 70 ontstaat in veel Derde Wereldlanden het inzicht dat de ongelijke Noord-Zuid verhouding een belangrijke culturele dimensie heeft.

Al gedurende de jaren 60 heeft men vastgesteld dat het verwerven van formele politieke soevereiniteit nog niet leidde tot een groter mate van onafhankelijke ontwikkeling. Daarbij komt nu het besef dat een omvangrijk proces van *culturele gelijkschakeling* Derde Wereldlanden integreert in een stelsel van internationale betrekkingen dat hun afhankelijkheid continueert. Gericht op de behoeften en prioriteiten van de sterkste deelnemers, komt dit stelsel zelfs niet tegemoet aan de meest fundamentele noden van het Zuiden zoals voedsel, onderdak, medische verzorging en onderwijs.

Culturele gelijkschakeling heeft gevolgen voor de wijze waarop mensen in Derde Wereldlanden zich voeden en kleden, voor de geneesmiddelen die ze innemen, voor het onderwijs dat ze volgen, voor het soort amusement waarmee ze zich vermaken, voor de luxe-goederen die ze aanschaffen en voor de manier waarop ze over de wereld worden geïnformeerd.

Soms is dit op dramatische wijze zichtbaar zoals in het geval van de Nestlé-affaire met de babyvoeding.

Door het imiteren van levensstijlen en consumptiepatronen uit het ontwikkelde, geïndustrialiseerde Noorden, ontstaat de behoefte aan goederen en diensten die volstrekt inadekwaat zijn voor het ontwikkelingsproces in het Zuiden. Dit creëert op veel subtielere wijze een afhankelijkheid dan via militaire of economische maatregelen. De geïmporteerde cultuur suggereert aanzienlijke verbeteringen van zowel status als levenssituatie en vaart onder de neutrale vlag van de vrije uitwisseling van denkbeelden tussen de volkeren.

Politici en wetenschappers uit Derde Wereldlanden hebben ontdekt dat de culturele gelijkschakeling een ernstige bedreiging vormt voor hun culturele autonomie en daarmee voor hun onafhankelijke ontwikkeling als zodanig.

Men brengt dit op diverse manieren tot uitdrukking.

Er worden reeksen conferenties gehouden, er verschijnen talloze publikaties, men neemt nationale en regionale initiatieven en sinds 1976 wordt het verzet tegen culturele gelijkschakeling gebundeld in het pleidooi voor een Nieuwe Internationale Informatie Orde: de Culturele Component van een N.I.E.O.

Als belangrijkste dragers van het proces van culturele gelijkschakeling worden de internationale informatiemedia aangewezen: de kleine groep van nieuwsagentschappen, TV- en filmproductie-maatschappijen, reclamebureaus en uitgeverijen, die als «informatie-industrieel complex» het merendeel van de internationale productie en distributie van informatiegoederen en -diensten beheerst.

Evenals het streven naar een nieuwe economische orde bevat het pleidooi voor een nieuwe-informatie-orde als grondbeginselen *soevereiniteit* en *ontwikkeling op eigen kracht* (self-reliance). Dit geeft aanleiding tot felle debatten. Ook in Nederland is dit in 1977 het geval tijdens een door minister Pronk gesubsidieerde en door het Latijns-Amerikaanse onderzoeksinstituut ILET georganiseerde conferentie over deelname van de Derde Wereld aan de internationale communicatie.

De emoties laaien hoog op wanneer men poogt het principe van de nationale soevereiniteit enerzijds en het beginsel van de vrijheid van informatie anderzijds te verenigen.

Het belangrijkste platform voor dit debat biedt de UNESCO. De algemene Vergaderingen van deze organisatie bieden de voorstanders van een nieuwe informatie-orde de gelegenheid hun standpunt uiteen te zetten. Tevens krijgen hun tegenstanders de kans er op te wijzen dat dit standpunt gevoed wordt door dictatoriale regimes en een ernstige bedreiging voor de informatievrijheid betekent.

Een belangrijk moment in UNESCO's bemoeienis met de informatieproblemen is de installatie van een onafhankelijke studiec ommissie onder voorzitterschap van de Ierse diplomaat Sean MacBride. Deze commissie wordt

in december 1977 aan het werk gezet met de opdracht «de totaliteit van communicatieproblemen in de moderne samenleving» te bestuderen. In februari 1980 meent de commissie aan dit onmogelijke mandaat voldaan te hebben en dient een rapport in, dat inmiddels onder de titel «Many Voices, One World» in een commerciële uitgave is verschenen.

Dit rapport en de daarin gedane aanbevelingen worden in grote lijnen aangevaard tijdens de 21ste Algemene Vergadering van de UNESCO te Belgrado in oktober 1980. Daarmee is een eerste discussieronde afgesloten, kan de balans worden opgemaakt en kan men vooruit kijken naar wat nu te doen staat.

Balans

Het is stellig in belangrijke mate te danken aan de UNESCO en aan de MacBridecommissie dat de informatieproblematiek nu als een legitiem en essentieel onderwerp op de agenda van het internationale politieke debat staat. Het MacBride-rapport documenteert de bestaande ongelijkheden in de internationale informatieverhoudingen, bespreekt de nadelige effecten daarvan en wijst op de noodzaak van nationale en internationale maatregelen tot verandering.

De stand van zaken is nu dat de emotionele toon heeft plaatsgemaakt voor een zakelijker benadering waarin de problemen als werkelijk worden erkend, dat men de noodzaak van het zoeken naar een oplossing accepteert en dat er bereidwilligheid tot een bijdrage daaraan wordt getoond.

De genoemde Algemene Vergadering van de UNESCO in Belgrado heeft besloten tot het uitwerken van specifieke en praktische voorstellen die tot een nieuwe internationale informatie-orde moeten leiden. De Vergadering heeft ook vastgesteld dat deze nieuwe informatie-orde gebaseerd zou moeten zijn op o.a. het verwijderen van de huidige ongelijkheden, het opruimen van hindernissen die de vrije informatiestroom in de weg staan, en het respect voor het recht van alle volkeren deel te nemen

aan de internationale uitwisseling van informatie op basis van gelijkheid.

Hiermee is ongetwijfeld enige politieke winst geboekt. We moeten echter realistisch stellen dat het niet veel meer dan dat is.

Aan de werkelijke problemen is intussen niets veranderd.

Internationale informatieverhoudingen evenals de Noord-Zuid verhouding in haar geheel — vertonen een ongelijkheid die zeker niet minder is dan tien jaar geleden.

De jaren 80

Een belangrijke vraag voor de komende jaren is: welke concrete inhoud zal men geven aan het politieke inzicht dat informatie-ongelijkheden moeten worden opgelost? De bereidwilligheid in het Noorden lijkt zich te concentreren op de overdracht van financiën, technologie, equipment en professionele kennis naar het Zuiden.

De oorzaak van de problemen wordt vooral gezien in de achterstand die met een vergrote overdracht van hulpmiddelen kan worden ingelopen.

Het is echter de vraag of dat inlopen inderdaad wel mogelijk is en of de «inhaalstrategie» in het licht van de bijzonder snelle technologische ontwikkelingen niet totaal illusoir en misleidend is. En zelfs als het al zou kunnen (als men, zoals de Brazilianen het uitdrukken, bij «de club van interdependente landen» kan gaan behoren) moet men zich afvragen of het eigenlijk wel wenselijk is. Want juist die overdracht van hulpmiddelen kan — gezien de bestaande internationale betrekkingen — Derde Wereldlanden op korte termijn weliswaar enkele voordelen bieden, maar op de lange duur worden zij nog afhankelijker.

In menig Derde Wereldland heeft de introductie van moderne telecommunicatie-apparatuur (telefoon, telex, satelliet) enkele voordelen opgeleverd, zoals de verbetering van overheidsbestuur en van lokaal management. Over een langere termijn heeft het echter geleid tot een verslechtering van de betalingsbalans (door de hoge prijzen van geïmporteerde apparatuur) en tot afhankelijkheid van buitenlandse financiers en elektronikafabrikanten.

Het is zeer wel mogelijk dat de belangrijkste profiteurs van een grotere overdracht van hulpmiddelen voornamelijk transnationale industriële en financiële ondernemingen zullen zijn. Wellicht zijn

deze ondernemingen de werkelijke managers van een nieuwe informatieorde — een mogelijkheid waaraan de MacBride-commissie volstrekt is voorbijgegaan. Een belangrijke rol daarbij speelt de geavanceerde informatietechnologie: de «telematiek», de snel naar elkaar toe groeiende telecommunicatie en — computertechnologieën. Hiermee worden internationale computernetwerken gerealiseerd die met hoge snelheid, grote betrouwbaarheid en geringe mogelijkheid tot controle, omvangrijke hoeveelheden informatie in de vorm van elektronische signalen kunnen transporteren en verwerken. Ontwerp en uitvoering van deze technologie zijn geheel in handen van een kleine groep grote ondernemingen in het Noorden, met name in de VS. De zeer hoge investeringen die nodig zijn voor apparatuur en programmatuur, onderhoud en telecommunicatietarieven, beperken de toepassing ervan tot een betrekkelijk kleine groep transnationale ondernemingen. Dit betekent dat bijvoorbeeld de grote oliemaatschappijen met behulp van fotosatellieten mineraalvoorraden in de bodem van Derde Wereldlanden eerder «vinden» dan nationale regeringen. Het betekent ook dat transnationale landbouwbedrijven de eerste gegevens hebben over een oogst die dreigt te mislukken. Dit heeft belangrijke gevolgen voor de prijsbepaling op de internationale markt. Belangrijker echter is nog dat degeen die toegang heeft tot geavanceerde informatietechnologie, de verkregen gegevens veel sneller kan verwerken. Gegevens zijn als het ware «ruwe grondstoffen» die moeten worden omgezet in toepasbare informatie. Hiervoor is elektronische intelligentie en analytische vaardigheid essentieel — en die is alleen in het Noorden aanwezig.

In de huidige verhoudingen is het bovendien duidelijk dat bijvoorbeeld mineraal-exploitant Anaconda Copper zeer veel méér hulpmiddelen kan mobiliseren voor het toepassen van de bewerkte gegevens dan het mineraalhoudende Zambia.

Daar de huidige ontwikkelingen de bestaande verhoudingen dreigen te consolideren en daarmee de positie van Derde Wereldlanden te verslechteren, is het strategisch van groot belang voor het Zuiden zich op eigen kracht te ontwikkelen. Dit betekent dat het zich losmaakt (dissociatie) van de voorwaarden die de internationale informatiemarkt beheersen en dat het regels voor deel-

name ontwerpt die in overeenstemming zijn met de eigen behoeften en prioriteiten.

Belangrijk is dat deze eerst duidelijk worden gedefinieerd en dat nationaal en regionaal wordt gezocht naar hulpmiddelen waarmee men e.e.a. in eigen beheer kan realiseren.

Gedurende de jaren 70 is als onderdeel van het streven naar een nieuwe informatie-orde de nadruk gelegd op de noodzaak een *nationaal communicatiebeleid* te ontwerpen. Dit wordt in de Derde Wereld vrijwel algemeen als een prioriteit gezien.

Ook het MacBride-rapport legt hierop een duidelijke nadruk: «Elk land moet zijn communicatiepatronen ontwikkelen in overeenstemming met de eigen situatie, behoefte en traditie en daarmee zijn onafhankelijkheid en het vertrouwen op eigen kracht versterken». Communicatiebeleid moet worden geformuleerd in overeenstemming met de ontwikkelingsdoeleinden die een land zich stelt. Communicatiebeleid moet ook — aldus het MacBride-rapport — tot stand komen in een brede consultatie met alle betrokken maatschappelijke groeperingen die aan de formulering en realisering ervan moeten kunnen deelnemen. Een democratisch voorbereid en uitgevoerd nationaal communicatiebeleid is essentieel voor het tot stand komen van culturele autonomie en daarmee van nieuwe informatieverhoudingen.

De formulering — laat staan realisering — van een nationaal communicatiebeleid is echter nog vrijwel nergens op samenhangende wijze aangepakt.

Of in de jaren 80 een nieuwe informatie-orde tot stand kan komen, zal grotendeels afhangen van de vraag of Derde Wereldlanden erin slagen een onafhankelijk communicatiebeleid te voeren dat zich richt zowel tegen *externe* afhankelijkheid als tegen *interne* ongelijkheid.

Een nieuwe informatie-orde vraagt om democratisering van informatieverhoudingen, zowel internationaal als nationaal.

Het streven daarnaar is ook belangrijk voor de politieke agenda van het Noorden. Het is merkwaardig vast te stellen dat er ook in Nederland en België bij progressieve politieke partijen slechts minimale aandacht bestaat voor de structuren en mechanismen waarmee de grondstof van alle politieke besluitvorming wordt verwerkt en verspreid: informatie.

Public relations in de praktijk: wetenschaps-analytisch een moeilijke en delikate aangelegenheid. Toch niet van belang gespeend, met name als toetssteen voor verdere theorievorming in deze materie, die raakvlakken vertoont met informatie, voorlichting, reclame en propaganda: allemaal facetten die opborrelen in het p.r.-werk van een overheidsbedrijf of -instelling.

public relations in actie

militaire "public relations": middellange afstandsraaket tussen informatie en propaganda

peter rasking

Overheidsbedrijven of parastatale instellingen hebben niet alle evenveel belangstelling voor de factor "public relations". Bankinstellingen, zoals de ASLK, of een luchtvaartmaatschappij als SABENA voeren uitgebreide publicitaire campagnes om te kunnen concurreren met de privé-sector. Andere daarentegen, waarbij de meeste overheidsadministraties, voelen in het geheel niet de behoefte om voor het voetlicht te treden. Een heleboel organisaties met als exponent misschien de talrijke handelsgenootschappen beperken zich tot het al dan niet periodiek mededelen van technische informatie via folders of rapporten.

Wat de ministariële departementen betreft is dat van landsverdediging één van de ijverigste inzake het verstrekken van voorlichting. Tijdens de oorlogsjaren heette dit kabinet "het ministerie van oorlog" en was de dienst "propaganda" een sleutelpositie toebedeeld. Na 35 jaar vrede legt landsverdediging de klemtoon niet langer op de propaganda, maar overstelpt de burger met informatie. Maar toch, waar ligt de grens tussen beide? En is het niet de kunst, doorheen het rijke aanbod van informatie, public relations en propaganda, de echt belangrijke inlichtingen te filteren en in een ruimer kader te plaatsen? Het Belgisch leger en zijn public relations: een ongewapende kennismaking.

Informatie

Een precieze definitie geven van public relations is vanuit wetenschappelijk standpunt een hele klus. Tegen de achtergrond van de dagelijkse realiteit is het een nog omvattender sisyphusarbeid.

"Public relations als het geheel van activiteiten die een organisatie bij een bepaald publiek verricht om die organisatie bekend en in een later stadium geliefd te maken" is vermoedelijk de meest vage omschrijving die kan gegeven worden. Niettemin zal zelfs daaruit blijken dat de public relations van het leger een vlag voeren die niet altijd de lading dekt.

Het voeren van een public relations-beleid beschouwt het ministerie van Landsverdediging op de eerste plaats als een informatieve taak. Niet zonder reden. De informatievoorziening op het kabinet van landsverdediging is, meer dan op andere departementen, een delikate aangelegenheid. Bijdehandse persluis, maar ook de hele publieke opinie, kijken nauwlettend toe op de beslissingen van de minister. Niet ten onrechte, aangezien per Belg en per jaar 8200 BF naar het kabinet van landsverdediging vloeit. Voor 1980 werd een budget van ruim 80 miljard, zijnde 9,2 t.h. van de regeringsuitgaven, voor de nationale defensie voorzien. Het gevolg van dit gegeven is dat de verhouding tussen landsverdediging en de pers er één zou kunnen zijn van wederzijds wantrouwen. Dat is voor een stuk ook zo. Toch valt niet te ontkennen dat heel wat militaire verslaggevers rabiate legerfanaten zijn, zonder aandacht voor een kritische noot. Kritiek wordt moeilijk geslikt in de militaire perslobby.

De informatie die het kabinet doorspeelt betreft meestal routinekwesties, technisch van onderwerp en eentonig van stijl. Hete hangijzers, zoals de rakettenkwestie, de modernisering van het wapen- en voertuigenarsenaal van het leger of de professionalisering van haar

personeel worden angstvallig gedekt gehouden of louter voorzien van een officieel communiqué. De geïnteresseerde journalist moet zelf zijn weg maar zoeken in het labyrint van de militaire structuur en slechts weinigen zijn daarin geslaagd.

Alle informatie die politiek geladen is of zou kunnen zijn passeert via het kabinet. De diverse legerniveaus waken zorgvuldig over dit informatiemonopolie en lekken komen uiterst zelden voor. De minister van landsverdediging beschikt behalve over zijn eigen persdienst, ook over een informatiedienst in het leger zelf. Daardoor kan hij zowel in de civiele als in de militaire sector onmiddellijk kanalen opeisen wanneer hij dat nodig acht. Die informatiedienst vervult talrijke opdrachten. Amilpress zorgt bijvoorbeeld iedere morgen voor een perssynthese van het dagelijkse nieuws over het Belgisch leger, nationale defensie, NAVO, de Bondgenoten, dat in de Belgische dag- en weekbladen en in enkele buitenlandse periodieken verschijnt. Ook bij de Belgische Strijdkrachten in Duitsland wordt een dergelijke synthese gemaakt van de Westduitse dagbladen. De militaire informatiedienst coördineert verder alle informatie- en public relationsactiviteiten op het hoogste vlak: bezoeken, manifestaties, herdenkingen. Hij geeft ook het militaire weekblad VOX uit, het officiële persorgaan van het Belgisch leger, een twintigtal bladzijden dik en met een (on nauwkeurig geschat) lezerspubliek van 80.000 man. Qua stijl is het blad erg verbeterd, qua inhoud (reportages over gebeurtenissen in het leger - geen "geheime" zaken) nog steeds schatplichtig aan haar patriottische en militaristische

grondslag. Redactie en financiering zijn in handen van militairen.

Daarnaast heeft elke "legermacht" (dat zijn er vier), elk "wapen" (bij de landmacht zeven), elke "eenheid", elke "school" zijn eigen tijdschrift. Militaire gepensioneerden en reservisten eveneens. In deze inflatoire stroom van tijdschriften zijn sommige louter gestencilde vouwblaadjes met nieuwtjes van lokaal belang, andere worden in offset gedrukt met kleurenfoto's en evenaren de kwaliteit van vaktijdschriften uit het burgermilieu. Legertijdschriften uit Groot-Brittannië (SOLDIER), Frankrijk (ARMEES d'AUJOURD'HUI) of Italië (REVISTA MILITARE) tonen evenwel aan dat echte kwaliteitsbladen op militair vlak vooralsnog enkel in het buitenland worden gemaakt.

Public Relations

Het leger is een instelling die vooral ge-

hecht is aan hiërarchische waarden. De informatieve instructies van het ministerie van landsverdediging sijpelen dan ook ongeschonden van hoog naar laag via de verschillende niveaus. De Generale Staf van het leger staat in nauw contact met het ministerie. De Staf dirigeert het beleid van de onderscheiden "machten", maar handelt op puur technisch vlak praktisch autonoom. De informatie van de Generale Staf heeft daarom veel minder het brede publiek voor ogen. De hogere legerleiding is er op de eerste plaats om bekommerd via inwendige verspreidingskanalen het interne publiek te informeren.

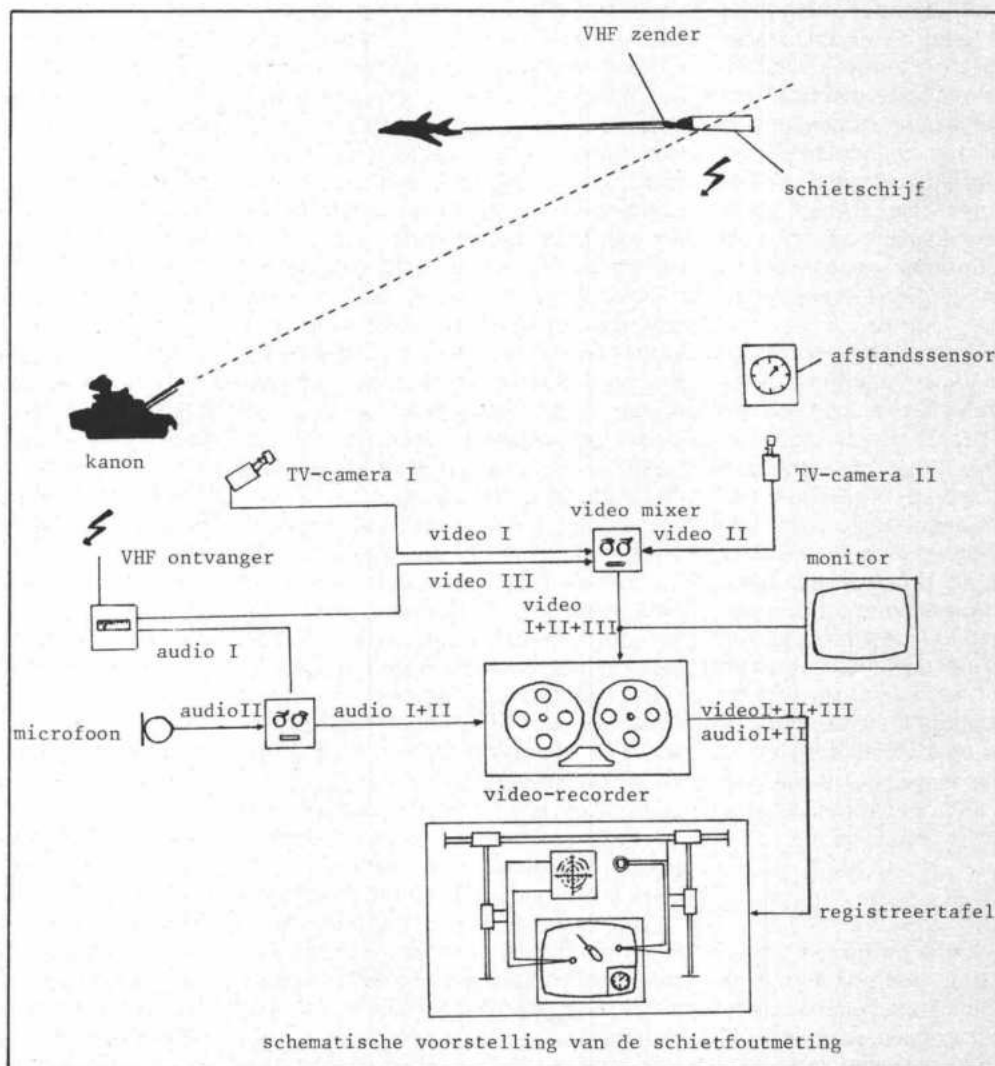
Op het niveau onder de Generale Staf fungeren de staven van de diverse "machten". Op public relationsvlak hebben zij een veel ruimere taak, aangezien zij wel rechtstreeks met de burger geconfronteerd worden. Nemen we bijvoorbeeld de public relationsdienst van de landmacht, uiteindelijk toch een in-

stelling die 40.000 mensen tewerkstelt en nog eens 20.000 dienstplichtigen binnen haar rangen telt.

Hier begint het subtiele spel omtrent de bruikbaarheid van een definitie inzake public relations, waarvan sprake in de inleiding. De p.r.-dienst van de landmacht werd opgericht in 1965 en hield zich toen voornamelijk bezig met het "peterschap" van sommige gemeenten over bepaalde legereenheden, een activiteit die volkomen past in onze definitie van public relations.

In 1969 werd de klemtoon verlegd en verspreidde de dienst veel informatie omtrent de beroepsmogelijkheden binnen het leger teneinde vrijwilligers aan te werven. In strikte zin gaat het hierbij om reclame, vermits de instelling in de vorm van "Werbung" de media gebruikte om haar diensten te verkopen.

