

THEMANUMMER:
INFORMATIE EN
INFORMATIE-
VERWERKING

COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

INFORMATIE-CONCEPT • COMMUNICATIE EN INFORMATIE •
INFORMATIEVERWERKING VAN RECLAMESPOTS, SPORTREPORTA-
GES EN TV-ONDERTITELING • KRONIEK VAN DE MEDIAWERELD •
BOEKEN EN TIJDSCHRIFTEN OVER COMMUNICATIE

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAP
E. VAN EVENSTRAAT 2A
3000 LEUVEN

JAARGANG 17
NR 2-3
ZOMER-HERFST 1987

COMMUNICATIE

TIJDSCHRIFT VOOR
MASSAMEDIA EN CULTUUR

Een uitgave van het
Centrum voor Communicatiewetenschap, K.U.Leuven
E. van Evenstraat 2A
B-3000 Leuven.
Verschijnt 4 x per jaar.

ISSN 0771-7342

17de jaargang nr. 2-3
ZOMER-HERFST 1987

Hoofdredacteur: W. Van der biesen

Redactiesecretariaat: A. Hendriks

Administratie: A. Willems, J. Creyns

Lay-out: G. De Meyer

Redactie: G. De Meyer, G. Fauconnier, A. Hendriks,
W. Hesling, W. Van der biesen, L. Van Poecke.

Abonnementen: De abonnementsprijs bedraagt 400 BF voor een jaargang (4 nummers). De prijs voor losse nummers is 150 BF. Betaling kan geschieden op rekening nr. 431-0370171-86 van het Centrum voor Communicatiewetenschap, K.U.Leuven, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven.

Abonnees in Nederland schrijven fl. 30,- (verzendingskosten inbegrepen) over op (Rabobank-Nederland) rekeningnr. 10.38.86.737 van Communicatie, E. Van Evenstraat 2 A, B-3000 Leuven. Losse nummers kosten fl. 10,-.

Voor betaling vanuit andere landen gelieve een cheque te sturen ter waarde van 830 BF (port- en wisselkosten inbegrepen).

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 Communicatiewetenschap, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven, tel. 016-28.32.20.

Advertentietarief wordt op aanvraag toegezonden.

Getekende artikels verbinden alleen de schrijvers.

Inhoud Jg. 17, nr. 2-3

- 1 **Themanummer: informatie en informatieverwerking** - Gust De Meyer
- 4 **Het concept informatie** - Dirk De Grooff
- 16 **Communicatie en informatie** - Koen Cauwe-
lier
- 23 **Het informatiegehalte en de informatiever-
werking van reclamespots** - Gust De Meyer
- 50 **De aantrekkelijkheid van rechtstreekse
sportreportages op televisie: een cognitieve
benadering** - Pascal Mignolet
- 58 **Verschillen tussen jonge en oudere vol-
wassenen in de verdeling van de aandacht
over verschillende informatiebronnen** -
Géry d'Ydewalle, Luc Warlop, Johan Van
Rensbergen
- 74 **Feiten en meningen uit de mediawereld** -
Jan Drijvers, Wim Van der biesen
- 81 **Uit de tijdschriften**
- 95 **Boekbesprekingen**
- 107 **Ingezonden boeken**

Verantwoordelijke uitgever:

L. Van Poecke, Frederik Lintstraat 57
B-3000 LEUVEN.

themanummer: informatie en informatieverwerking

gust de meyer

Met Collins (1982) mag gesteld worden dat de verre geschiedenis van het media-onderzoek gedomineerd is door een dubbele belangstelling voor de inhoud van de media enerzijds en voor het publiek van de media anderzijds. De grote vragen betroffen traditioneel of media-effecten opgetekend konden worden, en zo ja, door welke inhoud en bij welke delen van het publiek. In het verleden is weinig aandacht besteed aan wat het publiek doet met de media. Meer recentelijk echter is de aandacht gegroeid voor het actieve publiek, en wel in twee varianten.

De eerste variant is bekend als uses and gratifications-onderzoek en heeft zo ondertussen al zijn eigen geschiedenis. De tweede variant, information processing, waaraan dit themanummer is gewijd, heeft de media-onderzoekers nog maar onlangs kunnen bekoren. Collins (1982) kon vijf jaar geleden amper 75 publikaties (artikels én boeken) tellen over informatieverwerking van materiaal van de media. Dat wil daarom niet zeggen dat die benadering op dat moment al geen palmares kon voorleggen. Ontwikkeld binnen de cognitieve psychologie, is ze daar evenwel lang behuisd gebleven. Een van de basiswerken over 'Human information processing' (Lindsay, P.H., Norman, D.A. 1977) kreeg de vanzelfsprekende ondertitel 'An introduction to psychology' mee. Het is pas sinds de vroege jaren tachtig dat de invalshoek ook door media-onderzoekers aangewend ging worden, op het ogenblik dat het uses and gratifications-onderzoek zowat zijn hoogtepunt had bereikt.

Het kan niet ontkend worden dat het media-effect-onderzoek recentelijk sterk de psychologische weg is ingeslagen. Zowel uses and gratifications als information processing gaan uit van de individuele manier waarop mensen de mediaboodschappen percipiëren. Daardoor onderscheiden beide benaderingen zich scherp van de meer sociologische benadering, waarin vaak het 'massaal' gedrag van het mediapubliek de aandacht krijgt. Waar het uses and gratifications-onderzoek - in tegenstelling tot kwantitatieve inhoudsanalyse en onder statistiek gebukt gaande survey's - zich vooral toelegde op meer latente behoeftebevrediging, keert de information processing-benadering zich resoluut naar een neo-behavioristische richting. Eens te meer: haar cognitief- en experimenteel-psychologische afkomst legde haar dit ongetwijfeld op.

Waar uses and gratifications zich vaak van een soort van dieptepsychologische techniek bedient om naar latente motieven voor mediaconsumptie te peilen, prefereert de information processing-benadering de experimentele methode.

Dit alles wil niet zeggen dat de informatieverwerkingstheorie niet tot interes-

sante nieuwe theorieën - paradigma's, om een modieus woord te gebruiken - geleid zou hebben. Het geflirt met de computer-metafoor mag dan over zijn hoogtepunt heen zijn - al heeft deze metafoor zijn sporen nagelaten in het terminologiegebruik - de informatieverwerking heeft zijn welomschreven concepten en theorie. Over het uitdagend theoretisch denkkader vindt men het een en ander in het artikel infra over reclamespots. Tegelijk wordt de theorie daar toegepast in experimentele zin. Ander experimenteel onderzoek dat wordt voorgesteld, heeft betrekking op de aandacht voor ondertitelde tv-programma's.

Alhoewel de (mathematische) informatietheorie de term 'informatie' gemeenschappelijk heeft met de informatieverwerkingstheorie, worden beide vaak meer als antipoden dan als elkaar aanvullende benaderingen gezien. Nu de kritiek vanwege de cognitief-psychologen, die het actief percipiërende individu centraal stellen, op de informatietheoretici, die zoniet een passief dan toch een mechanistisch mensbeeld zouden hanteren, nu deze kritiek niet meer gehoord wordt, is wellicht het ogenblik gekomen waarop toenadering gezocht kan worden. De informatietheorie is op haar beurt in staat om een sluitend theoretisch kader voor te leggen, dat verder reikt dan de strikt mathematische basis en dat esthetische, semiotische, (leer)psychologische en ja, filosofische problemen in een nieuw licht kan plaatsen. Dat moge blijken uit het artikel over 'Communicatie en informatie'. In tegenstelling tot de information processing-theorie, die pas meer recentelijk in het massacommunicatie-onderzoek is doorgedrongen, zijn de informatietheoretische concepten vrij vlug het communicatiejargon binnengesijpeld na de publikatie van het basiswerk van SHANNON en WEAVER (1949). Hier ook was reeds een stilte gevallen. Maar er zijn tekenen dat de theorie recentelijk aan een heropbloei bezig is in de communicatie-research, met name dankzij het werk van o.m. FINN (1985), WATT en WELCH (1983) en KRULL (1983).