Enkele jaren later begon de dienst jonge officieren op te leiden om overal in het land voordrachten te gaan geven over



het Belgisch leger. Ook dit initiatief kan niet zondermeer als public relations weerhouden worden. In de praktijk spraken de jonge redenaars over alle militaire onderwerpen, waarbij het etiket propaganda een veel preciezer beeld gaf van die spreekbeurten, dan wel het te vage public relations.

Thans levert de p.r.-dienst een eigen tijdschrift af (gestructureerd als een VZW en dus financieel afhankelijk van reclame-inkomsten!), daarmee trouw blijvend aan haar informatieplicht. De landmacht doet echter meer: zij mengt zich in tal van burgerlijke manifestaties. Een typische vorm van public relations? Niet zo zeker: de stands op diverse tentoonstellingen, expo's en opendeurdagen zijn een nauwelijks verholde vorm van propaganda, bedoeld om er concrete munt uit te slaan. Een uitzondering hierop is misschien de deelname van militairen aan een reeks liefdadigheidswerken.

De public relationsdienst van de landmacht tenslotte (met een personeelsbezetting van 35 man, hetgeen overeenstemt met een vergelijkbare dienst bij de NMBS - toch ook een instelling met 60.000 werknemers), is sinds de inkrimping van de dienstplicht verplicht opnieuw harde campagnes te voeren om het personeelstekort (geschoold personeel dan wel) op te vullen: ook deze activiteit kan bezwaarlijk public relations genoemd worden, in de strikte zin die de communicatiewetenschap haar soms wil geven.

Propaganda

Elk leger is in zeer hoge mate afhankelijk van de efficiënte werking van haar communicatiemogelijkheden. Hiermee weze dan bedoeld communicatie in de zin van overdracht van een boodschap en niet - zoals elke militair zou denken - het overbrengen van goederen of personen, per vrachtwagen bijvoorbeeld. Communicatie in de eerste betekenis gebeurt in het leger met alle technische hulpmiddelen die bestaan: video, televerbindingen, microcomputers, weldra ook de beeldplaat. Het gebruik van deze audiovisuele middelen is tevens een onontbeerlijk instrument in de hedendaagse oorlogsstrategie geworden. Een groot gedeelte van het zo sterk aangevochten defensiebudget wordt jaarlijks besteed aan moderne communicatievormen. Computerprogramma's slopen veel geld op. Maar ook de audiovisuele sector eet hartig mee van

de koek. Het budget dat TELEVOX, bestrijkt, de dienst die films draait en produceert voor het leger, voornamelijk voor de Belgische troepen in Duitsland, staat in geen enkele verhouding tot de aangeprezen besparingen. Reportage-uitstapjes naar Turkije, Cyprus of Corsica zijn eerder regel dan uitzondering. Op andere plaatsen zijn de beschikbare budgetten dan weer zo krap, dat de hele informatieverstrekking amateurisme van het eerste uur is. En inzake deskundigheid zijn het niet zelden (afgestudeerde) miliciens die beter hun taak aankunnen dan de officieren (die dan wel de leiding hebben).

Public relations dus: een lange, brede weg tussen informatie en propaganda. De officiële doelstellingen die het leger bij haar p.r.-opdracht nastreeft zijn de volgende: op de eerste plaats het interne publiek informeren en motiveren; vervolgens het extern publiek een betere kijk geven op wat het leger is en doet; tenslotte het creëren van "banden van goed nabuurschap", hetgeen zoveel wil zeggen als een geest van verdraagzaamheid t.a.v. het leger schepenen.

Het beeld dat het leger van zichzelf wil verspreiden moet de ideeën "belangrijkheid en noodzakelijkheid" onderschrijven. Maar dat is niets nieuws in de public relationswereld. Of het Belgisch leger daar ook in geslaagd is, blijft nog zeer de vraag, gemeten aan de blijvende contestatie rond landsverdediging. De reden voor een eventueel falen van het militair public relationswerk moet misschien enerzijds gezocht worden in het feit dat het leger meestal slechts een zeer selectief publiek bereikt en daarom weinig kan doen aan de vooroordelen tegen de instelling als dusdanig. Anderzijds mag ook wel eens gewezen worden op het ambiguë karakter van menig p.r.-man uit het leger. Sinds enige tijd heeft het leger zijn strakke keurslijf afgeworpen en is een moderne instelling geworden die haar woning betreft in een glazen huis, waar elke belastingbetaler kan komen kijken wat met zijn centen gebeurt. Veel militairen zijn het daar echter enkel in theorie mee eens. De praktijk bewijst andere dingen. Kritiek wordt nauwelijks verdragen, een vraag stellen wordt al majesteitsschenis; belangrijke beslissingen worden zolang mogelijk in de doofpot gestopt en veel public relationswerk is pure propaganda, al mag dat woord dan niet meer gebruikt worden.

En dat sommige legerleiders de artikels van hun eigen persdiensten zodanig (laten) censureren dat de lectuur ervan een slaapverwekkende gebeurtenis wordt is een gekende en - alhoewel het een interne kwestie betreft - voor de pers betreurenswaardige situatie. Dat diezelfde militairen echter ook de burgerpers naar hun hand trachten te zetten om via een betrouwbare militaire perslobby meer greep op de informatie te krijgen, is veel onheilspellender.

Regelmatig gepubliceerde Belgische militaire tijdschriften

Acta Belgica
Artillerie
Belgische Militaire Tijdingen
De Belgische Onderofficier
Belgisch Tijdschrift voor Militaire Geschiedenis
Bulletin voor Fysieke Veiligheid
Cavalerietijdschrift
Le Chasseur Ardennais
Contact
Forum
Genie
Infanterietijdschrift
L'Invalide Belge
L'Invalide Liégeois
Het Kamp van Beverlo
Koerier
Koninklijke Maatschappij Verbroedering
Oudgedienden der 14-29-44-64
Linierementen
Korpsjoernaal
Legerkoerier
Log Revue
Mars en Mercurius
Memo
Milac Tijdingen
Militaria Belgica
Neptunus
De Onderofficier
Ons Leger
Pallas
De Piot
Pupillen en Kadetten van het Leger
Pygmalion
De Reserveonderofficier
Revue van de Rijkswacht
SID-Synthese
De Stem der Onderofficier
Squadron
Talpack
Vermurel
Vigilio
Vox
Vuurkruisen
Wings Pro Omnia

Media kunnen een erg belangrijke rol spelen in het onderwijs. Dit is de mening van Pat Lowette, die over dit thema een eindverhandeling maakte (*Mediaonderwijs in de lagere school. Uitwerking en evaluatie van een concreet lessenpakket*, Fac. Soc. Wet., Dep. Com. Wet., K.U.Leuven, 1980, 242 p., 2dln., promotor: Dr. W. Van der Biesen). Onderstaand artikel is een samenvatting van zijn onderzoekswerk.

mediaonderwijs in de lagere school

uitwerking en evaluatie van een concreet lessenpakket mét en óver massamedia

pat lowette

De massamedia zijn voor de hedendaagse scholieren een even grote realiteit als bijvoorbeeld het drukke wegverkeer. Waarom dan verkeersregels aanleren, leren hoe ze zich dienen te gedragen in het verkeer maar geen gewag maken van de media, hen niet leren hoe ze met de media dienen om te gaan?

1. Maatschappijevolutie en onderwijs.

Het is natuurlijk een gemeenplaats te stellen dat de wereld de laatste decennia een enorm snelle evolutie doormaakt. Om de reikwijdte van wat er gebeurt te vatten moet men zich bewust zijn van het feit dat een man die nu zeventig jaar is, geboren werd in het midden van de menselijke geschiedenis: sinds zijn geboorte is er evenveel gebeurd als in de zesduizend jaar ervoor.

Als deze zeventigjarige denkt dat dit een grapje is, dan is dat jammer, hij loopt het gevaar dat hij - geboren aan het begin van de twintigste eeuw - tot een andere wereld behoort dan zijn kleinkinderen die midden in deze eeuw geboren werden en nu iets ouder zijn dan twintig. Voor hen immers zijn televisie, computer en atoomenergie dagelijkse gegevens, die een veel grotere (r)evolutie hebben teweeggebracht dan bijvoorbeeld de boekdrukkunst of de stoommachine.

Deze snel evoluerende maatschappij is voor het onderwijs dan ook een voortdurende opgave, in die mate dat een veranderde samenleving vraagt om een aangepaste vorming voor de leden van de maatschappij. Het is met onze samenleving immers geworden als met een grootwarenhuis: je kan er zowat al-

les kopen, maar mogelijkheden om bewust te leren kopen zijn er haast niet. Daarvoor ben je meestal op jezelf aangewezen.

De taak die hierbij is weggelegd voor het onderwijs is niet gemakkelijk, maar wel boeiend: voorkomen dat de jongeren verpletterd worden door een razend-snelle wereld, de jeugd voorbereiden op een wereld die niet af is, maar voortdurend verder evolueert.

Wanneer onderwijs binnen deze maatschappij aangezien wordt als de overdracht van cultuur, dan vereist deze overdracht van cultuur dat men zich bezighoudt met de volle totaliteit die erin besloten ligt. Naast de 'antieke cultuur' is het eerst en vooral de hedendaagse cultuur die verwarrend en beangstigend overkomt bij de jongeren. En juist deze cultuur waarin zij zullen leven en ouder worden vraagt om een degelijke opvoeding in de zin van 'wegwijs-maken-in'.

Eerder dan het leren beantwoorden van oude vragen met pasklare antwoorden, dienen de leerlingen opgeleid te worden tot het stellen van zinvolle vragen. Vragen die de mogelijkheid insluiten tot een antwoord te komen. De tijd van pasklare antwoorden is voorbij, omdat wanneer het antwoord geformuleerd wordt de evolutie van technologie en maatschappij het reeds als achterhaald bestempelen.

Eén van deze snel evoluerende elementen binnen de huidige samenleving, zijn de massamedia. Elkaar voortdurend opvolgende technologische vernieuwingen maken de stroom aan informatie steeds groter. Hoe kan men in

deze stroom zichzelf blijven, hoe kan men deze informatie verwerkbaar maken, waar en hoe kan men deze informatie testen op haar waarheid... ??? Heel wat vragen, een hele opdracht ook voor het onderwijs.

II. Onderwijs en mediaonderwijs

Samen met Coombs willen wij hier stellen dat het huidige opvoedingssysteem zijn objectieven dient te veranderen. Men kan voortaan niet meer de nadruk leggen op het afleveren van 'voor eens en voor goed gevormde mensen', maar men dient over te gaan tot de vorming van 'soepele mensen', die bekwaam zijn voortdurend te leren en zich aan te passen aan de steeds veranderende omgeving.

Vanuit deze visie hebben wij de traditionele onderwijsdoelstellingen getoetst aan de opties van het mediaonderwijs. Men kan hier enkel besluiten dat mediaonderwijs een versterking van of noodzakelijke vereiste is om de bestaande doelstellingen te realiseren binnen de huidige maatschappij. Liever dan verder in te gaan op deze algemene onderwijsdoelstellingen willen wij ons hier echter verdiepen in de doelstellingen van het mediaonderwijs zelf.

A. Praktische lesmotieven van het mediaonderwijs

Het is duidelijk dat mediaonderwijs de mogelijkheid geeft het onderwijs actueler en reëler te maken. Een voordeel dat door vele leerkrachten wordt genoemd. Daarenboven geeft onderwijs

met massamedia de mogelijkheid de leerlingen een duidelijker inzicht te verstrekken in het reilen en zeilen van de maatschappij.

Verder biedt het werken met media het voordeel dat de leerlingen meer spontaan gaan grijpen naar andere informatiebronnen - naslagwerken, atlas, ... - doordat het omgaan met informatie een dagelijks gegeven wordt. Zo ook heeft het omgaan met media een positieve invloed op taalgebruik en woordenschat. Enz.

Soortgelijke voorbeelden en neven-doelstellingen zijn er nog ten overvloede aan te halen. Hiermee wordt echter de kern van het mediaonderwijs zelf niet geraakt.

B. Mediaonderwijsdoelstelling.

De uiteindelijk beoogde doelstelling-attitude van het onderwijs met én over massamedia kan men uitdrukken als een kritisch-reflecterende houding, in brede zin, ten opzichte van de massamedia.

Dit houdt in dat de leerlingen zich de nodige 'kennis' eigen maken om ook achter de schermen van de media te kunnen kijken, zodat ze weten hoe ieder mediaproduct tot stand komt en welke betekenis het heeft. Dit gebeurt door het informatief-technische aspect van het media-onderwijs.

Om deze kennis op een zinvolle wijze te verwerven zal hiervoor moeten vertrokken worden vanuit het doe-aspect. Het zelf bezig zijn met de (deel)problematieken rond massamedia, zal door het zoekend vragen van de leerlingen tot die kennis leiden. Anderzijds zullen binnen deze fase ook heel wat vragen rijzen.

Hier bevinden we ons dan bij het bezinningsaspect van het leerproces. De opgedane kennis en het zelfervaren van een heel aantal dingen, zullen diepere vragen opwerpen met betrekking tot een aantal fundamentele elementen van de massamedia.: werking en doel, macht en invloed,...

De kritische houding als dusdanig schuilt juist in deze bezinning. Het

dieper ingaan op vragen om bijvoorbeeld de discrepantie theorie-praktijk, ideaal-werkelijkheid, te verduidelijken houdt een duidelijk kritisch-bezinnend aspect in.

Wanneer de leerlingen dit stadium van bewustzijn bereikt hebben, dient hun kritische houding nog tot 'actie' te leiden. Een echte kritische 'houding', een kritische ingesteldheid die omgezet wordt in een concrete houding of gedragswijze, een manier van leven.

III. Mediaonderwijs in de derde graad van het lager onderwijs of de basisschool.

Het is natuurlijk niet voldoende te beweren dat onderwijs met én over massamedia interessant is, dat dit onderwijs kan kaderen binnen een eigentijdse vorm van onderwijs en dat er zinvolle doelstellingen te formuleren zijn met betrekking tot deze onderwijstematiek. Heel wat praktische vragen blijven hiermee immers onbeantwoord.

A. Mediaonderwijs in de lagere school.

Eerst en vooral is er een heel praktische reden waarom wij menen mediaonderwijs te moeten situeren in het lager onderwijs. Het is duidelijk dat het middelbaar onderwijs vecht met overladen programma's en het bijcreëren van een nieuw vak is een haast utopische opgave.

Een tweede reden - op het vlak van onderwijskundige aanpak - is echter veel fundamenteeler. Eén enkel uitgewerkt voorbeeld zal hierin heel wat duidelijkheid brengen.

Wanneer onderwijzer Moens, die aan ons studieproject deelnam, aan de hand van kranten zijn leerlingen wat wegwijs probeert te maken in de actualiteit, komen bij het bespreken van de eerste vlucht van de Concorde volgende elementen aan bod:

Aardrijkskunde: even de atlas ter hand nemen en kijken waar die Concorde opsteeg en landde.

Rekenen: in verband met het begrip 'mach' of geluidssnelheid gaat men aan het tellen; want daarvoor bestaan blijkbaar verschillende getallen.

Natuurkunde: nog rond dit mach-fenomeen blijken luchtdruk en atmosfeer belang te hebben. Zo komt men tot het bekijken van wat een barometer eigenlijk is, hoe ie werkt,...

Buiten deze 'vakken' wordt er ook aan enige ethisch-morele vorming gedaan: de discussie rond het protest van de natuurvrienden wordt niet uit de weg gegaan. Waar gaat het met onze wereld en de vervuiling naartoe?

Wij menen dat in het mediaonderwijs dezelfde kansen zitten die blijken uit dit voorbeeld van actualiteitsonderricht.

Als wij bijvoorbeeld bezig zijn met dagbladen en tijdschriften in onze 'les' mediaonderwijs, waarom kunnen we dan in de les Nederlands niet eens een artikel lezen uit een krant of tijdschrift. Te moeilijk? Maar dan worden tijdschriften als Robbedoes, Kuifje, Top, Joepie, Zonneland,... over het hoofd gezien. Tijdschriften die nochtans specifiek voor de jeugd bedoeld zijn.

In de les rekenen kunnen we met de meetlat eens het percentage reclame in de totale oppervlakte van een krant nagaan. De leerlingen berekenen zo oppervlaktes en werken met percentberekening.

Verder kan in de les moraal of godsdienst eens gesproken worden over de invloed van reclame. Enzovoort.

Zoals bewezen werd door onze enquête bij de bij het studieproject betrokken leerlingen helpt dit doorbreken van het 'lessen'- en 'vakken'-systeem, de leerlingen om tot een totaalvisie op de werkelijkheid te komen.

Men krijgt zodoende een groep leerlingen die niet zomaar wat theoretisch werk leveren, maar die concreet bezig zijn met de werkelijkheid in haar totaliteit én verscheidenheid aan aspecten.

Op die manier trekt men de volle interesse van de leerlingen, waaruit een duidelijk actieve(re) deelname van de jeugdigen, in en aan het leerproces, volgt.

Pinky

WEET WAT HIJ WIL...



7109 505

HARDY 78.

Of zoals G. Brautigam zegt: "Het wil mij voorkomen dat mensen die zo intens met elkaar werken aan een project, zichzelf en elkaar heel wezenlijk onderwijzen. Het zou best eens kunnen dat je daarvan meer opsteekt dan van lessen leren".

Het is wel duidelijk dat de praktische functionering van het lager en het middelbaar onderwijs de onderwijzer bevoordelt voor een dergelijke vorm van onderwijzen. Eerst en vooral is hij niet gebonden aan vaste vakken op bepaalde uren, vervolgens is het steeds dezelfde persoon die alle 'vakken' begeleidt, hetgeen een veel grotere mogelijkheid geeft tot een dergelijke 'interdisciplinaire' vorm van onderwijs.

Daarenboven is het wel duidelijk dat leerlingen reeds lang blootgesteld zijn aan de massamedia voordat ze de derde graad van de basisschool bereiken. Hetgeen voor ons een derde belangrijke reden vormt voor mediaonderwijs.

B. Mediaonderwijs en communicatiewetenschap

Het is duidelijk dat het object van het door ons bedoelde mediaonderwijs, het object is van de Communicatiewetenschap, in de meest ruime zin. Deze Communicatiewetenschap is een sterk interdisciplinaire studierichting op het niveau van hoger onderwijs. De vraag die hierbij kan gesteld worden is of het wel mogelijk is dergelijke problematiek te vertalen tot op het niveau van 10-12 jarigen.

Wanneer we deze vraag als volgt formuleren: 'Wat is wezenlijk voor een cyclus mediaonderwijs, en wat niet?' dan menen wij hierop een antwoord te kunnen formuleren.

Zo is het bijvoorbeeld niet belangrijk voor de leerlingen dat zij weten wat een 'gatekeeper' is. Om te beginnen is dit een woord uit een vreemde taal, vervolgens is dit eigenlijk gespecialiseerd jargon. Belangrijk is wel dat leerlingen beseffen dat er in iedere redactie één of meerdere personen zitten die bepalen wat nieuws wordt en wat niet. Essentieel beschouwen wij hier dan ook dat de leerlingen beseffen dat nieuwswaarde

vaak sterk subjectief is, dat nieuws als zodanig niet bestaat, maar dat het wordt gemaakt.

Zo is bijvoorbeeld ook het onderscheid tussen 'reclame' (commercieel) en 'propaganda' (ideologisch) niet belangrijk op het niveau van deze leerlingen. Belangrijk is het kunnen onderscheiden van informatieve en beïnvloedende boodschappen, het werkingsprincipe van de beïnvloeding,.... Het onderscheid tussen beide begrippen is op dit vlak niet relevant, waar het dat natuurlijk wel kan zijn op het vlak van zuivere communicatiewetenschap omdat een duidelijk en specifiek vakjargon dubbelzinnigheden vermindert.

Het is dus de praktische werking, de invloed van de media in het dagelijkse leven,.... die wij als belangrijk stellen in plaats van de wetenschappelijke studie van de media. Op deze wijze menen wij dat het object van de Communicatiewetenschap inderdaad vertaalbaar is op het niveau van deze leeftijdsgroep.

C. Mediaonderwijs en ontwikkelingspsychologie

De haalbaarheid van mediaonderwijs hangt niet alleen af van de mogelijkheid tot 'vertaling' van de communicatiewetenschap, hiernaast worden aan de leerlingen ook eisen gesteld op het vlak van 'rijpheid' voor dergelijk kritisch-reflecterend denken.

De pedagogische en ontwikkelingspsychologische literatuur, die we hierop onderzochten, leverde ons positieve resultaten.

Van het moment dat het kind de huiskring verlaat om naar school te gaan wordt de ruimere sociale werkelijkheid opengetrokken. Op 10-11 jaar treden de kinderen al het laatste stadium in van de mentale ontwikkeling die een mens doormaakt: dit "formeel operationele stadium" houdt in dat 'hypothetisch deductief denken' en 'combinatorisch denken' totstandkomen. Een derdegraads-leerling is dus het stadium binnengestapt van het zuivere, abstracte denken; de laatste denkvorm binnen de ontwikkeling van een mens. Daarenboven komen kinderen van 10-11 jaar tot een persoonlijk en kritisch ethisch oordeel.

Alhoewel mentale en ethische ontwikkeling natuurlijk niet tot volle rijpheid zijn gegroeid, is er op deze leeftijd wel een basis aanwezig. Voldoende menen wij om mediaonderwijs mogelijk te maken, enerzijds en anderzijds zal het kritisch-reflecterend denken binnen het mediaonderwijs deze mentale en ethische vorming slechts ten goede kunnen komen in haar ontwikkeling.

IV. Mediaonderwijs in de derde graad is mogelijk.

Nadat wij de doelstellingen van het mediaonderwijs hebben uitgediept, en de vragen met betrekking tot de vertaalbaarheid vanuit communicatiewetenschappelijke hoek en de haalbaarheid vanuit de ontwikkelingspsychologische hoek hebben behandeld, menen wij hier te kunnen stellen dat het mogelijk is mediaonderwijs te zien als een project waarmee kan gestart worden in de derde graad van de basisschool.

Deze theoretische worstelingen met het onderwerp mediaonderwijs laten ons nu eindelijk toe over te stappen naar de praktijk. Een vijftiental leereenheden werden uitgewerkt rond verschillende aspecten van de communicatie en verschillende massamedia. Deze leerprojecten werden gebundeld in een 'leefboek' dat wij kritisch onder de loupe lieten nemen door een aantal mensen van het vak: onderwijzers. Daarnaast hebben we ook een aantal eenheden in de praktijk omgezet, door het hele proces te doorworstelen in een normale klassituatie. Eerder dan hier veel over te theoretiseren vonden wij het interessanter het volledige verloop van dergelijke 'les' en de bijhorende evaluatie weer te geven.

V. Mediaonderwijs in de praktijk: een leerproject van nabij bekeken.

Als voorbeeld kozen wij hiervoor een leerproject rond reclame, daar dit een van de leerprojecten is waar de kritische zin van de leerlingen duidelijk wordt verwacht aanwezig te zijn.

A. Verslag van het 'les' verloop.

1. Eerst en vooral kregen de leerlingen het stripverhaaltje van Pinky, samen met een werkblad om dit verhaaltje te ontleiden. Op dit werkblad stond volgende tekst waarbij niet meer uitleg werd gegeven: "Als je het stripverhaaltje van Pinky volledig gelezen hebt, vertel hier dan eens - prentje per prentje - wat er gebeurt en wat er bedoeld wordt met dit stripverhaal. Wat heeft de tekenaar getekend op het eerste prentje, en wat wil hij daar eigenlijk mee zeggen? En op het tweede? ...

Is dit eigenlijk een stripverhaal of niet? Als het geen echt stripverhaal is, wat is het dan wel?

Wat denk je hier nu van?"

Individueel werkten de leerlingen hieraan gedurende 25 à 30 minuten.

2. Via vraag- en antwoord-spel werd deze ontleding dan klassikaal samengebracht. Prentje 1-4: Pinky is een lekkerbek en lust niet zo maar alles; 5-6: ijs lust Pinky wel: Ola-ijs; 7-9: Ola ijs lust iedereen, Ola-ijs is het beste. Dit waren de interpretaties, aangereikt door de leerlingen, die wij op het bord verzamelden.

3. Op eenzelfde vraag- en-antwoordwijze werden zo nog een reclame van Penny-wafers en Ovomaltine ontleed en bekeken.

4. Vervolgens werd het begrip reclame omschreven, waarbij op het bord kwam te staan:

- u aanlokken
- om u iets te verkopen.

Een omschrijving van reclame die de leerlingen zelf naar voren brachten.

5. Dan werden de twee 'werkwijzen' van de reclame aangebracht: het tonen van fijne en goede dingen en het vaak herhalen van de merknaam. Deze twee elementen werden nogmaals bekeken aan de hand van een reclame van Penny en Ovomaltine, en een beeld-voor-beeld-bespreking van een Zwan-reclame. Eerst in vraag en antwoord, daarna via het lezen van de tekst die naast de voorbeelden op de lesbladzijden staat.

6. Dat de werking van de reclame zo duidelijk geworden is blijkt zeker uit de vraag die iemand stelde: "Is dat dan geen AFPERSEN"?

Nadat de diepere grond van deze vraag werd onderzocht, bleek dat hier bedoeld werd dat het toch niet zo eerlijk is om

reclames te verstoppen in een stripverhaal, of achter allerlei mooie dingen. Een vraag die ons ertoe leidde over te stappen op gevaarlijke en ongezonde producten waarvoor men reclame maakt.

7. De twee voorbeelden uit de tekeningen van de Zwan-reclame (eten in bad, en eten terwijl men stuurt) kwamen snel naar voren, en werden aangevuld met een waslijst van producten die de leerlingen ongezond en gevaarlijk beschouwden, maar waarvoor men toch reclame maakt. Deze opsomming heeft ons meer dan verrast. Het kritische denk-mogen werd dus duidelijk niet overschat: kleurstoffen in snoep en vlees, bewaaren smaakstoffen in allerlei etenswaren, insecticiden, sigaretten en alcoholische dranken, spuitbussen die 'gevaarlijk zijn voor de dampkring', gevaarlijk speelgoed en ongezonde verfstoffen gebruikt bij het schilderen van speelgoed... Dit zijn enkele losse grepen uit de ver door-dachte voorbeelden die de leerlingen aangaven. Voorbeelden die zij blijkbaar vertelden met de nodige kennis en het vereiste doorzicht, daar het bevragen van deze voorbeelden aantoonde dat zij niet zomaar wat vertelden. Elektrische treinen en autobanen werden zo bijvoorbeeld ook bij de gevaarlijke producten geklasseerd "omdat je daardoor kan geëlektrocuteerd worden".

8. De speeltijd gaf ons adempauze, waarna het hele werk van voor de speeltijd eens werd overlopen. Wat is reclame en hoe werkt reclame? Is reclame dan bedrog en wat te zeggen over reclame voor gevaarlijke en ongezonde producten?

9. Om deze 'kennis' te toetsen aan de werkelijke verworvenheid van de leerlingen, werden enkele willekeurige reclames besproken uit een tijdschrift. Het toevallig bladeren in het tijdschrift leverde enkele voorbeelden op waarin de leerlingen inderdaad doorzicht hadden: Cointreau, de lachende opwarmer voor de sneeuwruimer. Roda-margarine en het gelukkige, jonge gezin. Mercedes en het mooie groen van de natuur. ...

10. Tot slot werden de leerlingen in kleine groepjes samengezet om een evaluatietoets uit te voeren aan de hand van een reclame-stripverhaal van de ASLK. Wij kozen voor deze toets voor groepswerk, omdat het bespreken van

de reclame (het verwoorden van) het kritische inzicht versterkt en bij elkaar aanwakkert doordat er een inbreng is van verschillende mensen.

B. Evaluatie van het leerproject door de onderwijzer.

Eerst en vooral heeft M. Moens een schematische ontleding gemaakt van de 'les', volgens het analyseschema van Van Gelder, waarna hij een korte bespreking toevoegt.

1. Doel:

- kunnen expliciteren wat reclame is en bedoelt,
- meer inzicht in reclame wijzigt de houding of reactie van de waarnemer, dus een meer kritische houding kunnen aannemen,
- psychologisch inzicht bijbrengen in reclame.

2. Leermiddelen:

- getekende illustraties,
- tekst,
- conversatie met de leerlingen.

3. Beginsituatie:

Enkel de opgedane ervaring van de leerlingen met hun omgeving, hun leefmilieu.

4. Activiteit van de leerlingen (leeractiviteit):

- illustratie waarnemen, beoordelen, schriftelijk uitdrukken,
- dialogeren leerlingen - lesgever,
- groepsgesprek.

5. Didactische werkvormen:

- gesprek leiden,
- hierdoor inzicht bijbrengen: taal - tekst, illustratie - bordschema.

6. Evaluatie:

- controle van de beoogde doelstellingen door vragenschema uitdrukken,
- tweede toets na uitleg "reclame". Heeft hierdoor de les haar doel bereikt?

Reclame.

Waarschijnlijk dacht je nu dat we het gaan hebben over stripverhalen. Nee hoor! Als je het verhaal van Pinky goed gelezen hebt, zal je wel begrijpen dat we hier eens de reclame willen bekijken.



is de truc om de aandacht van mensen te trekken, zodat ze misschien wel iets van je kopen! Reclame is dus een truc om te proberen dingen te verkopen.

De aandacht van mensen trekken ; dan kijken ze naar je affiche of je reclamefoldertje... En dan zien ze (nog maar eens) de naam van het product dat je wil verkopen, en de goede kwaliteiten ervan!

Bij het stripverhaal van Pinky is dat gelukt. De reclamemensen weten dat kinderen graag strips lezen. En wat doen ze? Ze verstoppen hun reclame in een stripverhaal! De aandacht is getrokken, want wie zal in een kinderkrant de stripverhalen overslaan? Niemand natuurlijk.

Wat wordt er nu verteld in zo een reclame? Daarvoor moet je niet alleen de woorden lezen maar ook goed de tekeningen of foto's bekijken, want die vertellen heel veel!

Pinky is een lekkerbek. Alleen het beste is goed genoeg voor hem. De ene kok na de andere brengt hem een heerlijk dampende schotel.



Pinky, de lekkerbek!

7. Persoonlijke notities:

Interessante methode: strip-illustratie én tekst.

Doet beroep op aandacht, persoonlijke inzet, brok leven en spontaneïteit van de leerlingen.

Door beroep te doen op LEVEN (=concrete leefwereld en leefwijze v.d. lln.) meer gestimuleerd tot activiteit.

Fijne les! Vooral van belang was voortdurend beroep doen op een brok leven.

C. Evaluatietoets

Zoals geschreven in het 'les'-verslag hebben wij bij deze eenheid de mogelijkheid om een evaluatietoets op papier na te gaan. In het begin van het leerproces hebben de leerlingen individueel het reclame-stripverhaal van Pinky ontleed en besproken, op het einde hebben ze dit opnieuw gedaan met het reclame-stripverhaal van de ASLK.

Van de voorafgaande toets hebben wij een evaluatie op twee punten:

1. Hebben de leerlingen de draad van het verhaal al dan niet gesnapt?
2. Vertonen zij doorzicht in het feit dat het hier eigenlijk om een reclame gaat?

Deze twee elementen worden ook opnieuw gehanteerd bij de vergelijkende toets op het einde. Hierbij is vooral de tweede vraag belangrijk omdat men natuurlijk niet kritisch kan staan ten opzichte van een reclame-boodschap, wanneer men helemaal niet door heeft dat het over een reclame-boodschap gaat.

Deze reclameboodschap werd door de leerlingen als volgt geformuleerd:

'De ASLK is overal in de buurt te vinden, de ASLK heeft alle munten in het heelal, ook heeft de ASLK, VELE KLANTEN», »Het is reclame voor de ASLK spaarbank', 'Dat de ASLK altijd bereid is te helpen', 'ASLK fantastisch die bank? Ze hebben er van alle munten en zijn er voor allen'.

Bij het begin van de les hadden 15 van de 28 leerlingen het verhaal volledig door en 16 leerlingen zagen in dat het eigenlijk om een reclame ging.

De antwoorden van de tweede toets geven duidelijk aan dat alle leerlingen minstens doorzicht hebben in het verhaal en de opbouw ervan. Daarnaast zijn er heel wat diepere inzichten gegroeid en komt men tot een expliciete formule-

ring van de impliciete reclameboodschap. Deze laatste stap is juist de wezenlijke 'kennis' die volgens ons leidt tot kritisch inzicht.

D. Slotbespreking.

Het lesverloop zelf met de vraag van 'afperserij' en de inbreng bij de gevaarlijke en ongezonde producten, de evaluatie door onderwijzer Moens, de resultaten van de vergelijking tussen de voorafgaande en de eind-toets; dit alles leidt ertoe dat wij durven besluiten dat deze leereenheid inderdaad verstaanbaar is en de beoogde doelstellingen bereikt.

Het deel inhoudelijke kennis naast het deel technische vaardigheid om een reclame-boodschap te ontleden, zijn in het verloop van het leerproces klaar geworden en zelfs verworven vaardigheid geworden. Kennis en vaardigheid die bruikbaar zijn geworden in het concrete leven. Dat dit zo is wordt bewezen door het feit dat de leerlingen meer aankunnen dan de gegeven voorbeelden bespreken. Ze kunnen namelijk ook wilkeurige reclames uit een tijdschrift of de ongekende reclame van de eindtoets op een zinvolle wijze ontleden.

VI. Conclusie.

Vanuit deze toets in de praktijk en soortgelijke testen van de leereenheden uit het leefboek kunnen we stellen dat dergelijk project mediaonderwijs haalbaar is, ook in de derde graad van een basisschool.

De mening van de verschillende onderwijzers en onze eigen ervaring wijzen duidelijk uit dat de voorgestelde leerprojecten rond massamedia verstaanbaar zijn wat betreft de gebruikte taal. Hetzelfde geldt ook voor de naar voor gebrachte thematieken.

Daarenboven wijzen de verschillende evaluaties aan dat deze leerprojecten verder reiken dan puur inzichtelijke kennis. In het voorbeeld van het reclame-leerproject blijkt duidelijk dat de leerlingen ook enig kritisch inzicht hebben verworven ten aanzien van de behandelde onderwerpen. Dit kritisch inzicht werd ook bij andere eenheden duidelijk zichtbaar.

Vanzelfsprekend zijn dergelijke eenmalige leerprojecten geen basis om een

'kritisch'-reflecterende houding' als einddoelstelling te bereiken. Toch menen wij, dat uit deze praktische uitgeteste leerprojecten mag besloten worden, dat een langduriger bezig zijn met dergelijke leerprojecten rond massamedia, uiteindelijk zal leiden tot een kritische 'houding'. Een kritisch-reflecterende houding, die een werkelijke verworvenheid zal zijn, in tegenstelling tot deze eenmalige blijken van kritisch inzicht.

Wij zouden hier dan ook willen besluiten met het uitspreken van onze hoop dat onze eindverhandeling er mag toe bijdragen het onderwijs te doen evolueren in een maatschappijgericht onderwijs. Een vorm van onderwijs die niet doceert over dé krant, maar bezig is met concrete dagbladen.

Een vorm van onderwijs die ingebet is in het concrete dagdagelijkse leven van de leerlingen.

Beknopte Bibliografie

- ADORNO, TH. W., *Opvoeding tot mondigheid*, Utrecht/Antwerpen, 1971.
- BOORSTIN, D.J., *L'Image*, Parijs, 1971.
- COOMBS, PH., *La crise mondiale de l'éducation*, Parijs, 1968.
- DE BLOCK, A., *Algemene didactiek*, Antwerpen/Amsterdam, 1973.
- DROZ, R.; RAHMY, M., *Lire Piaget*, Brussel, 1972.
- FIRTH, B., *Massmedia in the classroom*, Londen, 1969.
- LOWETTE, P., De krant in de klas, in: *Communicatie*, jg. 6, nr. 3-4.
- NUYENS, E., *Het onderwijs "over de krant" en het onderwijs "met de krant" in de middelbare school*, eindverhandeling, K.U. Leuven.
- PETERS, R.S., *Ethics and Education*, Londen, 1975.
- POSTMAN, N.; WEINGARTNER, C., *Teaching as a subversive activity*, Londen, 1969.
- SCHRANK, J., *Understanding Mass Media*, Illinois, 1975.
- VAN DER MEIDEN, A., *Reclame en ethiek*, Leiden, 1975.
- WIEËRS, J.L., Ons onderwijs bereidt niet voor op het leven, in: *Spectator*, jg. 16, nr. 5.
- X, *Krant in de klas*, Amsterdam, 1976.
- X, *Pour mieux s'informer. Comment lire le journal, écouter la radio, regarder la télévision*, Parijs, 1970.

'de vijanden van mijn vijanden zijn mijn vrienden'

Het weekblad De Nieuwe na Grammens en Tindemans (*)

wim schamp

Toen in oktober van vorig jaar het weekblad De Nieuwe in stervensnood verkeerde, namen de geldschieters van het blad een beslissing die enkele jaren geleden wellicht niemand voor mogelijk had gehouden. Mark Grammens, oprichter en jarenlang bezieler van De Nieuwe, werd de laan uitgestuurd en als hoofdredacteur vervangen door Piet De Moor, tot dusver werkzaam bij het ACW-weekblad Spectator. In een mededeling van de voltallige raad van beheer van de NV De Nieuwe Pers, uitgever van De Nieuwe, heet het dat 'zowel met betrekking tot de toekomstige beleidsvoering als inzake de algemene redactionele opzet en de aan te wenden praktische middelen er tussen hem (Grammens) en vrijwel de algemeenheid van de raad van beheer grondige meningsverschillen gerezen waren, die enkel nog door een beëindiging van het dienstverband voldoende konden worden geregeld'. (1).

De eigenzinnige strijd die Grammens sinds het afsluiten van het Egmontpakt (1977) aangeboden had tegen het 'politieke establishment' in België — waartoe volgens hem ook de syndikale en socialistische leidingen behoorden — en die culmineerde in een ondubbelzinnige liefdesverklaring aan het adres van CVP-voorzitter Tindemans, was de druppel die in de ogen van menige aandeelhouder de beker deed overlopen.

Volgens sommige perscommentatoren voltrok zich in die bewuste oktobermaand een ware 'machtswisseling' aan de Emile Zola-laan te Schaarbeek. Daarbij werd verwezen naar de meerderheidspositie die o.a. een groep rond de linkse uitgeverij Kritak uit Leuven in het aandelenpakket zou verwerven (2). Eerder waren al discrete onderhandelingen gevoerd met de NV Roularta (Knack, Trends, e.a.) en met verantwoordelijken van de Vlaamse Uitgeversmaatschappij (de Standaard-groep). Op de agenda van deze besprekingen stond telkens de inbreng van nieuw ka-

pitaal die de verlieslatende Nieuwe moest toelaten op adem te komen. Geen enkel van de rondetafelgesprekken leverde echter resultaat op. De fondsen werden uiteindelijk toegeschoten door de oorspronkelijke financiers, het groepje van mensen dat al sinds 1964 op een smalle kapitaalsbasis De Nieuwe in leven houdt. Daardoor werd — naar eigen zeggen — de onafhankelijkheid van het blad gered (3).

De nieuwe hoofdredacteur Piet De Moor, vroeger nog redactiesecretaris bij De Nieuwe kreeg als opdracht mee het blad weer in zijn oorspronkelijke richting te sturen. Men denkt daarbij wellicht aan de periode dat De Nieuwe wekelijks lectuur verschafte aan de gemiddelde progressieve intellectueel in Vlaanderen.

In diverse kringen staat men echter sceptisch tegenover de haalbaarheid van dat project. De geringe omvang van het nieuw ingebrachte kapitaal laat weinig manoeuvreerruimte toe. Bovendien wordt het zware dobber om het lezerspubliek, dat al enkele jaren elders zijn gading zoekt, terug te winnen voor het blad. Dat precies een omstreden figuur als Piet De Moor aangewezen werd om het schip terug in de thuishaven te loodsen, vergemakkelijkt die opdracht niet. De Moor staat immers bekend als een leerling van Mark Grammens, en dit niet alleen op het vlak van de stijl. Eind vorig jaar haalde Knack-redacteur Johan Struye nogal vernietigend uit naar de nieuwe hoofdredacteur. Volgens Struye 'verschijnt er nu een bevreedend wekelijks produkt, met overloze tirades van negentiende-eeuws scheldproza tussen interviews die de limiet bereiken van de irrelevantie en de onleesbaarheid' (4). Ongetwijfeld een zware beschuldiging. Of ze voorbarig is, moge blijken uit het volgende verhaal.

Breuk met de Jezuïeten

In 1964 nam De Nieuwe de fakkels over van het Vlaams-Hollandse weekblad De

Linie. De Jezuïetenorde, die eigenaar was van De Linie, had beslist de publicatie van het blad stop te zetten. Al enkele jaren moest zij lijdzaam ondergaan hoe De Linie meer en meer een flamingante toon aansloeg en tegelijk een aantal morele zekerheden uit de jaren vijftig op de helling zette. Een week na de uitgave van het laatste nummer verscheen De Nieuwe.

Mark Grammens, redacteur-binnenland bij De Linie, had acht personen in het Vlaamse land gevonden die bereid waren om tezamen 1 miljoen te stoppen in een nieuwe NV, de NV De Nieuwe Pers. Abonnees, administratie en een deel van de redactie werden overgenomen van De Linie. Grammens, die hoofdredacteur werd van het nieuwe blad, stond een duidelijk project voor ogen: doorgaan met een Vlaamse en ongebonden progressieve lijn en daarnaast kwaliteit bieden. De Nieuwe diende zich aan als alternatief voor de geconstateerde vervlakking in de Vlaamse (dagblad)pers. Na een aanvankelijk gunstige start raakte De Nieuwe in financiële moeilijkheden. Grammens had vóór de verkiezingen van 1965 een hoofdartikel geschreven waarbij hij de Volksunie verweet een traditionalistische koers te varen. Dit stuk zou De Nieuwe de helft van haar lezers gekost hebben. In dezelfde periode trachtte De Nieuwe ook een brug te slaan naar de vrijzinnige linkerzijde in Vlaanderen. Toen eind 1967 de schuldenlast te zwaar werd, gooide men de bedrijfsstructuur grondig om. Het personeelsbestand (dat al niet groot was) krimpde in tot de helft, het formaat van het blad werd tot minuscule proporties herleid (wat de drukkosten halveerde) en de oorspronkelijke geldschieters brachten nieuw kapitaal in. De afspraak was dat aan de redactionele onafhankelijkheid niets zou veranderen.

Geen compromis met de vijand

Vanaf 1969 treedt een onverwachte kentering in die zou aanhouden tot hal-

verwege de jaren zeventig. De Nieuwe blijkt aan te slaan bij een hele schare van jonge intellectuelen: veel studenten, maar ook mensen uit de onderwijssector, de kadergroep en de vrije beroepen. Een promotiefolder met advertentietarieven uit die periode vermeldt een oplage van 36.200 exemplaren, waarvan 60 procent abonnees.

Van De Nieuwe straalt een uitgesproken non-conformisme af. Grammens was een der eersten die waarschuwde voor een opdoemende CVP-staat in Vlaanderen, waarvan hij de vormen zag verrijzen doorheen de pas verworven culturele autonomie. Maar ook voor de toenmalige BSP viel het oordeel vaak hard uit. De talrijke beheersmandaten van bepaalde socialistische hoogwaardigheidsbekleders vonden geen genade in de ogen van Grammens die elk compromis met het bestaande bestel afwees. Grammens verstond het zelfs om de linkerzijde te waarschuwen voor overheidssteun aan hun verlieslijdende kranten. Elk stelsel van overheidssubsidiëring moest volgens hem finaal leiden tot onderwerping van de pers aan de regering (3).

De Nieuwe was in die zeventiger jaren echter meer dan Grammens alleen. Heel wat voormalige achteenzestigters hebben er hun (soms langdurige) stempel op gedrukt. Onder hen: Rita Jolie-Mulier (in 1976 gedurende zes maanden hoofdredactrice), Brigitte Raskin (redactiesecretaresse), Renée Van Mechelen, Pol Van Caeneghem, Karel Michielsen, Leo Geerts, Georges Adé, Johan De Roey, Ludo Abicht, ... De situatie waarin De Nieuwe zich midden de jaren zeventig bevond, werd wellicht het best samengevat door de Gentse universiteitsprofessor Jaap Kruithof. Kruithof schreef in het jubileumnummer, toen De Nieuwe tien jaar bestond: 'De Nieuwe heeft steeds de moed gehad, waar nodig, kritiek te oefenen op partijen, strekkingen, instituties en personen waar zij dit nodig achtte. Kritiek op de BSP, Ral en Amada, op VDB en Van Elslande, op de BRT, andere weekbladen, enz. De Nieuwe heeft terecht jarenlang gestreden tegen een stel ingeroeste vooroordelen, tegen een oudbakken romantisch flamingantisme, tegen een ongeestig katholicisme, tegen een sectair gauchisme, voor een wereldbeschouwelijk pluralisme, een progressisme van gelovigen en ongelovigen, een onbaatzuchtige inzet voor de arme derde wereld. Door deze kritische en eerlijke houding heeft zij vaak de woede

uitgelokt van allerlei met het Establishment verbonden instanties, maar dit strekt haar tot eer' (6).

Egmont

Toen in 1977 de coalitiepartijen van de regering Tindemans II het zgn. Gemeenschapsakkoord (beter gekend als het Egmontpakt) ondertekenden, veranderde Mark Grammens het geweer van schouder. Week na week herschreef hij zijn bittere aanklacht tegen al diegenen die Vlaanderen verkocht hadden (en dat waren er blijkbaar heel wat). Geheel in de stijl van die oubollige romantiek waarover Kruithof het had, constateerde Grammens: 'Er zit geen dynamiek in de Vlaamse beweging. Ze mist kracht. Ze mist zelfvertrouwen en dat beetje arrogantie zonder hetwelk in een maatschappij van machtsverhoudingen niets tot stand wordt gebracht. Vlaanderen is lui, Vlaanderen is ingedommeld, het slaapt zijn welvaartsroes uit en als het straks wakker wordt, zal het merken dat het bestolen is van al zijn bezittingen, maar dan zal het te laat zijn om de dief te grijpen'.

Sinds het Egmontpakt krijgen Grammens' editoriaalen een vreemde onderton. Dat de VU nog durft opkomen voor een Vlaamse staat, beschouwt hij als verraderlijk opzet vanwege 'de Propaganda-Abteilung van de voormalige Vlaamsgezinde Volksunie'. VU-woordvoerder in Kamer Baert staat bij hem bekend als 'de fanatieke pro-FDF-fraktieleider van de Volksunie'. En SP-voorzitter Van Miert 'gedraagt zich nog altijd als de politieke clown die hij van bij zijn benoeming is geweest'.

De Chinese leuze indachtig 'de vijanden van mijn vijanden zijn mijn vrienden', gaat De Nieuwe steeds dichter aanleunen bij kringen die bezwaarlijk als boegbeelden van Vlaamse progressiviteit gelden. In naam van Vlaanderen verschijnen regelmatig vrije tribunes en interviews met personaliteiten als Lode Claes (VVP-voorzitter), Jef Maton (anti-Egmonter en huidige ondervoorzitter van de VU), Jef Van Overstraeten (voormalig VTB-VAB-voorzitter en lid van Protea), CVP-kamerlid Jan Verroken, Karel De Witte (editorialist Gazet van Antwerpen), Emiel Van Cauwelaert (ex-politiek directeur van Het Volk), enz.