Wat de mathematische informatietheorie een nieuw elan kan geven én haar (opnieuw) in het vaarwater van de psychologische informatieverwerkingstheorie kan sturen, is haar bekommernis om het plezier dat consumenten uit 'mediatekst' halen. Aan de psychologische arousal-theorie schijnt ze in elk geval een, als het ware natuurlijke bondgenoot te hebben. Net als met de information processing in het algemeen is het onderzoek naar de arousal, de opwinding die massa-mediaboodschappen kunnen opwekken - onderzoek dat psychobiologische metingen niet schuwt - nog maar recentelijk van de grond gekomen, ook al zijn reeds omzeggens twee decennia verlopen sinds de publikatie van de basiswerken van BERLYNE (1971).

Maar o.m. ZILLMAN (1982) en TINCHON, AZIZI en STROTZKA (1985) hebben de weg gewezen, die ook genomen is in het artikel infra over de 'Aantrekkelijkheid van rechtstreekse sportreportages op televisie'.

Men weet dat in de mathematische informatietheorie de term informatie in een zeer specifieke betekenis wordt gebruikt, namelijk in de zin van verrassingswaarde (schoolvoorbeeld: Man bijt hond is 'informatiever' dan hond bijt man). Dat de term informatie doorgaans anders wordt geïnterpreteerd - vanaf synoniem voor signalen of data tot en met betekenissen - moge blijken uit het inleidende artikel van dit themanummer: 'Het concept informatie'.

Alhoewel wellicht vrij 'informatief' (in informatietheoretische zin) hopen wij

dat dit themanummer voor onze lezers voldoende informatie (in de zin van significante, voor de gebruiker begrijpelijke verzameling van tekens - cf. het inleidend artikel) zal bevatten.

LITERATUURLIJST

- Berlyne, D.E. (1971), *Aesthetics and psychobiology*. New York, Appleton-Century-Crafts.
- Collins, A. (1982), Cognitive procession in television viewing, in Pearl, D., Bouthilet, L. en Lazar, J., *Television and behavior. Ten years of scientific progress and implications for the eighties*, vol. II, Rockville, National Institute of Mental Health.
- Finn, S. (1985), Unpredictability as correlate of reader enjoyment of news articles, *Journalism Quarterly*, 62/2: 334-342.
- Krull, R. (1983), Children learning to watch television, pp. 103-124 in Bryant, J. en Anderson, D., *Children's understanding of television*, New York.
- Lindsay, P.H. en Norman, D.A. (1977) *Human information processing, an introduction to psychology*. Second edition, Orlando, Academic Press.
- Shannon, C.E. en Weaver, W. (1949), *The mathematical theory of communication*. Urbana, University of Illinois Press.
- Tinchon, H.J., Azzizi, V.I. en Strotzka, H. (1985), *Messung von Betroffenheit. Neue Ergebnisse zur Experimentell-Psychophysiologischen Medienforschung*. Wenen.
- Watt, J. en Welch, A. (1983), Effects of static and dynamic complexity on children's attention, pp. 69-102 in Bryant, J. en Anderson, D., *Children's understanding of television*. New York.
- Zillmann, D. en Bryant, J. (1986), Exploring the entertainment experience, pp. 303-324 in Bryant, J., Zillmann, D. (Eds.), *Perspectives on media effects*. Hillsdale, Lawrence Erlbaum.
- Zillmann, D. (1982), Television viewing and arousal, in Pearl, D., Bouthilet, L. en Lazar, J., *Television and behavior, ten years of scientific progress and implications for the eighties*. Rockvill, National Institute of Mental Health.

De bijdragen in dit nummer zijn van de hand van:

Gust DE MEYER, werkleider aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven.

Dirk DE GROOFF, eerstaanwezend assistent en lector aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven.

Koen CAUWELIER, licentiaat in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven.

Pascal MIGNOLET, licentiaat in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven.