Na Egmont blaast Grammens verwoed de loftrumpet van de CVP-voorzitter Tindemans. Tindemans is in de ogen van Grammens niet alleen de man die

Vlaanderen op de valreep redde door Egmont de das om te doen (en die daarvoor de val van zijn eigen regering veil had), maar bovendien 'zouden we vandaag helemaal overgeleverd zijn aan de junta van de Belgische NATO-kolonels, met het ACV als generaal-majoor, als Tindemans niet een spaak in het wiel van Hof en NATO had gestoken door zich tot voorzitter van de CVP te laten plebisciteren'. Men schrijve 11 april 1980, na de vorming van een nieuwe regering Martens. Die regering Martens kwam trouwens in voor Grammens verdachte omstandigheden tot stand. PS-voorzitter Cools zou immers met de NATO-staf de afspraak gemaakt hebben om binnen de regering niet verder tegen te pruttelen wat betreft de installatie van kernraketten in ons land, als hij in ruil voor deze belofte 'zijn' gewestvorming kreeg (7).

Het lijkt stof voor science-fiction, maar voor Mark Grammens is het bittere ernst. Hem rest nog één taak: de oorlog tegen het 'establishment'. In zijn visioen behoort tot dat establishment zowat iedereen die in België enige politieke verantwoordelijkheid draagt: de vakbondsleiders, de politieke partijen, premier Martens, André Cools, de SP (steevast «S»P genoemd), De Morgen, het Hof, de BRT (die volgens Grammens veel te veel de niet-linkse meerderheid in Vlaanderen voor het hoofd stoot en veel beter zou luisteren naar de waarschuwingen die dienaangaande in het CVP-blad Zeg werden geuit), de Walen en — waarom niet? — het parlementaire regime zelf.

Extreem-links kapitaal ...

Het opstappen van Grammens in oktober vorig jaar bleef voor de aandeelhouders over als laatste redplank. Niet alleen had De Nieuwe veel krediet verloren bij de linderzijde, even angstwekkend was de snelle daling van de verkoop die zich de laatste jaren doorzette. Op 23 september verscheen op de voorpagina van De Standaard een bericht over een 'machtswisseling' bij De Nieuwe. Volgens het bericht zou de raad van beheer van de NV De Nieuwe Pers 'nieuw kapitaal aangetrokken hebben uit extreem-linkse hoek, teneinde het hoofd te kunnen bieden aan financiële moeilijkheden (...) De financiële reddingsoperatie zou de omvorming van het blad tot een orgaan voor gauchistische actiegroepen beogen'. De Standaard vermeldt voorts dat het kapitaal af-

komstig is van de Leuvense uitgeverij Kritak en dat in ruil voor de inbreng Grammens moet vertrekken.

Was het de bedoeling van De Standaard om de onderhandelingen tussen Kritak en De Nieuwe Pers, die zich in een eindstadium bevonden, alsnog te kelderden? In elk geval toonden beide groepen zich weinig gelukkig met de 'informatie' die Grammens hiervoor aan De Standaard ter beschikking stelde. Grammens was immers toen reeds contractueel tot een akkoord gekomen met de raad van beheer over een 'gouden handdruk' (die hem flink wat geld opleverde), zodat hij geen reden meer had om zich met de verdere financiële en redactionele beslomeringen van De Nieuwe nog te moeien.

Korte tijd later sprongen de onderhandelingen met Kritak effectief af. Het akkoord-in-spe voorzag in zijn laatste versie een meerderheidsparticipatie van Kritak (via een inbreng van 3,6 miljoen) en een nieuwe hoofdredacteur in de persoon van Edi Clijsters, assistent in de politieke wetenschappen te Leuven. Wat er op het laatste nippertje misging, kwam naar buiten uit nooit duidelijk over. Volgens Herman Van Hilst, directeur van De Nieuwe, vertoonde Kritak plots geen interesse meer, vermoedelijk omdat men zich daar bewust werd het akkoord financieel noch materieel te kunnen uitvoeren. Kritak-directeur Rik Coolsaet: 'Dat wij niet klaar stonden is bij de haren getrokken. Wel waren wij niet bereid om een deel van ons kapitaal in de gouden handdruk van Grammens te stoppen. Grammens zit er trouwens voor veel tussen dat zich in de eindfase van de besprekingen een aantal misverstanden voordeden die het akkoord onmogelijk maakten'. Kritak plant intussen de uitgave van een eigen informatieweekblad. Men voorziet het eerste nummer tegen september 1982 (8).

Kapers op de kust

Dat een blad als De Nieuwe niet alleen de interesse opwekt van 'kapitaal uit extreem-linkse hoek', zoals De Standaard dat omschrijft, moge blijken uit gesprekken die de uitgevers van De Standaard zelf, nl. de Vlaamse Uitgeversmaatschappij (VUM), kort tevoren hadden met beheerders van De Nieuwe Pers. Daar werd voornamelijk gepraat over een mogelijke kapitaalbreng vanuit de VUM, het verlenen van faciliteiten evt. know-how en samenwerking op het vlak van de advertenties. De fi-

guur van Grammens vormde voor de VUM-onderhandelaars, die ten persoonlijke titel optraden, geen struikelsteen. Veel verder dan een verkenningsronde droegen deze gesprekken echter niet.

Eveneens in de loop van 1980 deed De Nieuwe Pers een voorstel aan de NV Roularta (Knack, Trends, Sportmagazine, E3, Family, De Streekkrant, ...). Dit uitgeversbedrijf uit Roeselare, dat de laatste jaren in volle expansie verkeert en elk jaar zijn winstcijfers verhoogt, reageerde aanvankelijk gunstig op de vraag van De Nieuwe naar kapitaalbreng. Achteraf bleek echter dat de belangstelling van Roularta minder het blad zelf dan wel de figuur van Grammens gold. Het zou in de bedoeling van Roularta gelegen hebben De Nieuwe op te kopen om het blad nadien te laten verdwijnen. Voor Grammens zou men een topfunctie creëren in een nog door Roularta op te richten dagblad. Naar men aanneemt heeft Grammens geweigerd aan deze operatie steun te verlenen (9).

Grammens II

Voor De Nieuwe zat er weinig anders op dan nog eens in de eigen vriendenkring op zoek te gaan naar financiële middelen. Men hoopt dat ook nu weer dit beproefde recept vruchten zal afwerpen. Daarvoor zal echter én de oplage moeten stijgen én de redactionele lijn van het blad drastisch veranderen. Binnen de raad van beheer van De Nieuwe Pers schijnt men zich wel van een en ander bewust te zijn. Men heeft intussen nogal ontgoocheld geconstateerd dat 'er kapers op de kust zitten met andere bedoelingen dan het handhaven — en wij herhalen het: waar nodig, het herstellen — van het oorspronkelijke karakter van ons blad. Diverse rechtse en conservatieve kringen hebben dan ook bij herhaling pogingen ondernomen om zoniet de hele vennootschap dan toch een meerderheidsbelang erin te verwerken. Die pogingen zijn definitief mislukt en we zijn er blij om' (10).

De man die het tij moet keren, Piet De Moor, lijkt sinds enige tijd te beseffen dat men van hem andere dingen verwacht dan het uitvoeren van Grammens' testament. Het begon immers weinig hoopgevend. In zijn eerste hoofdartikel kon De Moor niet nalaten flink na te trappen naar zijn vroegere werkgever, het ACV: 'Vandaag stelt men vast dat de

zedes van vele politieke en syndikale leiders zo verloederd zijn dat zij hun kranten dwingen een weg in te slaan die niet afgebakend wordt door het programma en de beginselen maar uitsluitend door de politieke opportuniteit als gevolg van het om zichzelf begane opportunisme aan de top (...) Als Houthuys zijn positie in de immorele poel van het Belgisch establishment enkel kan handhaven door de Vlaamse arbeiders schaamteloos te bedriegen (en hetzelfde geldt mutatis mutandis voor Debunne), dan zal hij dat ook doen en iedereen waarover hij macht meent uit te kunnen oefenen, trachten te elimineren die hem daarin niet volgt of dwars gaat liggen' (11).

Net als Grammens is Piet de Moor geobsedeerd door het 'politiek establishment'. Begrippen als links en rechts, progressief en conservatief, dekken volgens hem niet langer hun oorspronkelijke inhoud. De Moor heeft het graag over 'een bepaald soort links', meestal omschreven als 'pseudo-links'. Pseudo-links is bijvoorbeeld De Morgen, door De Moor in Spectator als 'het socialistisch propaganda-orgaan van Van Miert' bestempeld. Wie iets wil weten over het ontstaan van De Morgen, leest in hetzelfde artikel dat 'De Morgen zijn ontstaan uitsluitend te danken heeft aan het kraken van Volksgazet en het op straat zetten van de arbeiders die er aan hun brood kwamen' (12)!

Meer nog dan zijn voorganger heeft Piet De Moor het gemunt op de vakbondsleiding. Een week na zijn debuut in De Nieuwe roept hij in een nieuw editoriaal de Belgische arbeiders op om naar het voorbeeld van hun Poolse kameraden vrije vakbonden op te richten. Als reden voor dit advies geeft De Moor aan dat 'niet de arbeidersbewegingen vandaag het lot van dit land in handen hebben, maar wel Houthuys en Debunne, die al hun troeven hebben gezet op carrièrisme en eigenbelang, en vandaar op leugen en bedrog, op chantage, afdreiging en politieke kuiperij'. Voortbouwend op die redenering stelt De Moor vast dat enkel bij de niet-syndikale vleugel van de CVP de beginselvastheid zeer groot is, ofschoon die volgens hem niet de politieke macht in handen heeft... (13).

Overgangsfiguur?

Sinds enige tijd lijkt de toon hier en daar lichtjes gewijzigd. Weliswaar blijft bij De

Moor een fundamenteel wantrouwen bestaan tegenover het dubbel gezicht dat de Vlaamse socialisten zouden opzetten in controversiële aangelegenheden (bv. Zaire), of tegenover 'de trouweloze Martens, die door het Hof belast werd met de opdracht Vlaanderen in de Belgische context institutioneel te minoriseren' (14). Medewerker A. Mommen, auteur van talrijke bijdragen over de Belgische arbeidersbeweging, heeft het over de evoluties binnen de SP, door hem omschreven als een 'nieuwe bourgeoisie' (15). Maar tegelijk groeien bij de hoofdredacteur twijfels over de beginselvastheid van de eertijds fel geprezen CVP-leiding. Of zou het toch kunnen dat 'ook voor Leo Tindemans de politiek uitsluitend een middel lijkt om een verworven positie niet in het gedrang te brengen, zelfs al moet dit betaald worden met het bloed van duizenden onschuldigen die ver van hier aan de bajonetten van militair uitschot worden geregen'? Bedoeld wordt de houding van CVP-EVP inzake El Salvador (16).

Het succes van De Nieuwe hangt zonder twijfel af van Piet De Moor's bereidheid om vroeger geformuleerde standpunten te herzien. Daarvoor krijgt hij bij De Nieuwe Pers (terecht) het nodige krediet. Slaagt hij echter niet, dan is het niet uitgesloten dat na Karel Anthierens in 1974 en Rita Mulier in 1976 ook Piet De Moor een overgangsfiguur wordt.

Poujadisme

De man om wie het allemaal begon, Mark Grammens, werkt momenteel als columnist bij het zakenblad Trends, samen met Lode Claes en de recent in de belangstelling gekomen economieprofessor Van Meerhaeghe uit Gent. Grammens lijkt er konsekvent de lijn door te trekken die hij bij De Nieuwe eertijds uitstippelde. Onlangs nog vroeg hij begrip voor de actie van de kommunistische burgemeester van Vitry (Frankrijk) die de bulldozer liet zetten in een tehuis waar gastarbeiders logeerden. Tevoren wees hij erop, toen geruchten in die zin opdoken, dat een zakenkabinet van technici en gevolmachtigden niet noodzakelijk anti-democratisch hoeft te zijn (17).

Men kan het moeilijk begrijpen dat een figuur als Grammens, die zestien jaar lang het gezicht van De Nieuwe bepaald heeft (inclusief de oorspronkelijke en voor het blad succesvolle linkse koers),

onherroepelijk het pad van de rechterzijde schijnt ingeslagen te zijn. Bijna meewarig wordt het wanneer alleen het uiterst-rechtse weekblad 't Pallieterke bereid gevonden wordt de verdediging van Grammens op te nemen, enkele dagen voor zijn ontslag bij De Nieuwe. Volgens 't Pallieterke betekent het opstappen van Grammens 'een overduidelijk verlies voor de weekbladders in Vlaanderen, een kwade slag voor de strijdbare Vlaamse gemeenschap'. Over de levensbeschouwelijke en maatschappelijke meningsverschillen heen was er met de jaren een gevoel van sympathie gegroeid, zo schrijft het Antwerpse krantje. En verder: 'Van week tot week heeft Mark Grammens zijn scherpste pijlen afgeschoten op die kroonhalzen, de staatslieden-van-mijnvoeten, die slechte herders van hun volk (...) Mark is een internationaal geschoold, knap journalist. Gezegend met een fraaie stijl, met een duidelijke verwoording, met een flair voor analyse en synthese' (18).

Grammens heeft zijn kamp gekozen. In zijn strijd tegen het verziekt bestel sluit hij bondgenootschappen af met degenen die oorspronkelijk 'de vijanden van zijn vijanden' waren. Zijn vriendschap met Lode Claes heeft hem op die manier bij Trends gebracht. Vandaar is het mogelijk nog een stap naar een openlijk en radikaal poujadisme, een ideologie die in tijden van algemene crisis altijd opgeld heeft gemaakt. Wat zijn journalistieke toekomst betreft blijft het echter afwachten. Dankzij de gouden handdruk, waarmee hij bij De Nieuwe afscheid nam, kan hij voorlopig de kat uit de boom kijken. Aanbiedingen voor Grammens zijn er in het verleden genoeg geweest, ook nog recent. Wie hem wil moet hem echter nemen zoals hij is. En dat gebeurt niet altijd zonder moeilijkheden.

Bronnen

(*) Als basismateriaal voor dit artikel dienden de jaargangen van De Nieuwe vanaf het begin van de jaren zeventig. Vele citaten kunnen daarin teruggevonden worden.

- (1) *De Nieuwe*, 24 oktober 1980.
- (2) *De Standaard*, 23 september 1980.
- (3) *De Nieuwe*, 24 oktober 1980.
- (4) *Knack*, 24 december 1980.
- (5) Dit thema werd door Mark Grammens in de jaren zeventig ten overvloede aangesneden. Zie o.a. *De Nieuwe*: 21 juli 1972, 4 januari 1974, 18 januari 1974, 19 april 1974, 28 juni 1974, 4 oktober 1974, 3 januari 1975.
- (6) *De Nieuwe*, 4 april 1974.
- (7) *De Nieuwe*, 11 april 1980.
- (8) Wat de eindfase en het afspringen van de onderhandelingen tussen Kritak en de NV De Nieuwe Pers betreft werden ons talrijke gegevens verschaft door de woordvoerders van beide groepen. Zie in dit verband ook het door Kritak rondgestuurde perscommuniqué van 7 oktober 1980 (dat echter nauwelijks de pers haalde).
- (9) Deze gegevens komen van de h. Van Hilst, directeur van De Nieuwe, die hiermee correcties aanbracht op een relaas van Spectator van 11 oktober 1980.
- (10) *De Nieuwe*, 24 oktober 1980.
- (11) *De Nieuwe*, 31 oktober 1980.
- (12) *Spectator*, 11 oktober 1980.
- (13) *De Nieuwe*, 7 november 1980.
- (14) *De Nieuwe*, 14 november 1980.
- (15) *De Nieuwe*, 9 april 1981.
- (16) *De Nieuwe*, 12 februari 1981.
- (17) *Trends*, 15 november 1980 en 1 februari 1981.
- (18) 't *Pallieterke*, 2 oktober 1980.

feiten en meningen uit de media- wereld

WIM SCHAMP
EN
WIM VAN DER BIESEN

De Raad van Beheer van de B.R.T. heeft een ontwerp van BEGROTING 1981 voorgesteld voor een bedrag van 4,3 miljard frank. Hierbij werd nogmaals de wens geuit dat de B.R.T.-toelage niet minder zou bedragen dan 90 % van de opbrengst van het kijk- en luistergeld in Vlaanderen. In een interview met «De Standaard» gaf administrateur-generaal Paul Vandebussche de volgende verduidelijking: «De opbrengst wordt volgend jaar geraamd op 11 miljard. De verdeling van dat geld zou ik willen zien in een algemeen mediabeleid. Volgens de verdeelsleutel zou het ruwweg neerkomen op 4 miljard voor de R.T.B.F., 6 miljard voor de B.R.T. Het resterende miljard zou ik bestemmen voor de schrijvende pers. Liever dan met de huidige toelagen zouden op die manier alle media worden gesteund. Ik acht het schandelijk dat een dienst als de post-check, die winst zou moeten maken, de gemeenschap 8 miljard kost, terwijl juist een dienst als de omroep, momenteel onrechtstreeks miljarden opbrengt voor de schatkist».

In Frankrijk is de reeds sterk aanwezige concentratietendens in de sector van de communicatiemedia nog toegenomen. De 150 jaar oude uitgevergigant HACHETTE ging eind vorig jaar over in handen van de niet minder gigantische wapen- en satellietconstructeur MATRA. Matra aasde reeds geruime tijd op de financiële controle over Hachette en liet in de loop van 1980 de voornaamste aandelen opkopen via een tussenpersoon, de Parijse belegger Jean-Luc Gendryn wiens investeringsbank tot de 5 grootste van Frankrijk behoort.

Vóór de overname door Matra was Hachette al verantwoordelijk voor een op de vijf boeken die in Frankrijk verschijnen en een op de tien week- of maandbladen. Enkele Hachette-uitgaven: de magazines Elle, France-Dimanche, Télé 7 Jours, Le Point, Confidence, ... In de boekensector bezit Hachette de beroemde serie Livres de Poche en o.m. de uitgeverijen Grasset, Fayard en Stock. In de distributiesector kan men spreken van een monopolie: 1.200 kiosken in stations, metro, vliegvelden en via de Messageries de la Presse Parisienne verdeelt zij de totaliteit van de Franse kranten en bladen. Meer recente activiteiten ontplooidde Hachette in het audio-visueel bedrijf: video-cassettes, reclamefilms voor televisie en bioscoop, databanken en een aandeel van 8 % in RTL.

De financiële groep die nu de controle verwerft over Hachette en waarin Matra 51 %

van de aandelen beheert, brengt zo mogelijk nog groter wild aan. Matra zelf vervaardigt niet alleen gesofistikeerde wapensystemen (vnl. raketbouw), maar heeft ook vaste voet in de automobielsector, de horlogerie en het telefoonwezen. Sinds 1973 heeft de president-directeur van Matra, Jean-Luc Lagardère, de leiding over het commerciële station Europe 1. Maar het laatste snuffje vormt ongetwijfeld de constructie van communicatie- en televisiesatellieten, waarvan Matra als enige in Frankrijk het patent bezit.

De rest van de aandelen vertoef bij de privé-bank van de eerder genoemde Jean-Luc Gendry (19 %), Paribas (10 %) en bij Daniel Filipacchi (20 %), een oude bekende van Lagardère. Deze Filipacchi controleert op zijn eentje o.a. Paris-Match, Lui, de Franse Playboy, Salut les Copains en Age Tendre. Deze indrukwekkende operatie kon volgens ingewijden enkel slagen dank zij discrete bemoeienissen vanuit het Elysée. Men denkt daarbij vooral aan de druk die de staatsholding SOFIRAD op Hachette zou uitgeoefend hebben om het spel mee te spelen. SOFIRAD is samen met Matra de hoofdaandeelhouder van Europe 1 en participeert daarnaast volop in Radio Monte Carlo. Door de kluwen van het netwerk heen menen waarnemers de begeerte van president Giscard d'Estaing te ontwaren om zich bij een volgende ambtstermijn van 7 jaar omringd te zien door een media-vriendelijke omgeving.

«Flair» is de titel van een NIEUW Vlaams WEEKBLAD dat sinds 10 oktober 1980 verschijnt en — volgens de uitgever — afgestemd is op «vrouwen tussen de 18 en 33, die nog geen eigen blad hadden». Toch is «Flair» geen typisch vrouwenblad, maar moet het veeleer gerangschikt worden bij de zgn. «gezelligheidspers» (type «Story», «Privé» en dergelijke). Volgens de hoofdredacteur, Wiel Elbersen, is het «een leuk blad met een kleurig uitzicht en vooral leesbare informatie». Het wordt uitgegeven door de Tijdschriften Uitgevers Maatschappij (T.U.M.) en had aanvankelijk een oplage van 100.000 exemplaren.

Volgens het jaarverslag van het Internationaal Persinstituut gaat de PERSVRIJHEID in de ganse wereld ACHTERUIT. Zelfs in landen met een democratische traditie neemt de overheidsbemoeiing toe. Het IPI vernoemt hier speciaal Zuid-Korea, Spanje, Zuid-Afrika en vooral Frankrijk waar de re-

gering herhaaldelijk pogingen ondernam om «de pers het zwijgen op te leggen betreffende de schenkingen van diamanten die ex-keizer Bokassa aan president Giscard zou hebben gedaan». Het verslag vernoemt één gunstige uitzondering, nl. Polen, waar de censuur gedeeltelijk werd afgeschaft.

•
Hoewel de DAGBLADPRIJS in 1979 nog met 2Fr. verhoogd werd, steeg de prijs in 1980 opnieuw met 1Fr. Deze prijsverhoging had op 13 augustus 1980 moeten ingaan, doch wegens interne meningsverschillen bij de dagbladuitgevers werd de prijsstijging verdaagd. Uiteindelijk kosten de kranten sinds 13 oktober 13Fr. Alleen «Gazet van Antwerpen» behield haar prijs op 12Fr. Het is de eerste maal sinds de Tweede Wereldoorlog dat er binnen de nederlandsstalige dagbladpers een verschillende verkoopprijs gehanteerd wordt.

Op 4 mei 1981 verhoogde ook «Gazet van Antwerpen» haar prijs tot 13Fr. wegens «bedrijfseconomische omstandigheden».

•
Na jarenlange discussies en onderzoeken is de N.O.S. op 5 januari 1981 gestart met een JEUGDJOURNAAL. Deze nieuwsuitzending is bestemd voor kinderen van 10 tot 12 jaar en komt alle dagen, van maandag tot vrijdag op het scherm om 18.30u. Uit een representatief onderzoek was gebleken dat 73 % van de Nederlandse kinderen graag een jeugdjournaal op de televisie zou hebben. Met dit jeugdprogramma heeft de N.O.S. de bedoeling «aan de kinderen dat nieuws voor te schotelen dat voor hen, in hun levensfase van het ontdekken van de wereld om zich heen, van betekenis en van belang kan zijn, en dit op een wijze die voor hen in hun fase van intellectuele ontwikkeling begrijpelijk en bevattelijk is».

Naast berichten uit het zgn. «grote nieuws» wordt ook aandacht besteed aan onderwerpen die specifiek tot de kinderwereld behoren. Hiertoe wordt wekelijks aan 36 vijfde klassen van basisscholen gevraagd wat ze willen weten van het nieuws en welk nieuws uit hun omgeving ze belangrijk vinden voor de kinderen in de rest van Nederland.

•
De reeds jaren aanslepende crisis bij de Londense TIMES ligt achter de rug. Enkele

maanden geleden bleken de 54 vakbonden waarin de 4.000 personeelsleden van de Times Newspapers zijn georganiseerd, geen verhaal meer te hebben tegen het bod dat de Australische krantenmagnaat Rupert Murdoch deed op Englands meest gerespecteerd dagblad. Rupert kocht de Times op, net zoals hij voordien met zovele andere kranten gedaan had.

«Een koopman in bedrukt papier», noemde NRC-Handelsblad de nieuwe eigenaar, nadat de Engelse regering het licht op groen had gezet voor de transactie. Murdoch controleert nu 30 % van de Britse dagbladmarkt en 36 % van de zondagsbladen. Hij heeft de reputatie van zieltogende bladen opnieuw kerngezonde jongelingen te maken. Zijn remedie is eenvoudig: sex, schandalen en sport. Kortom: sensatie. Zo kocht hij eertijds voor een spotprijs The Sun op, die met een stagnerende oplage van 900.000 exemplaren op het punt stond te verdwijnen. Een paar jaar later vlogen er dagelijks van de Sun 4 miljoen exemplaren de deur uit en kon Murdoch er zich op beroemen de grootste krant van Engeland te bezitten. Rupert Murdoch is tegelijkertijd actief op drie continenten. Na de Australische markt te hebben afgeroomd richtte hij zich naar Noord-Amerika en Groot-Brittannië. Op het einde van de jaren zestig werkte hij zich in de Londense News of the World in. Hij ontstootte er de hele bedrijfstop en bouwde de News of the World uit tot 's werelds vulgairste sensatieblad. Met dat blad veroorzaakte hij een nationaal schandaal door een foto af te drukken van een minister, lord Lambton, in het compromitterend gezelschap van een prostituee.

Tot dusver was Murdoch's gehengel naar de meer respectabele pers met minder succes verlopen. In 1976 diende hij zijn kandidatuur in voor The Observer, maar op grond van zijn reputatie werd hij afgewezen. Of het met The Times even vlot (lees: sensationeel) zal verlopen, blijft af te wachten. In de koopovereenkomst moest Murdoch garanderen dat hij zich niet zou moeien met de redactionele autonomie. Murdoch zegde met de glimlach toe.

•
De PRIJS van de T.V.-KRITIEK 1980 ging naar «Ommekaar», het maandelijks programma van Mic Billet en Bea Materne (beiden oudstudenten van de Faculteit Sociale Wetenschappen van de K.U.Leuven), «voor de bewustmakende en vaak aangrijpende manier waarop het programma de aandacht vestigt op uiteenlopende probleemgroepen in de samenleving en hierbij aanzet tot creatieve en concrete oplossingen en onderlinge hulp».

De KLOKKE ROELAND-PRIJS 1980 voor de radio werd toegekend aan het populaire B.R.T.-2-programma van Martin Dejonghe: «Service-Telefoon», omwille van zijn geslaagde combinatie van ontspanning, informatie en dienstbetoon, en de manier waarop het publiek actief bij het programma betrokken wordt».

•
De twintigste BERT LEYSEN-PRIJS voor televisie werd toegekend aan Annie De Clercq, producer bij de Dienst Kunstzaken van de B.R.T., voor haar programma over de Amerikaanse romanschrijfster en essayiste Susan Sontag. Dit programma werd uitgezonden in de reeks «Persona». Het is de tweede maal dat deze prijs aan een vrouw wordt toegekend. De eerste laureate was Lies Huylebroeck, negentien jaar geleden.

•
Het Luikse dagblad LA MEUSE vierde in januari van dit jaar zijn 125ste VERJAARDAG. Deze 'onafhankelijke' krant van conservatieve huize stak in die 125 jaar nooit haar sympathie voor de rechterzijde in dit land weg. Tijdens de Schoolstrijd stond zij op de barrikaden tegen onderwijsminister Collard, maar vijf jaar later tijdens de grote werkstaking ('60-'61) werden de gebouwen van La Meuse in Luik bijna met de grond gelijk gemaakt door woedende stakers. In 1966 werd La Meuse (intussen La Meuse-La Lanterne) voor de ronde som van 150 miljoen BF opgekocht door de groep Rossel (Le Soir), zonder dat echter iets aan de strekking van de krant veranderde. Tevoren behoorde La Meuse-La Lanterne tot het bezit van de adellijke familie de Launoit, een familie met intieme relaties bij het Hof. Een der telgen uit dit geslacht, graaf J.M. de Launoit, vindt men tegenwoordig terug in de financiële top van de Luxemburgse zender RTL.

Met zijn 125 jaar is La Meuse niet de oudste onder de Belgische dagbladen. Le Courrier de l'Escaut (opgericht als anti-organisatorische krant) dateert van 1829 en is dus ouder dan de Belgische staat zelf. Nadien volgt Le Journal de Charleroi, gesticht in 1845 vanuit liberale kringen. Drie jaar later kiest le Journal de Charleroi partij voor het katholieke kamp, om in 1890 onder impuls van de eigenaar Bufquin des Essarts de socialistische rangen te verwoegen.

Sinds Watergate is men op het Witte Huis heel wat minder loslippig geworden tegenover nieuwsgierige persjongens. Dat blijkt nu ook uit een RAPPORT dat de Amerikaanse president REAGAN onmiddellijk na zijn ambtsaanvaarding liet klaarstomen door topadviseur Edwin Meese. Het rapport ('Politics and the Oval Office') bevat richtlijnen voor de president en zijn ministers in hun omgang met de PERS. De studie gaat ervan uit dat 'journalisten een onweerstaanbare neiging hebben om zich vast te pinnen op het onheilspellende en het dramatische. Daarom worden ze best op een zekere afstand gehouden en voor bepaalde materies in het ongewisse gelaten'. I.t.m. zijn voorganger doet de nieuwe president er best aan niet te pas en te onpas op het TV-scherm te verschijnen. Al te regelmatige ontmoetingen met de pers worden aan Witte Huis-medewerkers en topambtenaren sterk afgeraden. Dringen journalisten toch aan op informatie dan geldt als regel ze te overstelpen met droge en technische gegevens. Zulke feiten hebben doorgaans weinig nieuwswaarde, maar door ze ter beschikking te stellen vangt men eventuele kritieken op die meermaals in perskringen geformuleerd worden m.b.t. de 'ontoegankelijkheid en ondoorzichtigheid van het beleid'.

Het rapport besluit met te stellen dat journalisten eerder onbetrouwbaar zijn: gisteren nog beste maatjes met de kandidaat Reagan, zullen ze er vandaag niet voor terugschrikken de nieuwe president stokken in de wielen te steken telkens de gelegenheid zich voordoet.

In NEDERLAND zou, naast de twee reeds bestaande TV-netten een derde COMMERCIËLE ZENDER op het scherm moeten komen. Dit is althans het voorstel dat werd geformuleerd door een groep Nederlandse omroepdeskundigen die de opdracht hadden gekregen aanbevelingen op te stellen met betrekking tot de toekomstige structuur van de Nederlandse Omroep. Aan deze commissie hebben alleen Veronica, de Vara en de NOS hun medewerking willen verlenen.

De Commissie heeft voor deze formule geopteerd, «omdat zij een omroepstructuur, waarin de commercie een duidelijk te onderscheiden plaats inneemt («zodat de kijker weet waar hij aan toe is») verkiest boven de huidige structuur, waarin allerlei commerciële tendensen voortdurend op een verkapt manier een rol spelen».

Dit derde net zou dagelijks acht uur zendtijd moeten hebben, zodat men, voor de drie

Nederlandse TV-netten samen, aan 151 uren en 30 minuten zendtijd per week komt. De lengte van de reclame op het commerciële net zou maximaal tien minuten per uur mogen bedragen, eventueel tussen de programma's door. Op de beide niet-commerciële netten zou een beperkte Sterreclame gehandhaafd blijven.

LIBÉRATION, het dagblad van de Franse achtenzestigsters, IS NIET MEER. Op 21 februari besliste een algemene vergadering van het voltallig personeel de publicatie van Frankrijks enige autogestionnaire krant stop te zetten. Het laatste nummer werd een werkstuk met bedenkingen van alle medewerkers. Op de voorpagina: 'Libération: je t'aime, moi non plus'.

Financiële moeilijkheden speelden in deze beslissing, hoe paradoxaal ook, geen rol. Libération haalde het laatste jaar een dagelijkse verkoop van 40.000 à 45.000 exemplaren. Ter vergelijking: de kommunistische Humanité verloor er hetzelfde jaar 45.000 en de socialistische partij van François Mitterrand heeft alle moeite van de wereld om een eigen dagblad van de grond te krijgen.

Voor het grootste deel van de redactie bleek het werkconcept waarop de productie van Libération stoelde, niet langer te rijmen met hun meer professionele verwachtingen. Het zelfbeheer, het ieder-beslist-over-alles-principe, van in de drukkerij tot op de redactie, leidde volgens feitelijk hoofdredacteur Serge July de laatste tijd tot een 'situatie van broederlijk terrorisme'. Daarom wil July een nieuw soort krant, steunend op professionalisme en duidelijke taakverdeling. Het stopzetten van de huidige formule moet dienen als eerste stap naar een meer 'volwassen' Libé.

Op de algemene vergadering kreeg July 70 procent van het 162 koppen tellend personeel achter zijn project. Daarvan zullen er 40 procent moeten opstappen. Op 13 mei hoopt July klaar te zijn. Zijn Libération zal waarschijnlijk advertenties bevatten (wat tot dusver steeds geweigerd werd), meer kwaliteit en werkingsmogelijkheden én hogere salarissen voor de medewerkers (op dit ogenblik zit men zowat rond het levensminimum).

Op 27 februari deed de rechtbank van eerste aanleg van Brussel uitspraak in het PROCES SIMONET vs. POUR. Oud-minister van Buitenlandse Zaken Henri Simonet (PS)

had in mei 1980 klacht neergelegd tegen het linkse weekblad wegens laster en eerroof. Aanleiding vormde een artikelenreeks waarin POUR het echtpaar Simonet beschuldigde betrokken te zijn bij Belgische wapenleveringen aan Argentinië en Uruguay. Volgens het relaas van POUR had de Belgische firma Beherman-Demoen op 14 maart 1978 een exportvergunning aangevraagd bij minister Simonet voor de levering van BDX-pantservoertuigen aan beide Latijnsamerikaanse landen. Mevrouw Simonet (Marie-Louise Angenent) maakte op dat ogenblik deel uit van de raad van beheer van het bedrijf. Drie maanden eerder ging ze in Buenos-Aires nog de laatste modaliteiten van het contract regelen. Eind 1979 zette Buitenlandse Zaken het licht op groen voor de levering van 5 pantsers aan Argentinië. Dit en nog andere ontdekkingen (o.a. de sleutelrol die de Belgische ambassade in Montevideo zou spelen in de wapenverkoop aan Uruguay) leverden POUR de conclusie dat het met het echtpaar Simonet om een geducht tweetal ging: 'le couple le plus efficace de l'année sur le marché de la mort et de l'hypocrisie'.

De advocaat van Simonet, Mr. Marcel Grégoire, betwistte deze voorstelling van zaken. Hij liet opmerken dat mevrouw Simonet-Angenent niet langer tot de directie van Beherman-Demoen behoorde toen in 1979 de uitvoerlicentie afgegeven werd. Wat haar uitstap naar de Argentijnse hoofdstad betreft, die had volgens de advocaat een louter toeristisch karakter ('Zij ging er bekende watervallen bezoeken'). In zijn conclusies stelt Mr. Grégoire dat POUR 'niet de gangbare regels van de journalistieke deontologie respecteert'. 'Het is niet omdat men de ideeën van POUR niet deelt, dat men een imbeciel, een huichelaar of een moordenaar is. Met welk recht menen de journalisten van POUR iemand te kunnen belasteren die zomaar niet slikt hetgeen zij als evangelie beschouwen?' Simonets raadsman eiste 1 miljoen schadevergoeding voor zijn cliënt en de publicatie van het vonnis in 10 binnen- en buitenlandse kranten.

De rechtbank hield het bij de symbolische frank, maar verplichtte POUR het vonnis te publiceren in 7 kranten. Totale kost: 1 miljoen F (proceskosten inbegrepen). Volgens POUR stond Simonet maar één doel voor ogen: het blad de grond in boren via een reeks financiële veroordelingen door de rechtbanken. De voormalige socialistische excellentie nam hiervoor met mr. Marcel Grégoire een op zijn minst merkwaardige bondgenoot in dienst. Deze Brusselse advocaat, die na de oorlog een tijdlang minister was als lid van de Union Démocratique

Belge, is nl. al jaren editorialist bij La Libre Belgique. POUR gaat tegen het vonnis in beroep.

Bij het weekblad SPECTATOR viel einde maart de keuze op een nieuwe hoofdredacteur. De uitverkorene is JEF ANTHIERENS, broef van Johan en Karel. De beslissing drong zich op nadat voormalige hoofdredacteur Jos Wieërs zijn vroegere functie heropgenomen had als journalist bij Het Volk. Zowel Het Volk als Spectator worden uitgegeven (en gefinancierd) door het ACW.

In sommige kringen werd de keuze van Jef Anthierens met enige verbazing onthaald. Zo constateerde het dagblad De Morgen dat de activiteiten van de oudste der drie broers zich de laatste jaren meer en meer naar de rechterzijde verlegden. In zijn boek 'De Bidsprinkhanen' waarschuwde hij voor de manipulatie van de opinie door de media via linkse infiltratie in de pers. Uittreksels van dit boek verschenen in het maandblad Nouvel Europe Magazine (NEM), voorloper van het huidige Front de la Jeunesse. Jef Anthierens zelf is nog enige tijd beheerder geweest van de uitgeverij Oidep bij wie NEM uitkwam. In 1977 behoorde hij tot de oprichters van de Belgisch-Zuidafrikaanse vriendenkring Protea; later verzorgde hij de TV-kroniek van het Antwerpse weekblad 't Pallieterke.

Mogelijk werd Anthierens aangetrokken, zo voegt De Morgen eraan toe, omwille van zijn ontegensprekelijke commerciële talenten. Jef Anthierens deed eertijds Humo uitgroeien tot Vlaanderen populairste radio- en TV-magazine en zette er zowaar een progressieve stempel op. Als 'dank' benoemde de uitgeverij Dupuis hem tot algemeen hoofdredacteur van alle Dupuis-bladen. In de jaren zeventig werkte Anthierens voor De Post en Panorama, vooraleer hij bij Roularta introk. Bij Roularta had hij de leiding over Family en Sportmagazine.

DE MORGEN heeft toch 1981 gehaald. Op het einde van vorig jaar zag het er belabberd uit voor Vlaanderens progressief dagblad. De schuldenlast was aangezwollen tot boven de 100 miljoen en een eerste reddingsplan werd in december koudweg afgewezen door de financiers van de socialistische mutualiteiten en de verzekeringskas Sociale Voorzorg (Prévoyance Sociale).

Tegelijk gonsde het van geruchten over de toekomst. Zo zou Roularta (Knack, Trends, ...) interesse getoond hebben voor een pakket aandelen in de krant. Manu Ruys van zijn kant schreef in De Standaard dat 'men in de wandelgangen (van het parlement — n.v.d.r.) een uitleg had voor de ongewone braafheid van de SP-fractie; zij verwachtte steun van de kristendemokraten om de krant De Morgen te redden en onthoudt zich daarom van heibel die de partner kan ergeren'. Meer dan een gerucht waren de contacten met de holding IBEL, een dochtermaatschappij van Paribas (Bank van Parijs en van de Nederlanden). IBEL beschikt over de voornaamste aandelen in de Vlaamse Uitgeversmaatschappij (VUM), die eigenaar is van de Standaard-groep. Promotor van dit zonderling aanbod was Hugo Schiltz, sinds vorig jaar voorzitter van IBEL. Naar verluidt zou het ABVV zich verzet hebben tegen enige inbreng vanuit de privé-sector, o.a. wegens de harde voorwaarden die daar gesteld werden (vnl. i.v.m. de aflossing van de schulden).

In februari kreeg het 'definitief' reddingsplan dan toch gestalte. Eerder al had hoofdredacteur Paul Goossens ontslag genomen als verantwoordelijke uitgever en lid van het directiecomité, teneinde druk uit te oefenen op de socialistische geldschieters. Het uiteindelijk akkoord bepaalt dat de Socialistische Gemeenschappelijke Actie de bestaande verliezen aanzuivert en dat er een nieuwe kapitaalbreng van 85 miljoen komt vanwege het ABVV, de SP en de drukkerij Het Licht. De rol van de socialistische verzekeringen en ziekenfondsen wordt in de nieuwe vennootschap die de NV De Roos opvolgt, tot minieme proporties herleid. Elf redacteurs (waaronder Jos De Man) en vier bedienden vloeien af.

De nieuwe uitgeversmaatschappij Samenwerkende Vennootschap De Morgen staat onder leiding van afgevaardigde-beheerder Jo Vermaesen (lange tijd economisch adviseur van Willy Claes), Louis Melis (als vertegenwoordiger van het ABVV) en Luk Wallyn die de vzw. Solidariteitsactie De Morgen vertegenwoordigt. Deze VZW coördineert de steunmanifestaties en geldinzamelingen vanuit de lezers- en sympathisantkring.

'De atmosfeer waarin de maatregel om RECLAME OP DE BRT te brengen is genomen, laat het slechtste verhopen. De tendens is aanwezig om de BRT zelf daar weinig van te gunnen, om alles in de grote

staatspot te steken. Men heeft bovendien alweer geopteerd voor het nemen van een geïsoleerde beslissing, terwijl we toch al jaren zitten te wachten op een globaal mediabeleid, dat er maar niet komt'. Zo luidt de commentaar van Herman Balthazar, voorzitter van de raad van beheer van de BRT, op de regeringsbeslissing van 22 maart. De maatregel maakt deel uit van een globaal pakket besparingsingrepen (totaal bedrag: 33 miljard) waartoe het kabinet Martens IV overging een week voor zijn val. In de laatste zes maanden van 1981 zou via de omroepreclame 1 miljard F in de schatkist moeten vloeien. Voor de concrete reglementering en modaliteiten moet de regeling Eyskens zorgen.

De tot dusver genoteerde reacties zijn eerder negatief. Tot de tegenstanders van het project behoren ondermeer de BRT/RTBF-vakbonden, de Bond van Grote en Jonge Gezinnen, de verbruikersverenigingen, de Belgische dagbladuitgevers, de Unie van Uitgevers van de Periodieke Pers, de Nationale Federatie der Informatieweekbladen, ... Het ACV-dagblad Het Volk verklaart zich eveneens contra.

Binnen de politieke partijen houdt men zich voorlopig op de vlakte. Vooral de SP moet hier een harde noot kraken. De partij die zich in het recente verleden bij monde van voorzitter Van Miert nog principieel tegenstander noemde van elke vorm van etherreclame, maakte tijdens het conclaaf van 22 maart een ommezwaai van 180 graden. Van Miert, hierover ondervraagd door Humo, beroept zich op pragmatische motieven: de reclame stroomde toch al binnen via de kabel, weliswaar in weerwil van de wet, en met verder tegen te stribbelen bereikt men alleen dat er een echte commerciële zender komt o.i.v. de liberalen. Door nu reclame toe te laten, strikt gereguleerd en gekoppeld aan de oprichting van een Mediaraad, wordt tenminste het omroepmonopolie van de BRT/RTBF gered, aldus Van Miert.

Volgens het veertiendaags media- en reclametijdschrift PUB stegen de totale RECLAME-INVESTERINGEN in BELGIË in 1980 met 7,76 %, vergeleken met 1979. Het meest vooruitgang boeken radio- en bioscoopreclame en in mindere mate televisie, tijdschriften en affichage. Alleen de dagbladen moesten het met minder reclame stellen: 98,83 % van de vorige pot.

licentiaatsverhandelingen

johan de gendt

De houding van de omroep t.o.v. zijn publiek en een verkenning van de mogelijkheden tot wisselwerking

Fac. Soc. Wet., Leuven, september 1980, 87 blz.
(Promotor: Prof. Dr. L. Boone)

Aan de basis van dit werk lagen een aantal vaststellingen en bespiegelingen in verband met de omroep. Vooreerst was er de zelfgenoegzaamheid waarmee omroepcommunicatoren klaarblijkelijk hun werk verrichten (1). Een ander opmerkelijk feit is de souplesse waarmee omroepbeleidslui in vraaggesprekken hun verantwoordelijkheden afschuiven door te wijzen op de organisatorische erfdiensbaarheden van het bedrijf (2). Tenslotte is het frappant hoe allerlei gemeenplaatsen over medium en publiek de ronde doen, zonder dat iemand zich daarbij ogenschijnlijk afvraagt wat de waarde is van uitspraken als 'de man van de straat' en 'de vervelende werkdag'.

In het eerste deel hebben we getracht na te gaan wat de invloed is van publieksopvattingen van de communicator op de andere factoren van het omroepcommunicatieproces.

Experimentele studies die tussen 1950 en 1960 werden verricht en die tot 1969 veelvuldig werden geciteerd en zelfs herdrukt, toonden aan dat het publieksbeeld een belangrijke en stabiele factor is in het communicatieproces.

Binnen de huidige publiekrechtelijke omroep bestaan verscheidene publieksopvattingen naast elkaar. We beschrijven een aantal publieksbeelden zoals die in de literatuur voorkwamen (3).

Paternalisme is een waardensysteem uit hoofde waarvan een minderheid een meerderheid overheerst. De heersende minderheid oefent controle uit op de massamedia, omdat zij het tot haar plicht rekent de meerderheid te leiden en te beschermen 'tegen slechte invloeden'. Paternalisten bedelen zichzelf de missionerende rol toe van opvoeder, informant en willen het cultureel peil en de goede smaak optrekken tot hun eigen niveau.

Een ander waardenstel kunnen we betitelen als 'vertrossing-ritualisme'. Beide begrippen dekken dezelfde lading maar de klemtoon ligt anders. Vertrossing legt de nadruk op de visie van de creatieve communicator, 'ritualisme' op die van programma-planners.

Vertrossing kan karikaturaal omschreven worden als volgt: "Ik breng in mijn uitzending alleen wat de mensen willen zien. Niet alles wat ze willen maar alles wat ik hen breng behoort tot wat zij willen, ook wanneer ik het zelf nogal dom vind. Hoofdzaak is dat het de mensen bevalt. Hoe zou ik er toe komen iets aan te bieden waar naar zij helemaal niet gevraagd hebben?"

Ritualisme is een antwoord op een anomische situatie die verschijnt als bedreigend en verontrustend en waaraan wordt tegemoet ge-

komen door het stellen van routinegedrag. In de omroepsituatie is ritualisme de tendens om steeds weer terug te vallen op dezelfde formules waarvan men zeker is dat ze zullen aanslaan bij het publiek.

Professionalisme: volgende componenten zijn van belang.

- Men wil kunnen beslissen en produceren zonder externe druk. Het doet er niet toe of die afkomstig is van de beleidshierarchie van mensen buiten de organisatie of van het publiek.

- Als belangrijkste referentiepunt heeft men de opmerkingen en suggesties/oordelen van collega's.

- Evaluatie blijft binnen de kring van de omroeporganisatie. Er is sprake van een latente subcultuur van broeders in het vak. De criteria om iets als goed of slecht te beoordelen worden gevonden in de professie zelf. De mening over de kwaliteit van een programma wordt gevormd aan de hand van vaktechnische overwegingen met uitsluiting van anderssoortige maatstaven.

- Er wordt een geloof ontwikkeld in de dienstbaarheid aan het publiek. Middels een set van stereotypen wordt de eigen dienstbaarheid geponeerd. Een onmisbare schakel waar men enerzijds externe invloed wil inperken; anderzijds de eigen relevantie naar de maatschappij toe moet legitimeren.

Formalisme gaat er van uit dat de leidraad voor het programmeren te vinden is in de vigerende wetgeving. Programma's moeten aldus voldoen aan de wettelijke bepalingen. In deze redenering worden principes als objectiviteit, het niet strijdig zijn met de openbare orde en goede zeden, het niet in strijd zijn met de veiligheid van de staat, de opdracht tot voorlichting, vorming en ontspanning als voldoende duidelijk geacht om te weten waaraan programma's dienen te beantwoorden.

Het structuralisme gaat er van uit dat boodschappen moeten beantwoorden aan de normen die door onderling overleg zijn tot stand gekomen.

Bij de *politieke of filosofische publieksopvatting* wordt het publiek gedefinieerd als behorend tot een filosofische of politieke strekking. Door het aan bod laten komen van de verschillende strekkingen, tracht men tegemoet te komen aan de pluralistische samenstelling van het publiek. In de vroegere verzuilde periode dienden alle programma's hieraan te beantwoorden. In de huidige opvatting wordt het begrip nog uitsluitend gehanteerd met betrekking tot informatieve programma's. Ook tracht men aan de verscheidenheid van het publiek tegemoet te komen door de samenstelling van raden en het benoemen van personeelsleden te laten afhangen van hun lidmaatschap van een politieke familie.

Specialisatie stelt zich op het standpunt van de programmaplaner. Het komt er volgens deze opvatting op aan het publiek zo goed mogelijk te kennen om er naar te produceren. Het totale programma-aanbod moet alzo tegemoetkomen aan de verschillende noden van dat publiek. Dit kan ondermeer bereikt worden door het uitzenden van programma's voor specifieke doelgroepen en minderheidsgroepen.

De democratische visie vertrekt van twee gelijklopende basisprincipes: het recht om te zenden en het recht om te ontvangen. Deze basisrechten kunnen niet getemperd worden door minderheden tenzij een openbare discussie waaraan iedereen vrij kan deelnemen er anders voor beslist. Iedereen heeft het recht van uitzending, aangezien allen gelijkwaardige leden zijn van de gemeenschap. Dit recht is niet alleen een individuele maar tevens een sociale behoefte omdat echte democratie participatie impliceert.

De emancipatorische visie wenst door middel van massacommunicatie bij te dragen tot de zelfwerkzaamheid van individuen binnen hun sociale omgeving. In geen geval kan emancipatie worden omschreven door een andere groep.

We hebben deze publieksbeelden samengebracht in een typologie. Het hierna volgend schema rangschikt deze publieksattitudes naar een drietal criteria.

1. *Publieksgevoeligheid*. Het geeft aan of communicatoren zich bij het maken van boodschappen laten leiden door karakteristieken van het publiek of een beeld ervan. Paternalisme, ritualisme, vertrossing, politieke en filosofische visie, de specialistische, de emancipatorische, kunnen worden bestempeld als publieksgevoelig. In sommige gevallen refereren communicatoren duidelijk naar andere personen. Zo verwijzen 'professionalisten' bijvoorbeeld duidelijk naar collega's.

2. *Referenties*. Attitudes geven ook aan of communicatoren positief of negatief naar hun publiek refereren. Een negatieve referentie betekent dat zenders hun gehoor als minderwaardig beoordelen (cfr. paternalisme, vertrossing, ritualisme). Een publieksattitude houdt een positieve verwijzing in wanneer daarentegen levensgewoonten, smaak en verwachtingen van een zeer gediversifieerd publiek als uitgangspunten dienen voor het maken van programma's zonder dat deze gekaderd zijn in een massavisie. (Cfr. de politieke en filosofische visie, de specialistische, de emancipatorische en de democratische).

3. *Feed-Back*. Een publieksattitude duidt niet alleen aan of communicatoren rekening houden met hun publiek, hij geeft waarschijnlijk ook weer of hij bereid is het publiek daadwerkelijk te be-

trekken bij het productieproces en of hij overeenkomstig zijn publieksbeeld zal corrigeren. Blijkens onze indeling zal de wil tot feed-back aanwezig zijn wanneer communicatoren a) publieksgevoelig zijn en b) positief refereren naar het publiek.

Legende

- Publieksgevoeligheid is af te lezen uit de eerste twee kolommen. Wanneer een attitude wordt omschreven als niet-publieksgevoelig, wordt dit in de tweede kolom aangeduid door een (0).
- Een positieve referentie wordt in de tweede kolom aangeduid door een (+), een negatieve door een (-)
- De bereidheid tot feed-back is af te lezen uit de derde kolom.

	NADRUk OP PUBLIEKS- BEELD BOODSCHAP MEDIUM KANAAL	DUIDELIJK NEGATIEVE OF POSITIEVE REFERENTIE	INTENTIE TOT CORRECTIE OP EIGEN VISIE EN TOT WISSEL- WERKING
PATERNALISME	0	-	-
VERTROSSING	0	-	-
RITUALISME	0	-	-
PROFESSIONALISME	+	0	-
STRUCTURALISME	+	0	-
FORMALISME	+	0	-
POLITIEK FILOSOFISCH	0	+	-
SPECIALISATIE	0	+	+
EMANCIPATORISCH	0	+	+
DEMOCRATISCH	0	+	+

Voetnoten

(1) Deze zelfgenoegzaamheid moge bijvoorbeeld blijken uit de argumentering over het beëindigen van een bepaald programma. "Nou om het simpel te zeggen omdat wij na die drie jaar als redactie, zelf graag iets anders willen gaan doen en nadat we de indruk hebben dat na die drie jaar, ja die alternatieve geneeswijzen voldoende belicht zijn. Dat het weer eens tijd wordt voor iets anders." HILVERSUM I, *Ratel*, 20-05-80, 11.30 - 12.30 u.

(2) Zo maakt Hendriksen melding van het feit dat in Hilversum "het uitzenden van de wekelijkse speelfilm op woensdag geen verband houdt met de publieke wens terzake, maar met het feit dat belangrijke voetbalwedstrijden die door dezelfde zendgemachtigde (NOS) worden uitgezonden meestal op woensdag worden gespeeld." P. HENDRIKSEN, "Omroep en onderzoek" in W. HUYGEN (eindred.), *50 Jaar AVRO, historie en perspectieven*, 1973, p. 147.

(3) De term publieksbeeld kan wel verwarrend werken omdat sommige van deze opvattingen niet echt verwijzen naar het publiek. We opteren dan ook eerder voor de term publieksattitude. Die kan worden omschreven als de bereidheid van de communicator om zijn programma's op zijn gehoor af te stemmen en zijn beoordeling die hij erover uitspreekt. Een dergelijke uitbreiding van het begrip heeft het voordeel dat bij veldonderzoek van vooraf de mogelijkheid wordt ingebouwd dat communicatoren niet naar het publiek verwijzen. Bovendien biedt de "publieksattitude" op deze manier een goede indicator voor het verloop van het gehele communicatieproces.

Beknopte bibliografie

- BARDOEL, BIERHOFF, VASTERMAN, *Marges in de media. Het verbroken contact tussen omroep en publiek*, Baarn, Het Wereldvenster, 1975.
- GANS H.J., "The creator-audience relationship in the mass-media: an analysis of movie-making" in M. ROSENBERG, D.M. white (eds.), *Mass culture*, Glencoe Ill., Free Press and Falcon's Wing Press, 1957.
- Mc QUAIL D., "Uncertainty about the audience and the organization of mass-communications" in HALMOS P., *The sociology of the mass-media communicators*, University of Keele, 1969.
- SCHAAFSMA H., De verantwoordelijkheid van de programmamaker, in *Cahiers over massacommunicatie*, nr. 9, Amsterdam, Wetenschappelijke Uitgeverij, 1972.

dziga vertov. een montageconcept

Fac. Soc. Wet., Leuven, september 1980, 165 p.
(Promotor: Prof. Dr. J.M. Peters).

Filmgeschiedenis is geen onbeschreven blad. Hoewel het zelden wordt opgemerkt, schrijft de filmhistoricus onherroepelijk vanuit een bepaald standpunt. Zo ziet de filmgeschiedenis er vaak uit als een bevestiging van zijn eigen cinema; als een lineair en teleologisch proces "waarvan de finaliteit geen andere is dan de actualiteit van waaruit de filmhistoricus schrijft" (1). Wat de revue passeert is een reeks van technische, stilistische en formele innovaties die alle, zonder uitzondering, aan de oorsprong liggen van een esthetisch verkrijgingsproces waarvan de perfectie, het einddoel zich situeert in onze eigen filmactualiteit. Hoe vaak wordt bijvoorbeeld de stomme film niet waargenomen als een film waarvan het geluid "ontbreekt"?

Die teleologie afficheert zich voor de filmhistoricus veelal onder het embleem van "voorlopers" en "modellen". Twee elementaire en stereotiepe etiketten waaronder de veelzijdigheid en complexiteit van het verleden wordt bedolven. Maar wel handig, omdat zij de illusie van "progressisme" en "vooruitgang" levendig houden. Elke mogelijke breuk en tegenstelling, iedere aarzeling, twijfel of flou worden er banaal onder weggenivelleerd.

Het oeuvre van Dziga Vertov (Sovjet-Unie: 1896-1954) ontsnapt niet aan dat soort van reducties. Traditioneel markeert het voor de filmhistorici het begin van de documentaire cinema. Van die cinema die men meestal vooral al gedefinieerd heeft als "un cinéma qui capte en direct (sur le terrain, hors du studio) la parole et le geste au moyen d'un matériel synchrone, léger et facilement maniable" (2).

Het bewijs daarvoor vindt men dan in de semantische gelijkheid tussen "Kino-Pravda" en "cinéma-vérité"; of in heel die notie van het "Film-Oog" en die Vertov omschreef als "het leven zoals het is"; of in die niet weinig provocerende formule van "la vie à l'improviste".

Heel het oeuvre van Vertov, zo zegt men, is doordrongen van die ene idee van "documentaire". Het is deze die de specifieke plaats bepaalt van Vertov in de filmgeschiedenis en die vooral de mythe markeert van Vertov als voorloper en model.

In onze benadering van dit werk wensten wij niet aan de aankomst te staan, maar aanwezig te zijn bij het vertrek. Bij dat euforisch moment waarin alles nog mogelijk is. Het filmtheoretische denken van Vertov interesseerde ons niet als voorbeeld of model in de marge van de filmgeschiedenis, maar als een zelfstandig denken binnen een eigen actualiteit. Als een denken dat niet weet welke verrassingen de geschiedenis nog in petto heeft.

Daarbij noteerden wij dat die actualiteit in de eerste plaats bepaald werd door een zoeken naar de toeschouwer. Wat wij genoemd hebben: de filmische efficiëntie.

In tegenstelling tot het beeld dat zijn biografen en de geschiedenis ervan gemaakt hebben, is het filmtheoretische probleem bij Vertov nooit helemaal herleidbaar tot een zuiver formeel probleem (documentair versus fictie/montage versus illusionisme). Men zou waarschijnlijk het meest essentiële ervan mankeren, mocht men voorbijgaan aan de "kijker" waar Vertov in zijn teksten voortdurend naar refereert. De toeschouwer, zijn beïnvloeding bepaalt in ruime mate de specifieke houding van Vertov tegenover de filmische vormgeving. Heel zijn filosofie in dat verband is solidair met de idee van het aanwakkeren en mobiliseren van het (klasse- en massa) bewustzijn van de toeschouwer. "Donner aux travailleurs une conscience claire des phénomènes qui les entourent", dat is het pro-

gramma van Dziga Vertovs filmpraktijk. "En dévoilant l'origine des choses, la caméra offre la possibilité à chaque travailleur de se convaincre concrètement que c'est lui qui fabrique toutes les choses et que c'est par conséquent à lui qu'elles appartiennent". Elders gaat het om "de nieuwe mens", "de labourer sa conscience", zelfs: "de donner aux travailleurs la possibilité de voir la vérité et de mettre en doute la nécessité de vêtir et de nourrir la caste des parasites" (3).

Die subversieve drang naar "bewustmaken" kan teruggevonden worden in de persoonlijkheid van Vertov zelf. In de eerste plaats in zijn politiek engagement. Vertov stond achter de revolutie. Hij nam er zelfs actief aan deel in de door de Sovjetregering opgezette "filmcomités" en op de "propagandatreinen" die naar het front en de pas veroverde gebieden reden om er de nieuwe, revolutionaire ideeën te verspreiden.

Maar die drang werd evenzeer bepaald door een onvoorwaardelijk geloof in het bewustzijn zelf; in de kracht van de kennis, inzicht, wetenschap en moderne technieken, gemoduleerd volgens de positivistische overtuiging van "kennis is macht". Een overtuiging die trouwens ruim verspreid was in die jaren: eigen aan heel de intellectuele stroming van futuristen en constructivisten waarmee Vertov zich verbonden had; maar eigen ook aan de Partij en de regering zelf. Hoe bijvoorbeeld niet getroffen worden door het haast perfecte parallelisme tussen de spontane aspiraties van Vertov en de visies en gedachten die zich tijdens de burgeroorlog onder de revolutionairen ontwikkeld hadden; door hun diep verlangen naar een "nieuwe mens"; naar een mens vooral die de voordelen zou plukken van een moderne, geïndustrialiseerde samenleving.

Vandaar ook de polemische overzoenlijkheid van Vertov tegenover de film d'art, het film drama. Tegenover die cinema die in studio's wordt gedraaid, op basis van een literair scénario, gespeeld door acteurs, omringd door een perfecte mise-en-scène, en die Vertov kwalificeerde als "literair", "theatraal" of "artistiek".

In naam van de wetenschap, techniek en bewustzijn, verwerpt Vertov de film d'art. Voor hem is het film drama niet alleen de vertelling van een (meestal fictief) verhaal, maar ook, en vooral, de exploratie van illusionistische technieken. Het streeft ernaar het verhaal te omkleden met een perfecte "ambiance" die gericht is op een sterke emotionele en psychologische manipulatie van de kijker. Het film drama is suggestief en exciterend; het brengt de toeschouwer in een staat "van buiten zichzelf zijn", in een toestand van geestesvoering, van opwinding, van extase. Een toestand die Vertov vergelijkt met een vorm van contemplatieve, religieuze passiviteit. Het film drama, zegt Vertov, is een drug, opium voor het volk, een verslaving.

Tegenover dit massale overwicht van fictie, illusie en suggestie plaatste Vertov de notie van het "Film-Oog" in zijn dubbele, maar tegelijk tegenstrijdige articulatie van documentaire en montage.

Hoe paradoxaal die toestand wel is, blijkt als men beide dimensies van Vertovs filmconceptie naast mekaar zet. Aan de ene kant verwerpt hij elke vorm van "mise-en-scène". Het enige materiaal dat hij in zijn film verdraagt is het document, de brute realiteit. In plaats van fictie en verhaal, het werkelijke leven, de dagelijkse realiteit. Waarbij hij er nauwlettend op toekijkt dat bij het binnendringen ervan, de normale loop zo weinig mogelijk wordt verstoord. "La vie à l'improviste" (4) was daarvan trouwens de meest extreme expressie. Onder geen beding mocht de cameraman tussenkomen tijdens het filmen. Hij moest als het ware "onzichtbaar" zijn, verborgen voor de mensen die hij filmde, omdat zij bij het zien van de camera zich misschien zouden gaan gedragen, poseren, "zichzelf in beeld zetten" (in de Franse betekenis van mettre-en-scène).

Maar, terwijl hij voor geen enkele extravagantie terugschrok om wat zich voor de camera afspeelt zo intact mogelijk te houden, haalt Vertov met de camera zelf, de meest onverwachte capriolen uit. Hij

bedenkt de vreemdste invalhoeken waardoor die werkelijkheid ineens vanuit een totaal nieuw perspectief bekeken wordt: vertraagde en versnelde opnamen, omgekeerde film, dubbeldrukken, scheve camera's, freeze frames, animatie... men kan het niet zo gek bedenken, of Vertov heeft het op één of andere manier in zijn films toegepast. De aanwezigheid van een maker en van de camera is in zijn films nooit volledig weggewerkt. De wijze waarop hij de werkelijkheid focaliseert, is altijd sterk gemarkeerd. Opvallend daarbij zijn vooral het nadrukkelijke spel met opname en montage. Het vervreemdend perspectief van de close-up, de discontinuïteit, het doorbreken van de narratieve causaliteit, montagesprongen in tijd en ruimte... zijn in zijn films uitgewerkt tot systeem. Beeld en las worden door Vertov altijd extra in de verf gezet. Zodanig zelfs, dat geen enkele filmische schriftuur zo artificieel, zo gemaakt overkomt, als diegene die beweert "la vie à l'improviste" te onderscheppen.

Welke betekenis moet aan die esthetische ambivalentie toegekend worden? Vertov: "entrant résolument dans l'imbroglie de la vie, le Ciné-Oeil conteste la représentation visuelle du monde donnée par l'oeil humain et propose son propre je vois" (5).

De gehechtheid van Vertov aan de realiteit is nooit zonder enige dialectiek. Hoe realistisch hij ook is, de klip die daarbij moet ontweken worden is die van de blinde onderwerping aan de werkelijkheid; het neerstorten in het ravijn van de naturalistische illusie; op de afbeelding om de afbeelding. Wat het Film-Oog karakteriseert is een gelijktijdige afkeer van het mimetische, van iedere vorm van naturalisme en illusionisme (en, enigszins anticiperend, van al datgene wat de filmgeschiedenis samengevat heeft onder de gemeenschappelijke noemer van "transparantie").

Het Film-Oog is geen passieve, nabootsende registratie van de werkelijkheid, maar onderstelt een actief, dynamisch bestanddeel. Onderstelt, wat wij noemden, een dialectisch perspectief.

Hoewel verankerd in de werkelijkheid, dicteren de gebeurtenissen bij Vertov het filmische verloop niet, maar zijn ze onderworpen aan de logica van de dialectiek. De dialectiek overschrijdt het concrete. Zij is extern en gericht op het geheel. Zij viseert de beweging, het veranderlijke en zij voorspelt het verloop aan de hand van interne contradicties. Vandaar Vertovs afkeer van iedere vorm van naturalisme en illusionisme; vandaar ook zijn drang naar manipulatie, schikken en herschikken; m.a.w. zijn zin voor montage.

Montage is voor Vertov datgene waarmee hij de dialectische logica - in al zijn articulaties van sprong en conflict, maar ook van samenhang en organiciteit - kan vangen. Aan de basis ervan ligt de notie van "het interval".

De term interval is een differentieel begrip. In zijn muzikale context betekent hij het verschil in hoogte tussen twee tonen. Bij Vertov markeert die term het verschil, de absolute discontinuïteit tussen de opnamen. Montage valt bij Vertov niet samen met het wegwerken van montage zoals de ingeburgerde narratieve continuïteitsmontage nastreeft. Het interval heeft bij hem niet die verbindende functie die de film las traditioneel bezit, maar kenmerkt zich als een fractuur, als een harde, niet weggeretoucheerde montagesprong. De filmische syntaxis markeert bij Vertov discontinuïteit en heterogeniteit. Zijn montagestructuur slingert de kijker als het ware van het ene systeem in het andere. Vertov: "toutes les images se trouvent en état de translation continue". Nauwelijks heeft de toeschouwer zich geïnstalleerd in een "herkenbare reeks van beeldopvolgingen", of onmiddellijk daarop wordt hij uit dat comfort gelicht. De reeks wordt afgebroken en zij slaat om in haar tegendeel. Wat die structuur innoveert is de tegenstelling, meer in het algemeen: het paradigmatische, ieder filmfragment is als het ware een voorlopige keuze binnen een tegengestelde altijd omkeerbare reeks. De basisvorm van de intervalmontage is die van het paradigma: ofwel, ofwel...

Anderzijds, heeft de term montage voor Vertov ook een "verbin-

dende" functie. Montage dekt bij hem niet alleen het conflict, de tegenstelling, maar ook en tegelijk de organisatie van het tegengestelde in één "organisch" geheel. Montage is ook datgene wat de filmfragmenten aan mekaar verbindt, wat de samenhang van het geheel verzekert.

Heel de theorie van Vertov insisteert op dit dubbel aspect van de montage: het conflict tussen het ene filmfragment en het andere; en de ordening van die partiële conflicten in één organisch geheel.

In die zin is het interval voor Vertov een middel om te ontsnappen aan datgene waarvan hij een duivelse afkeer heeft: de illusie van continuïteit en homogeenheid; de illusie van transparantie. De term interval suggereert een montagesysteem dat stoelt op heterogeniteit en contradictie.

Vertov: "tout est dans telle ou telle juxtaposition de situations visuelles, tout est dans les intervalles".

voetnoten:

- (1) LAUWAERT, D., "D.W. Griffith: His Master's Voice", in *Communicatie*, winter, 1975-1976, nr. 4.
- (2) MARSOLAIS, G., *l'aventure du cinéma direct*, Parijs, Seghers, 1974.
- (3) Al de citaten van Vertov komen uit: VERTOV, D., *Articles, journaux, projets*, Parijs, éditions 10/18, 1972.
- (4) Wij houden het meest van die Franse terminologie, omdat zij naar ons gevoel het best uitdrukt waarover het gaat. Letterlijk vertaald zouden wij moeten zeggen: "Het leven onverwacht gegrepen". Wij vinden echter dat alle slagkracht uit die vertaling verdwenen is. Kernachtiger zou zijn: "Uit het leven gegrepen", maar dat roept dan weer andere connotaties op.

beknopte bibliografie.

- ABRAMOV, N.P., "Dziga Vertov", in *Premier plan*, s.d., nr. 35
- AUMONT, J., "Le concept de montage", in *Cahiers du cinéma*, april, 1969, nr. 211
- BONITZER, P., "Voici. La notion de plan et le sujet du cinéma", in *Cahiers du cinéma*, januari-februari, 1977, nr. 273.
- BONITZER, P., "Fétichisme de la technique: la notion de plan", in *Cahiers du cinéma*, november; 1971, nr. 233
- BRION-GUERRY, L., *L'année 1913. Les formes esthétiques de l'oeuvre d'art à la veille de la première guerre mondiale*, 3 delen, Parijs, Klincksieck, 1971
- CROFTS, St. en ROSE, O., "An essay toward Man with a movie camera", in *Screen*, spring, 1977
- GRAY, C., *The Russian experiment in art*, Londen, Thames and Hudson, 1971
- LEYDA, J., KINO, *A history of the Russian and Soviet film*, Londen, Allen and Unwin Ltd., 1971
- METZ, Ch. *Essais sur la signification au cinéma*, 2 delen, Parijs, Klincksieck, 1971
- METS, Ch., *Langage et cinéma*, Parijs, Larousse, 1971
- MICHELSON, A., "L'Homme à la Caméra. De la magie à l'épistémologie", in *Cinéma: théorie, lecture*, Parijs, Klincksieck, 1973
- MITRY, J., *Esthétique et psychologie du cinéma*, 2 delen, éditions universitaires, 1963
- MITRY, J., "Problèmes fondamentaux du montage au cinéma dans les années vingt", in *Collage et montage au théâtre et dans les autres arts durant les années vingt*, Parijs, La Cité, 1978
- MOUSSINAC, L., *Cinéma soviétique*, Parijs, éditions d'aujourd'hui, 1976
- SADOUL, G., *Dziga Vertov*, Parijs, Cham-Libre, 1970
- SCHNITZER, L. en J., "Vertov", in *Anthologie du cinéma*, april, 1968, nr. 34
- X., "Ne copiez pas sur les yeux, disait Vertov", in *Cinéthique*, s.d., nr. 15/16
- X., "Le Cinéma", in *L'Art dans la Russie nouvelle*, Parijs, Rieder, 1927.

uit de tijdschriften

JOURNALISM QUARTERLY

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

Vol. 57, nr. 4, winter 1980.

Richard A. SCHWARZLOSE, *The Nation's First Wire Service: Evidence Supporting a Footnote*, 55

Mark FACKLER and Clifford G. CHRISTIANS, *John Milton's Place in Journalism History: Champion or Turncoat?*, 563

Lee B. BECKER, D. Charles WHITNEY and Erik L. COLLINS, *Public Understanding of How the News Media Operate*, 571

Alexis S. TAN and Kermit Joseph SCRUGGS, *Does Exposure to Comic Book Violence Lead to Aggression in Children?*, 579

Sheldon GILBERG, Chaim EYAL, Maxwell McCOMBS and David NICHOLAS, *The State of the Union Address and the Press Agenda*, 584

Judee K. BURGOON and Michael BURGOON, *Predictors Of Newspaper Readership*, 589

Lauren KESSLER, *The Ideas of Woman Suffragists and the Portland Oregonian*, 597

Mary W. JARRARD, *Emerging ERA Patterns in Editorials in Southern Daily Newspapers*, 606

John STAUFFER, Richard FROST and William RYBOLT, *Recall and Comprehension of Radio News in Kenya*, 612

Daniel RIFFE, *Relative Credibility Revisited: How 18 Unnamed Sources Are Related*, 618

Carl R. BYBEE, *Facilitating Decision-Making Through News Story Organization*, 624

Mark P. McELREATH, *An Open System Analysis of Deadlines in Newswork*, 631

Anju G. CHAUDHARY, *Press Portrayal of Black Officials*, 636

John N. RIPPEY, *Use of Polls as a Reporting Tool*, 642

Richard C. VINCENT, *The Evolution of Television Criticism in the New York Times: 1949-1977*, 647

Warren T. FRANCKE and Douglas A. ANDERSON, *Expectations and experience in Conversion to VDTs*, 652

Michael W. SINGLETARY and Gene STULL, *Evaluation of Media by Pennsylvania Police Chiefs*, 655

George E. STEVENS, *Defending and Indemnifying Reporters in Tort Actions*, 658

Michael E. SOLIMINE, *Newsmagazine Coverage of the Supreme Court*, 661

William B. BLANKENBURG, *Determinants of Pricing of Advertising in Weeklies*, 663

Stempen LAMOUREUX and James BENNETT, *How RTNDA Members View Importance of Writing*, 666

Yorgo PASADEOS, *Yeasaying in Readership Surveys: An Example*, 670

W. Bryant BOUTWELL, *Public Service Utilization by Texas Radio Stations*, 674

COMMUNICATION RESEARCH

Uitgegeven door: Department of Journalism,
University of Michigan.

Vol. 7, nr. 3, oktober 1980.

Paul M. HIRSCH, *The «Scary World» of the Nonviewer and Other Anomalies: A Reanalysis of Gerbner et al's Findings on Cultivation Analysis, Part I*, 403

Dorothy Lenk KRUEGER, *Competitive and Cooperative Decision-Making Groups: An Analysis of Differences and Communication Patterns*, 457

Barbara M. MONTGOMERY, *Trait, Interactionist, and Behavior Assessment Variables in Open Communication*, 479

G. Lawrence ZAHN, *Nonverbal Communication from Superiors and Peers: Perceived Impact*, 495

Peter LONGINI, *Politics in Public Service Advertising on Television. D.L. Paletz, R. E. Pearson, and D.L. Willis*, 511

Vol. 8, nr. 1, januari 1981

Paul M. HIRSCH, *On Not Learning from One's Own Mistakes: A Reanalysis of Gerbner et al's Findings on Cultivation Analysis, Part II*, 3

George GERBNER, Larry GROSS, Michael MORGAN and Nancy SIGNORIELLI, *A Curious Journey into the Scary World of Paul Hirsch*, 39

Paul M. HIRSCH, *Distinguishing Good Speculation from Bad Theory: Rejoindre to Gerbner et al*, 73

Tony NNAEMEKA and Jim RICHSTAD, *Internal Controls and Foreign News Coverage: Pacific Press Systems*, 97

COMMUNICATIONS

Internationale Zeitschrift für
Kommunikationsforschung.

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

Jg. 6, nr. 1, 1980

David CHANEY, *«Voice of the People»: documentary and mass communication*, 3

Graham MURDOCK, *Fabricating Fictions: Approaches to the Study of Television Drama Production*, 17

Max KAPLAN, *A New Language For a New Leisure*, 33

Thomas KUTSCH, *Comics—soziologisch betrachtet*, 43

Veikko PIETILÄ, *Kommunikationswissenschaft aus materialistischer Sicht*, 59

Akiba A. COHEN and Hanna ADONI, *Children's Fear Responses to Real-Life Violence on Television: The Case of the 1973 Middle East War*, 81

Leonard HENNY, *Raising Consciousness Through Film*, 95

MASSACOMMUNICATIE

Uitgegeven door: Stichting onderzoek Mas-
sacommunicatie Postbus 258, 6500 AG Nij-
megen

Jg. 8, nr. 5, oktober 1980.

Stakingsrecht en persvrijheid

Piet VAN ASSELDONK, *Stakingsrecht voor journalisten*, 177-180

P. DEN BOER, *Is staken geen werk...voor journalisten?*, 181-184

Ben SCHMITZ, *Toch moraliseren!*, 185-188

Berard SCHUIJT, *De juridische en journalistiek-etische bezwaren tegen stakingen van journalisten ontleed en weersproken*, 189-207

Max SNIJDERS, *Geen beperking bij wet, wel terughoudendheid uit beroepsethiek*, 208-210

Karel VAN DER ZANDE, *Zweedse pre-stakingsregeling logisch model*, 211-213

Frank VAN VREE, *De vooroorlogse pers als machtsinstrument*, 214-240

René VOS, *Bevordering van het pershistorisch onderzoek in Nederland*, 241-248

Theo SNIJDERS en Ard HEUVELMAN, *Een bekeken (?) jeugdjournaal*, 249-257

Jg. 8, nr. 6, december 1980.

Ed HOLLANDER, *Het Macbride-rapport en development communication*, 261-267

H. LAMERS, *Over geloofwaardigheid van begrijpelijke taal*, 268-278

Paul VIERKANT, *Het functioneren van het telefoonpaneel van de Nederlandse Omroep Stichting, seizoen 1977-1978*, 279-289

CRITICAL INQUIRY

Uitgegeven door: The University of Chicago
Press.

5801 S. Ellis Ave.
Chicago, Illinois 60637

Vol. 7, nr. 2, winter 1980.

E. H. GOMBRICH, *Standards of Truth: The*

Arrested Image and the Moving Eye, 237
 Herbert F. TUCKER, JR, *Browning's Lyric Intentions*, 275
 Gerald L. BRUNS, *Intention, Authority, and Meaning*, 297
 Joseph KERMAN, *How We Got into Analysis, and How to Get Out*, 311
 Bert O. STATES, *The Persistence of the Archetype*, 333
 Norman N. HOLLAND, *Why Ellen Laughed*, 345
 Walter Benn MICHAELS, *Sister Carrie's Popular Economy*, 373
 Sandra M. GILBERT, *Costumes of the Mind: Transvestism as Metaphor in Modern Literature*, 391

Artists on art

Joyce Carol OATES, *The Picture of Dorian Gray: Wilde's Parable of the Fall*, 419

Critical response

Joel SNYDER and Ted COHEN, *Reflexions on Las Meninas: Paradox Lost*, 429

QUARTERLY JOURNAL OF SPEECH

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

Vol. 66, nr. 3, oktober 1980

Julia T. WOOD and W. Barnett PEARCE, *Sexists, Racists, and Other Classes of Classifiers: Form and Function of "... ist" Accusations*, 239
 Sally JACKSON and Scott JACOBS, *Structure of Conversational Argument: Pragmatic Bases for the Enthymeme*, 251
 G. MORRIS and Robert HOPPER, *Remediation and Legislation in Everyday Talk: How Communicators Achieve Consensus*, 266
 James L. HOBAN, JR., *Rhetorical Rituals of Rebirth*, 275
 Barry BRAMMETT, *Towards a Theory of Silence as a Political Strategy*, 289
 Karlyn Kohrs CAMPBELL, *Stanton's "The Solitude of Self": A Rationale for Feminism*, 304
 Charles W. KNEUPPER and Floyd D. ANDERSON, *Uniting Wisdom and Eloquence: The Need for Rhetorical Invention*, 313

Vol. 66, nr. 4, december 1980.

Weldon B. DURHAM, *Kenneth Burke's Concept of Substance*, 351
 David A. CARTER, *The Industrial Workers of the World and the Rhetoric of Song*, 365
 Carl R. BURGCHARDT, *Two Faces of American Communism: Pamphlet Rhetoric of the Third Period And the Popular Front*, 375
 Janice Hocker RUSHING and Thomas S. FRENTZ, *"The Deer Hunter": Rhetoric of the Warrior*, 392
 Susan Ruth LUNDY and Wayne N. THOMPSON, *Pliny, A Neglected Roman Rhetorician*, 407

Dale G. LEATHERS and TED H. EMIGH, *Decoding Facial Expressions: A New Test with Decoding Norms*, 418

SCREEN EDUCATION

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

Nr. 37, winter 1980-1981

Peter KENNARD, *Photo-Montage-Essay*, 3
 John TAGG, *Power and Photography: Part 2*, 17
 Philip SCHLESINGER, *Princes' Gate: 1980*, 29
 Cary BAZALGETTE & Richard PATERSON, *Real Entertainment: The Iranian Embassy Siege*, 55
 Stuart HOOD, *Arbeiterfilme*, 68
 Ed BUSCOMBE, *Asa Briggs and Broadcasting*, 73
 Kevin HALLIWELL, *Photographs and Narrativity*, 79
 Manuel ALVARADO, *A Reply*, 85
 Ian CONNELL, *The Political Economy of Broadcasting: Some Questions*, 89

MEDIEN UND ERZIEHUNG

Vierteljahresschrift für audiovisuelle Kommunikation.

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

Jg. 24, nr. 6, 1980.

Kulturlandschaften

Knut HICKETHIER, *Treibhaus Berlin*, 322
 Josef REDING, *Kultur im Ruhrgebiet*, 330

Medienlandschaften

Robert SAUTER, *Medienarbeit in Jugendverbänden*, 336
 Wolfgang LÖCHER, *DIREKT - Kommunikationsplattform für junge Zuschauer und Macher*, 342

Ausstellungen

Erwin SCHAAR, *Geschichte und Geschichten. Zu den Ausstellungen „Lebensgeschichten“ und „Das deutsche Wohnzimmer“*

Filme

Gewalt-Fiktionen

Franz NOVOTNY, *Exit...nur keine Panik! (Gerhard Schatzdorfer)*, 352
 Michael POWELL, *Peeping Tom (Fernand Jung)*, 353
 Stanley KUBRICK, *Shining (Erwin Schaar)*, 357
 Jonathan KAPLAN, *Wut im Bauch (Klaus Schmidt)*, 360

Aspekte der Gewalt

Drei Publikationen aus Frankreich zu einem immer aktuellen Thema

Jean CLUZEL, *Télé-Violence / Reponses à la Violence / Problèmes posés à l'information par la Violence (Martin Keilhacker)*, 363

Jg. 25, nr. 1, 1981.

Faschismus-Faszination

Gerhard PAULI, *„Irgendwie hatte jeder seinen Platz“. Zur Faszination des Faschismus bei Jugendlichen*, 2
 Rainer WEBER, *Männer und Taten, Eine Analyse dokumentarischer Bilder in "Landser"-Heften*, 9

Diskussion

Albert OTTENBACHER, *Massenkultur ist nicht geschichtslos. Bemerkungen zur Historie von Pop-Musik*, 29

Filme

Louis MALLE, *Atlantic City, USA (Klaus Schmidt)*, 39
 Helma SANDERS-BRAHMS, *Deutschland bleiche Mutter (Margret Köhler)*, 42
 Robert VAN ACKEREN, *Erwin Kneihsl, Deutschland Privat (Christian Stelzer)*, 44
 Peter GOEDEL, *Talentprobe (Christian Stelzer)*, 46
 Peter F. BRINGMANN, *Theo gegen den Rest der Welt (Gerhard Schatzdorfer)*, 48

ADVERTEREN IN DIT NUMMER

Gemeentekrediet	4
Het belang van Limburg	7
Standaard Boekhandel	10
Van Loghum Slaterus	42

uit de literatuur

COMMUNICATIE

Denis McQUAIL,
Communication,
Longman, London, 1978, 229 blz.

De communicatie is binnen de sociologie lange tijd stiefmoederlijk behandeld geworden, beweert McQuail; zelf van opleiding een socioloog die reeds verschillende communicatiewerken op zijn actief heeft. Dat is spijtig, want een sociologisch perspectief, m.a.w. communicatie opgevat als een sociaal proces, kan beide - communicatie én sociologie - in belangrijke mate verrijken.

Deze stelling heeft hij reeds uitvoerig verantwoord in zijn in 1969 gepubliceerd **Toward a sociology of mass communications**.

Voorliggend boek kan als een aanvulling op of uitbreiding van laatstgenoemd werk beschouwd worden. In een zevental hoofdstukken geeft McQuail een in zijn beknoptheid welhaast volledig overzicht van de verschillende communicatietheorieën en -modellen, verbale en non-verbale communicatiemiddelen, de structuur van het communicatieproces (de intra- en interpersonele communicatie, groeps- en massacommunicatie), het effectenonderzoek, enz. Warm aanbevelen.

J.S.

TELEVISIE

Peter VON RÜDEN (Hrsg.),
Unterhaltungsmedium Fernsehen,
Wilhelm Fink Verlag, München, 1979, 300 blz.

Van geen ander medium wordt meer ontspanning en verstrooiing verwacht dan van de televisie. Waarom dat zo is, en hoe dit in zijn werk gaat, is het onderwerp van dit boek dat een selectie biedt uit de op het in maart 1977 te Marl op het symposium 'Unterhaltung im Fernsehen - Klimbim am laufenden Band?' voorgebrachte papers. De problematiek wordt vanuit de zenders- en de ontvangerszijde bekeken, en dit zowel op cultuurfilosofisch, sociaal-psychologisch als technisch en economisch vlak. Verder bevat het boek enige interessante produktanalyses van (Duitse) TV-programma's, evenals een uitgebreide, evenwichtig samengestelde (voornamelijk Duitstalige) bibliografie.

J.S.

John FISKE and John HARTLEY,
Reading television,
Methuen, London, 1978, 223 blz.

De auteurs pogen, zich baserend op een aan de semiologie ontleende methode, rol en

plaats, effect en invloed van de televisie in het huidige westerse cultuurpatroon bloot te leggen. Hierbij maken ze gebruik van de theorieën van o.a. Barthes, Gerbner, Hall, McQuail en Smythe. Na een (produkt)analyse van een aantal TV-programma's, waarbij zowel de woord- als beeldtaal onderzocht wordt, komen ze tot de conclusie dat er praktisch geen verschil bestaat tussen de 'werkelijkheid' in bvb. het nieuws (non-fictie) en een TV-feuilleton (fictie).

Arthur Asa BERGER,
Television as an instrument of terror,
Transaction Books, New Brunswick, 1980,
214 blz., geïll.

Arthur Asa Berger staat in de Verenigde Staten bekend als de enigszins excentrieke maar toonaangevende figuur op het vlak van de 'popular culture'. In zijn visie op populaire cultuur, die hij omschrijft als 'the culture of complex societies', zitten elementen uit de culturele antropologie, sociale psychologie, sociologie, literaire kritiek en geschiedenis verweven. Dit boek bevat een collectie vlotgeschreven essays waarvan het merendeel reeds eerder in **Society**, **Rolling Stone**, **The Journal of Communication**, of **The Journal of Popular Culture** verscheen. Berger heeft het over alles en nog wat, over strips, reclame, sex, hamburgers, humor, theater, dé wetenschap, eten, cafépraat, de metro ... m.a.w. over de Cola- en McDonaldscultuur van de gemiddelde Amerikaan. Belangwekkend is zijn vernietigende kritiek op het medium televisie, waarvoor hij de meeste plaats inruimt - vandaar ook de titel.

J.S.

Armand MATTELART en Jean-Marie PIEMME,
Télévision: enjeux sans frontières,
Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 1980, 231 blz.

De titel dekt de lading niet, en dat is maar goed ook, want het boek biedt meer. Via een kritiek op de cultuurvisie van de Frankfurter Schule geven de auteurs aanzetten voor een voornamelijk theoretische analyse van de transnationalisatie en oligopolisering van de communicatie-industrie, en haar weerslag op de internationale arbeidsverdeling en technologische (r)evolutie. Dit model wordt terzelfdertijd toegepast op een aantal aspecten van de Belgische mediemarkt (bvb. de impact van RTL op de omroep, kabeldistributie, reclame-agenschappen, platen- en boekenindustrie, nieuwe technologieën). Tot slot worden de mogelijkheden van een emanciperende mediapraxis (o.a. video en vrije radio) onderzocht. Opvallend is dat, alhoewel de auteurs ook handelen over de Vlaamse mediasector (bvb. Roelarta en VUM), geen enkele nederlandstalige referentie geciteerd wordt.

J.S.

Ad KOOYMAN en Susanne PIET (red.),
Ze kunnen met niet horen, want er zit glas tussen. Kind en televisie,
Ambo, Baarn, 1979, 117 blz., geïll.

Kinderen brengen haast de helft van hun vrije tijd voor het TV-scherm door. Toch is nog maar weinig geweten over de invloed die de televisie op het kind uitoefent. Deze bundel poogt voor ons taalgebied een inventaris op te maken van de stand van het onderzoek terzake. In enkele meer theoretische bijdragen handelt men over de beleevingswereld van het kind en de rol die de televisie daarbij speelt, peilt men naar de wijze waarop het kind in zijn socialisatieproces van de TV gebruikmaakt, en geeft men een (genuanceerd) antwoord op de vraag of televisiegeweld voor het kind al dan niet schadelijk is. Vervolgens gaat men, aan de hand van enkele interviews met kindertelevisiemakers, dieper in op de ontwikkeling van de Nederlandse kindertelevisie. Tot slot worden enige vereisten voor een 'volwassen' kindertelevisiebeleid geformuleerd. Een verdienstelijk en vooral voor ouders met kinderen aanbevolen boek.

J.S.

A. FRANK REEL,
The Networks, How They Stole the Show,
Charles Scribner's Sons, New York, 1979, 208 blz.

Dat de drie nationale netwerken ABC, CBS en NBC de plak zwaaien op de Amerikaanse commerciële, «vrije» televisiemarkt is langzamerhand wel voor iedereen duidelijk geworden. A. Frank Reel, een New-Yorker jurist (vroeger president van Metromedia Producers Corporation), analyseert in dit werk de groei van deze strakke monopoliesituatie. Hij gaat terug tot het ontstaan van de Amerikaanse televisie om uit te leggen hoe de FCC de technische voorwaarden had geschapen voor een ether-monopolie, hoe de netwerken TV-stations vergaarden, hoe zij geleidelijk hun programma's aan lokale stations opdrongen, hoe ze een alles omvattende greep kregen op «onafhankelijke» producers en hoe ze als machtige reuzebedrijven zelfs politieke en rechtelijke overheden naar hun hand konden zetten. In een tweede deel presenteert Frank Reel enkele voorstellen om de bestaande monopolistische hegemonie af te bouwen ten voordele van een werkelijk vrije concurrentie in de televisie-business. Volgens de auteur een hachelijke onderneming, wat ook blijkt uit de serie weinig succesvolle gevallen die hij citeert. Een boeiende en op de praktijk geënte studie.

L.C.

VOORLICHTING

B. VAN GENT en J. KATUS (red.),

Voorlichting. Theorieën, werkwijzen en terreinen, Samson, Alphen aan den Rijn, 1980, 254 blz.

Voorlichting is in Nederland stilaan aan het uitgroeien tot een druk bestudeerde communicatievorm. Reeds in de vijftiger jaren verscheen de indrukwekkende studie welke G.A.M. Vogelaar wijdde aan de overheidsvoorlichting (1955). Ditzelfde thema zou later hernomen worden in tal van interessante overheidsrapporten (o.m. het bekende rapport Biesheuvel), boeken (Dekker, Achelhaas, Denig e.a.) en artikelen.

Voor enkele jaren schreef Prof. Van den Ban nog een standaardwerk over voorlichtingskunde, gedeeltelijk gericht op landbouwvoorlichting en sindsdien verschenen er nog interessante teksten over gespecialiseerde terreinen als wetenschapsvoorlichting, gezondheidsvoorlichting e.a.

In ons eigen land bleef de literatuur beperkt tot enkele artikelen en congresverslagen over overheidsvoorlichting en wetenschapsvoorlichting.

In onderhavig werk werden heel wat inzichten, theorieën en ervaringen gebundeld met de bedoeling een brug te slaan tussen theorie en praktijk.

Het eerste deel is eerder theoretisch gekleurd (definities, fasen, onderzoek, ethiek) terwijl het tweede ingaat op de gevolgde werkmethode (persoonlijk gesprek, groepswerk, audio-visuele media, schriftelijke methoden, massamedia). In een derde en laatste deel tenslotte wordt de voorlichting bestudeerd in terreinen als de overheid, het buurtwerk, de wetenschap en de gezondheidszorg.

Een bijzonder interessant geheel dat echter naar onze smaak iets te sterk op de agologie is betrokken en te weinig op de communicatiewetenschap.

Wij willen het echter wel graag aanbevelen.
G.F.

A. VAN DER MEIDEN et al.

Consument hoort u mij? Vormen en oorzaken van miscommunicatie.

Spruyt, Van Mantgem & De Does, Leiden, 1980, 176 blz.

Deze reader zal de eerste nederlandstalige zijn op het gebied van miscommunicatie. Het is een verzameling van lezingen gehouden tijdens het congres met de gelijke naam van de SRM in september 1980.

Het koppelt vier terreinen aan elkaar; theorie, praktijk, vakuitoefening en aanbeveling.

In het eerste luik over theorievorming geeft eerst van der Meiden een beeld van wat miscommunicatie is. Daarna volgt een overzicht van de verschillende denkschema's en theorieën over effecten van massacommunicatie. Van Riel voegt daar een checklist aan toe die te gebruiken is bij het voorbereiden, uitvoeren en evalueren van reclame en voorlichtingswerk. Nauw daarbij aansluitend is het artikel van Fauconnier dat de effecten van massacommunicatie bekijkt vanuit het perspectief van de interpersonele communicatie en omgekeerd.

Het tweede luik bestaat uit een artikel van Knecht dat voor de reclamewereld een bruikbaar overzicht geeft van de oorzaken en vormen van miscommunicatie.

Wie en wat de beroepscommunicatoren zijn en hoe ze hun werk uitvoeren wordt in het derde luik uiteengezet. Dit hoofdstuk is gebaseerd op een enquête uitgevoerd onder beroepscommunicatoren.

Het laatste deel, de aanbevelingen, bevat acht hoofdstukken geschreven door professionele communicatoren of mensen die zich beroepshalve bezighouden met communicatie. Het artikel van Franzen is een pleidooi voor een grotere participatie van de consument in de conceptualisatie van de reclamecampagne. Op deze wijze is het mogelijk miscommunicatie te vermijden. De kennis van de consument is in vele gevallen niet voldoende om tot goede, effectieve communicatie te kunnen leiden. Daarom het advies om de consument nader te betrekken bij het reclame-onderzoek.

Over de problemen en de daaruit voortvloeiende vormen van miscommunicatie bij overheidsvoorlichting schrijft Schoenmakers een overzicht.

Versteeg wijst erop dat marketeers niet gezien moeten worden als beroepscommunicatoren. Ze zijn meer de strategen waarmee de beroepscommunicatoren werken.

Een praktijkvoorbeeld van vormen en oplossingen van miscommunicatie bij Philips wordt gegeven door Bruinenberg. Hans Ferrée benadert tenslotte miscommunicatie vanuit het oogpunt van de creatieve aanpak. Creatieve advertenties communiceren niet effectief omdat ze alleen maar aandacht trekken, en meestal niets meer. Het gevaar om hier doel en middel van communicatie met elkaar te verwarren is vrij groot.

Het is een zeer interessant, goed leesbaar boek dat vooral belangstelling zal krijgen in de reclamewereld. Het geeft veel aanzetten tot verder onderzoek, maar ook praktische aanbevelingen. Een aspect dat niet erg uitgebreid is behandeld is de psychologie in de communicatie, en als mogelijke bron van miscommunicatie.

U.J.

LITERATUUR

Nicolas BORN und HEINZ SCHLAFFER (Hrsg.),

Die Literatur und die Wissenschaften, Rowohlt, Reinbek bei Hamburg, 1976, 254 blz.

De verhouding tussen literatuur en wetenschap, tussen fictie en non-fictie, is steeds aan een proza en poëzie inherente problematische relatie geweest. In de, in een eerste deel van dit in boekvorm uitgegeven **Literaturmagasin** gebundelde, essays wordt deze problematiek bestudeerd bij o.a. Jules Verne, Brecht, Ranke en Freud. Verder worden ook enkele meer beschouwende sociaalwetenschappelijke en historische vragen gesteld over het objectiviteits-subjectiviteitsgehalte van de literatuur. Een tweede deel brengt 'illustraties' aan de hand van poëzie- en prozafragmenten.

J.S.

John FUEGI, Reinhold GRIMM und Jost HERMAND (Hrsg.),

Brecht-Jahrbuch 1976, Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1976, 226 blz.

Hildegard BRENNER und HERMANN HAARMANN (Hrsg.)

Brecht/Korsch Diskussion. Aus dem unveröffentlichten Briefwechsel im Exil, Alternative 105, Berlin, 1975, 50 blz.

Bertolt BRECHT,

Leesboek

Meulenhoff, Amsterdam, 1977, 160 blz.

Karl-Heinz LUDWIG,

Bertolt Brecht: Tätigkeit und Rezeption. Von der Rückkehr aus dem Exil bis zur Gründung der DDR,

Scriptor, Kronberg, 1976, 114 blz.

Het Brecht-Jahrbuch 1976, uitgegeven ter herdenking van Brechts overlijden in 1956, is een rommelige, waarschijnlijk enkel door commerciële overwegingen ingegeven, en daarom het gerenommeerde Suhrkamp Verlag onwaardige publikatie geworden. Het bundelt (qua niveau en omvang erg verscheiden) bijdragen over uiteenlopende onderwerpen als Brechts Dreigroschenfilm en -opera, zijn montagetechniek en literatuurtheorie, recensies van toneelopvoeringen en studies over Brecht. Wel boeiend is het openingsartikel van Peter Groth en Manfred Voigts, waarin Brechts radiotheorie behandeld wordt.

De Alternative-brochure bevat enkele brieven die Karl Korsch en Brecht in de periode 1934-1947 met elkaar gewisseld hebben. Korsch, die net als Lukács een eerder 'filosofische' interpretatie van het marxisme voorstond, heeft een belangrijke invloed uitgeoefend op Brechts marxisme-opvatting. Hier wordt dieper ingegaan op de literatuurwetenschappelijke problematiek.

Het derde boek brengt een vertaalde bloemlezing van een twintigtal kortverhalen, geschreven tussen 1913 en 1942. Ook hieruit kan de ontwikkeling van zijn, vooral in Brechts theorie van het episch theater centraal staande, vervreemdingsbegrip gededuceerd worden: niet illusie en emotie, maar zakelijke informatie en cognitieve opvattingen moeten de toeschouwer of lezer tot objectief, kritisch oordelen brengen.

Ludwig analyseert tenslotte een kort maar belangrijk hoofdstuk uit Brechts bewegende leven: zijn liefde-haatverhouding t.a.v. de DDR, of de wisselwerking tussen politiek en kunst.

Naast een verslag van zijn toneelopvoeringen en zijn aandeel in de oprichting van het beroemde Berliner Ensemble, overloopt Ludwig Brechts 'realisme'-kritiek op de cultuurpolitieke ontwikkeling van de DDR, die hij vooral in zijn discussies met Becker en Harich uitwerkte. In essentie komt Brechts visie erop neer dat hij de moeilijkheden die zich in de culturele ontwikkeling kunnen voordoen in concrete samenhang met de stand van de klassenstrijd ziet: "De strijd tegen het formalisme moet niet als politiek doel gesteld, maar moet ook met politiek-inhoudelijke elementen benaderd worden. Het is een onderdeel van de proletarische strijd voor echte sociale oplossingen, en daarom moeten schijnoplossingen in de kunst als sociale schijnoplossingen bestreden worden - niet als artistieke dwalingen". In tegenstelling tot

Harich zag Brecht de realiteit van de DDR niet als een abstract richtsnoer van de marxistische theorie, maar dringt hij er op aan de concrete fasen in de ontwikkeling, de noodzakelijke uitingsvormen van de politieke macht en de bewustzijnsontwikkeling op het vlak van de cultuurpolitiek te onderzoeken. Het wederzijds op elkaar inspelen van theorie en praktijk zijn immers noodzakelijk om deze historische moeilijkheden te overwinnen. Harich daarentegen toont, volgens Brecht, een aantal principieel-theoretische tegenstellingen in het ideaaltypisch karakter van de socialistische opbouw aan zonder de socio-economische basis voldoende in ogenschouw te nemen. Naar aanleiding van deze discussies richtte men in januari 1954 een Ministerie van Cultuur op. De eerste minister werd Johannes Becker.

J.S.

Scientifique (CNRS) gedane onderzoek dat de titel "La marchandise culturelle" meekreeg. Het biedt een andere benadering dan de klassieke, meer sociaal-cultureel geïnspireerde werken op het vlak van de bewustzijns- of cultuurindustrie. De auteurs analyseren de media namelijk op economische wijze, en dit vanuit twee invalshoeken: enerzijds bestuderen ze de produktstructuren en -strategieën in relatie tot de specifieke natuur van het cultureel produkt, anderzijds gaan ze de invloed ervan na op de inhoud en vorm van het warenprodukt. Vooreerst wordt een theoretisch kader geboden, dat vervolgens op een aantal media (film, foto, plaats, drukwerk) wordt toegepast. Daarna gaat men dieper in op de kapitalisering van de culturele produktie.

J.S.

KAPITALISME EN CULTUUR

Dieter und Karin CLAESSENS

Kapitalismus als Kultur,

Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1979, 220 blz.

Dit werk biedt aanzetten tot een cultuurideologische analyse van ontstaan en ontwikkeling van de burgerlijke maatschappij. De auteurs willen opnieuw aanknopen bij een naar hun mening ondergewaardeerd aspect van Marx' visie op de produktie: "Die Produktion produziert daher nicht nur einen Gegenstand für das Subjekt, sondern auch ein Subjekt für den Gegenstand". Vanuit dit perspectief wordt de rol en functie van het militair apparaat, de staat, de familie en de Kerk onderzocht: "Neue Organisationsprinzipien wurden notwendig. Solche neuen Organisationsprinzipien wurden verständlicher Weise zuerst nicht **bewusst** geschaffen oder erfunden, sie 'entstanden' und mischten sich mit den alten Verhaltensvorstellungen und Verhaltensweisen".

De auteurs stellen in het voorwoord vast dat "Deutsche akademische Bücher meist unverständlich sind". Alhoewel zij zich voorstellen om een "verständliches" wetenschappelijk werk te schrijven, valt daarvan in de rest van de tekst weinig te merken. Toch zou dit voorbehoud de lezer niet mogen afschrikken, want "diese Arbeit ist keine vollständige Analyse des Kapitalismus. Sie soll vielmehr für den Leser ein Anreiz sein, seine Position heute zu überdenken". En daar is het boek m.i. zeker in geslaagd.

J.S.

Armel HUET, Jacques ION, Alain LE-FEBVRE, e.a.

Capitalisme et industries culturelles, Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 1978, 199 blz.

Dit werk is de in boekvorm uitgegeven herwerkte versie van een in opdracht van het Franse **Centre National de la Recherche**

COMMUNICATIE EN DERDE WERELD

Cees HAMELINK (ed.),

Communications research in Third World realities, Institute of Social Studies, The Hague, 1980, 42 blz.

Verslag van een in februari 1980 aan het **Institute of Social Studies** te Den Haag gehouden werkvergadering van een aantal internationale communicatiespecialisten, bedoeld als follow-up van een gelijkaardig initiatief in Hong Kong in 1976, en ter voorbereiding van tweejaarlijkse conferentie van de **International Association for Mass Communication Research** 'en zelfs hetiamcr', die in augustus 1980 te Caracas plaatsvond met als thema "New structures for international communication? The role of research". Na een status-questionis van het voornamelijk in Derde Wereldlanden gedane of aan de gang zijnde communicatie-onderzoek, en de hiermee gepaard gaande moeilijkheden en beperkingen, wordt een inventaris opgemaakt van de 'hete hangijzers' die in de nabije toekomst voor verder onderzoek in aanmerking (zouden) moeten komen.

J.S.

Wilbur SCHRAMM and Daniel LERNER (eds.),

Communication and change. The last ten years - and the next, East-West Center Book, Honolulu, 1978, 372 blz.

In 1967 publiceerden Schramm en Lerner **Communication and change in the Developing Countries** (East-West Center Press, Honolulu), een evaluatie van de internationale communicatieproblematiek in de periode 1948-1964. Dit boek, de neerslag van een in 1975 te Honolulu gehouden meeting, wil hier een vervolg op zijn en de stand van discussie en onderzoek tussen 1964 en 1974 verslaan. Zo wordt het failliet van de kapitaalsintensieve, technologische en grootschalige

communicatiestrategie vastgesteld en gepleit voor een meer arbeidsintensieve, intermediaire en kleinschalige aanpak. Vooral de Aziatische culturele en politiek-economische context (met case-studies uit Bangladesh, Korea, India en China), getoetst aan de plattelandsontwikkeling, staat centraal. In een laatste deel poogt men de impact van de nieuwe technologie op communicatiepolitiek, sociale verandering en dus ontwikkeling van Derde Wereld-landen voor het volgende decennium te schatten. Een basiswerk.

J.S.

COMMUNICATIE FUTUROLOGIE

D. OVERKLEEF,

Informatie-industrie in de jaren tachtig, Kluwer, Deventer, 1980, 85 blz.

In de inleiding schrijft de auteur dat hij als wetenschapsjournalist op het vlak van computers en automatisering en verbonden aan de P.R.-dienst van Philips-Eindhoven eigenmachtig de grenzen verlegd heeft naar micro-elektronica, telecommunicatie en reprografie enerzijds, en de organisatorische, sociaal-economische en gedragswetenschappelijke aspecten van het een en ander anderzijds. Met deze verantwoording, eventueel ook als excuus te interpreteren, heeft de auteur zijn mogelijkheden en beperkingen duidelijk afgeleid.

Hij wijdt m.a.w. op bondige en boeiende wijze uit over de ontstaansgeschiedenis van computersoftware en -hardware, over de ontwikkeling van transistor tot microprocessor of chips e.d., maar waar hij over economische en maatschappelijke implicaties handelt, komt zijn analyse nauwelijks uit de verf.

J.S.

James MARTIN,

Future developments in telecommunications,

Prentice Hall, Englewood Cliffs, 1977, 668 blz., geïll.

De auteur, werkzaam aan het IBM Systems Research Institute, heeft reeds verschillende werken over computersystemen en telecommunicatie op zijn naam staan. Het voorliggende wordt algemeen als zijn beste beschouwd. Met een haast McLuhaniaans enthousiasme beschrijft hij uitvoerig en met kennis van zaken de ontwikkelingen en toepassingsmogelijkheden van telecommunicatiemiddelen als videofoon, kabeltelevisie, datasystemen, C.B., communicatiesatellieten, elektronische post- en geldbedeling, enz. Wat dadelijk opvalt is de eenvoudige en begrijpelijke wijze waarop de ingewikkeldste technologische hoogstandjes uit de doeken worden gedaan. De eerste twee delen van het boek kunnen moeiteloos door elke geïnteresseerde leek gelezen worden. Een niet geringe verdienste! Het derde deel, waarin dieper op meer technische aspecten wordt ingegaan, zorgt ervoor dat ook specialisten aan hun trekken komen.

De auteur blijkt best op dreef in zijn technische analyses; wanneer hij, vooral in het tweede deel, uitweidt over maatschappelijke en sociale gevolgen van de nieuwe technologie voelt hij zich duidelijk minder beslagen en houdt zich daarom opvallend op de vlakke. Wat niet belet dat hij oog heeft voor de mogelijke gevaren en politieke e.a. implicaties van de toekomstige telecommunicatie-ontwikkeling, zoals uit volgend citaat moge blijken: "The condition of man, living in a maze of electronic signals, will become profoundly changed. There is a danger that politics, lobbying, monopolistic sloth, regulatory ignorance, or destructive competition will rob us of part of the riches that technology could bring. It behooves our politicians and regulators to understand fully the many facets of possible future developments in telecommunications. However, it seems sadly possible (as with some other public uses of technology) that through lack of such understanding, we shall fail to make full use of the new opportunities for enriching man's world". Vermeldenswaard zijn verder nog het hoofdstuk waarin een realistische telecommunicatie-(r)evolutie tot het jaar 2000 wordt uitgestippeld, en de verklarende woordenlijst en index die de bruikbaarheid van dit werk zo mogelijk nog verhogen. Niemand die zich wil verdiepen in de toekomst van de telecommunicatie kan om dit werk heen.

J.S.

LOKALE KRANT

Josef-Paul BENZINGER,
Lokalpresse und Macht in der Gemeinde,
Nürnbergischer Forschungsberichte Band 15,
Nürnberg, 1980, 689 + 50 bladz.

Regionale en lokale berichtgeving in dagbladen krijgt de laatste jaren, zeker in de Bondsrepubliek, heel wat aandacht in de wetenschappelijke literatuur. Het aantal studies dat hierover verschijnt aan de verschillende instituten is haast niet meer bij te houden. Vooral de Nürnbergischer Forschungsberichte hebben op dit terrein al wel enige ervaring. Het eerste deel van deze reeks was immers ook al gewijd aan lokale berichtgeving in kranten. Het was het onderwerpen zeer bekende werk van Heinz-Werner Stüber, die voor het eerst voor West-Duitsland een zeer systematische analyse doorvoerde van de verschillende types van regionale berichtgeving.

In het werk van Benzinger wordt een poging ondernomen om de regionale berichtgeving in een krant te onderzoeken in relatie met de omgeving, met de politieke en sociologische constellatie waarin deze berichtgeving aan bod komt. Via interviews met de redacteuren van een regionaal blad, met politici en met plaatselijke prominenten wordt gepeild naar de macht, de invloed en de onmacht van regionale berichtgeving in een regio. Het nadeel van een dergelijk werk is steeds dat de bekomen resultaten niet kunnen veralgemeend worden. Dit betekent evenwel niet dat de opgenomen gegevens niet interessant zijn en deels ook niet opgaan voor andere regio's.

Een spijtige zaak voor deze studie is echter dat al te weinig aandacht werd geschonken aan de Angelsaksische literatuur over lokale en regionale berichtgeving. Wanneer de

auteur even had gegrastuind in de - overwegend - Amerikaanse werken hierover had hij zijn gegevens zeker in een bredere context kunnen plaatsen.

J.H.

TAALTHEORIE

William G. HARDY,
Language, Thought, and Experience. A Tapestry of the Dimensions of Meaning,
University Park Press, Baltimore, 1977, 318 blz.

Robert SOKOLOWSKI
Presence and Absence. A Philosophical Investigation of Language and Being,
Indiana University Press, Bloomington & London, 1978, 188 blz.

Met als leidraad de relatie tussen het denken en de taal, bespreekt W.G. Hardy in *Language, Thought, and Experience* de theorieën van een aantal taaltheoretici die, niet als linguïsten maar veeleer vanuit een pragmatische invalshoek, het talige verbinden met het communicatieve. Zo passeren onder meer de betekenistheorie van Ogden en Richards, de "general Semantics" van Korzybski, de semiotiek van Peirce en Morris, de kennissociologie van Mannheim de revue. In een inleidend hoofdstuk wordt - in vogelvlucht - een historische schets gegeven van de verschillende betekenistheorieën vanaf de presocratici tot Locke.

Opvallend is dat alle door Hardy besproken auteurs werkzaam waren in de eerste helft van deze eeuw en tot de Angelsaksische denkwereld behoren. Wie daarentegen een meer continentale taal - en communicatietheorie verkiest, kan terecht bij Sokolowski's *Presence and Absence*. Zonder dat de notie van het teken ook maar enigszins gethematiseerd wordt, produceert de auteur in dit boek een perfecte Husserliaanse semiologie. Wie er nog zou aan twijfelen dat het teken een object representeert voor een subject, wordt in deze taalfenomenologie vlug van zijn twijfels verlost. De vraag is alleen of de taal wel vanuit het teken kan geanalyseerd worden, m.a.w. of het teken wel die plaats dient te krijgen die de fenomenologie het graag zou toebeden.

L.V.P.

NASLAGWERKEN

X,
The media book 1979,
The media book Inc., New York, 1979, 576 blz.

Een jaarlijks verschijnend, handig en nageenough onmisbaar naslagwerk over de Amerikaanse mediamarkt. Per medium (krant, magazine, radio, televisie), boodschap (nieuws, sport ...), en sociologische doelgroep (managers, vrouwen, jeugd ...) worden een groot aantal kwalitatieve, maar toch voornamelijk statistische gegevens verzameld, die zowel voor commerciële als wetenschappelijke doeleinden bruikbaar zijn.

J.S.

Michael TÖTEBERG,
JOHN Heartfield. In Selbstzeugnissen und Bilddokumenten,
Rowohlt, Reinbek bei Hamburg, 1978, 157 blz., geïll.

Eén van de zovele monografieën die aan het bewegen leven en werk van fotomonteur John Heartfield gewijd zijn. M.i. bevat het weinig nieuws, herhaalt het slechts wat reeds eerder beter en uitvoeriger door Heartfields broer, Wieland Herzfelde, en door Eckhard Siepmann (beide werken zijn hier vroeger besproken) behandeld werd. Positief is wel dat het hier een goedkope pocketeditie betreft, zodat (hopelijk) ook het minder koopkrachtige publiek met deze belangrijke twintigste-eeuwse politieke kunstenaar kan kennismaken.

J.S.

MEDIA EN POLITIEK

Michael J. CLARK (ed.),
Politics and the media,
British Universities Film Council & Pergamon Press, Oxford, 1979, 173 blz.

Dit is het eerste deel in de reeks "Audio-Visual Media for Education and Research", die de bedoeling heeft een of ander aspect van de productie en consumptie van de audiovisuele media voor een ruim publiek toegankelijk te maken.

In een eerste deel worden invloed en achtergronden van film- en TV-productie onderzocht. Men analyseert aan de hand van BBC- en ITN-nieuwsprogramma's de institutionele, sociale, professionele en commerciële voorwaarden en omstandigheden die de productiecontext bepalen.

Vervolgens gaat men de relatie tussen academicus en producer na, m.a.w. het verband tussen theorie en praktijk. De technische mogelijkheden en beschikbare (voorbereidings)tijd worden essentieel bevonden voor de graad van 'geslaagdheid' van een programma.

Na een overzicht van een aantal recente effectenstudies over de invloed van televisie op het politieke stemgedrag, en de effectiviteit van film in het (politieke) onderricht, wordt het werk met een becommentarieerde inventaris van Britse en Europese film- en TV-archieven en -bibliotheken afgerond.

J.S.

Heinz NIGG and Graham WADE,
Community media,
Regenbogen Verlag, Zürich, 1980, 269 blz., geïll.

Een poging tot operationalisering van Enzensbergers 'Bouwstenen voor een mediatheorie'. In zes casestudies van Britse mediacollectieven (twee foto-, één lokale kabeltelevisie-, en drie film- en videogroepen) wordt het alternatief mediagebruik vooral t.a.v. hun toegankelijkheid, emanciperend en participierend vermogen getoetst.

J.S.

publicaties van het centrum voor communicatiewetenschappen

WERKDOCUMENTEN

- Nr. 2: L. BOONE,
**Massamedia en Interpersonale
Communicatie.**
(Een kritische balans van de rol der
zogenaamde 'Opinion Leaders' en van de
hypothese van het tweefasig verloop van
communicatieprocessen).
90 fr.
- Nr. 3: R. LINDEKENS,
**Inleiding tot een Analyse van
Boodschappen volgens Strukturele,
Linguïstische Methode.** 95 fr.
- Nr. 4: L. VLAMYNCK - G. FAUCONNIER,
m.m.v. G. DE MEYER,
**«Het vraagstuk "Leuven" (1968) in de
spiegel van de Belgische Pers».**
90 blz., 150 fr.
- Nr. 5: G. DE MEYER,
Het advertentieblad in België.
(Een verkennend onderzoek)
139 blz., 250 fr.
- Nr. 6: L. VAN POECKE,
**Het trouweloze Medium. Een onderzoek
naar de correctieve retoriek van het
leesbaarheidsonderzoek.**
127 blz., 210 fr.
- Nr. 7: G. FAUCONNIER, M. CEULEMANS en
H. MEYSEN,
**Reclame: Begeleiding, Verleiding of
Misleiding?**
(Analytisch overzicht van de opiniepeilingen
over reclame in Europa en de Verenigde
Staten van Amerika).
68 blz., 175 fr.
- Nr. 8: J.M. PETERS,
**Semiotiek van het beeld, in het bijzonder
van de film.**
62 blz., geïllustreerd, 175 fr.
- Nr. 9: L. VAN POECKE,
**De taal van de kledij. Een dubbele lectuur
van R. Barthes' Système de la Mode,
voorafgegaan door een inleiding op de
Semiologie.**
132 blz., 270 fr.
- Nr. 10: R. GEENS,
Het Koninklijk Belgisch Filmarchief.
142 blz., 250 fr.

BUITEN REEKS

- J.M. PETERS,
Kijken naar Beelden.
Psychologie van het mechanisch beeld.
143 blz., 200 fr.
- L. BOONE,
**Krantenpluralisme en informatiebeleid.
Ontstaan, evolutie en toekomst van de
overheidshulp aan de pers en aan Belga.**
292 blz., 390 fr.
- Jan SERVAES,
De Boekenindustrie in Vlaanderen.
212 blz., 360 fr.
- **25 Jaar Televisie in Vlaanderen:
Aanpassing of transformatie van een
cultuur?**
Referaten van het achtste Vlaams Congres
voor Communicatiewetenschap te Brussel
op 26 en 27 oktober 1978.
258 blz., 475 fr.
- Gust DE MEYER, Adriaan HENDRIKS, Guido
FAUCONNIER,
Jeugd en Popmuziek.
150 blz., 175 fr.
- **Wetenschap en Journalistiek.
Liber Amicorum Prof. dr. A. Breynne.**
1980, 365 blz., 950 fr.
- D. DE GROOFF,
**Teletekst en Viewdata. Een exploratie in
het domein van de Telematiek,**
645 blz., 1.475 fr.

ZAL BINNENKORT VERSCHIJNEN

- D. VLOEBERGHES,
**Organisationele Communicatie. Een kijk op
de functies van communicatie in
organisatieverband.**
± 140 blz., ± 300 fr.

Te bestellen bij het CeCoWe.
E. Van Evenstraat 2 A,
3000 Leuven
Tel.: (016)22.10.70.

BELANGRIJKE WERKEN OVER COMMUNICATIE VOOR ONDERWIJS EN PRAKTIJK

HELDER RAPPORTEREN

P. Nederhoed

Het verslag is als afronding van een onderzoek zeker geen bijkomstigheid.

Veel onderzoekers ontdekken - eenmaal in dit stadium aangekomen - hoe moeilijk het is bevindingen op een objectieve, gefundeerde, methodische en controleerbare wijze op papier te zetten. Dit boek wil hen daarin helpen. Het is geheel gericht op de praktijk van het verslag schrijven en op de problemen die zich daarbij kunnen voordoen. Dit boek is niet alleen geschikt voor studenten die een scriptie of verslag moeten schrijven, maar ook voor eenieder die beroepshalve een rapport, nota of artikel wil gaan schrijven.

1981, 191 pagina's, ing.,
515 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 parlementfracties, 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