Géry d'YDEWALLE, gewoon hoogleraar en directeur, Luc WARLOP, onderzoekstagiër, en Johan VAN RENSBERGEN, wetenschappelijk medewerker aan het Laboratorium voor Experimentele Psychologie van de Katholieke Universiteit Leuven.

het concept informatie

dirk de grooff

In dit artikel wordt gepoogd het concept informatie te omschrijven; tevens zal worden ingegaan op de oorsprong en de aard van informatie.

ENKELE DEFINITIES

Informatie is een concept dat zowel in de wetenschappelijke literatuur als in het dagelijks taalgebruik in een enorme variatie aan betekenissen wordt gebruikt. Ook de - relatief schaarse - definities die in de (multidisciplinaire) wetenschappelijke literatuur voorkomen, kunnen in het algemeen nauwelijks met elkaar worden vergeleken. Dit moet blijken uit het volgende (willekeurige) staal van definities:

- A. "Het zich verschaffen van kennis of inzicht, nasporing" (Van Dale).
- B. "Information is the negative of uncertainty" (Miller 1965).
- C. "Information is data that has been processed into a form that is meaningful to the recipient and is of real or perceived value in current or prospective actions or decisions" (Davis en Olson 1985).
- D. "Information ist, was an Ausgewählten einem Empfänger signalisiert wird" (Steinbuch 1977).
- E. "Informatie bestaat uit gegevens die in een communicatiesysteem een bepaalde mededeling brengen" (De Veusser 1973).
- F. "Information is data plus evaluation in a specific situation" (McDonough 1963).
- G. "Information is knowledge derived from the organization and analysis of data. Information in other words, is data that are useful in achieving the objectives of the business" (Levin 1956).
- H. "Informatie is de communicatie van feitelijke gegevens onder de zuiverste vorm, zonder enige persoonlijke commentaar of interpretatie vanwege de communicator of intentie tot beïnvloeding" (Clausse, in een vertaling van Fauconnier 1986).
- I. "Information is news or notification about facts and events of every sort, which has to be understood, transmitted and accepted for a definite purpose" (Rodenstock 1965).
- J. "Gegevens worden informatie genoemd wanneer ze verwerkt zijn tot iets dat betekenisvol is voor de ontvanger en derhalve een reële of veronderstelde waarde heeft ten aanzien van tegenwoordige of toekomstige beslissingen en acties" (Lucey 1982).

Wanneer wij bovenstaande definities van naderbij bekijken, dan kan het volgende worden gesteld:

- In vele gevallen (C, E, F, G, H, I, J) wordt een verband gelegd tussen *informatie* en *gegevens* (data).
- Eveneens in een groot aantal gevallen (A, C, F, I, J) wordt informatie als

'betekenisvol' ("meaningful", "inzicht", "understood", "evaluation", "betekenisvol") omschreven.

– Enkele definities (D, E, H, I) beschouwen informatie als een *communicatie* proces (H) of een element (in casu de inhoud) daaruit (D, E, I).

– Informatie wordt in enkele definities als *synoniem gebruikt voor verwante begrippen*, zoals kennis (G) en nieuws (I).

– Sommige definities kennen, impliciet of expliciet, een *waardecriterium* (b.v. 'real or perceived value in current or prospective actions or decisions', 'feitelijke gegevens onder de zuiverste vorm', 'accepted', 'een reële of veronderstelde waarde...ten aanzien van tegenwoordige of toekomstige beslissingen en acties') toe aan hun concept informatie.

In onderstaande tekst zal elk van bovengenoemde aspecten van nabij worden bekeken; deze bespreking zal de basis vormen voor een eigen omschrijving van het begrip informatie.

DATA, TEKENS, SIGNALLEN

Om een goed inzicht te verwerven in de aard en de karakteristieken van het concept 'informatie', is het zeer belangrijk dit begrip scherp af te bakenen, vooral m.b.t. verwante - en soms ermee verwarde - termen als data, tekens en signalen. Dit is het onderwerp van de volgende paragrafen.

DATA VERSUS INFORMATIE

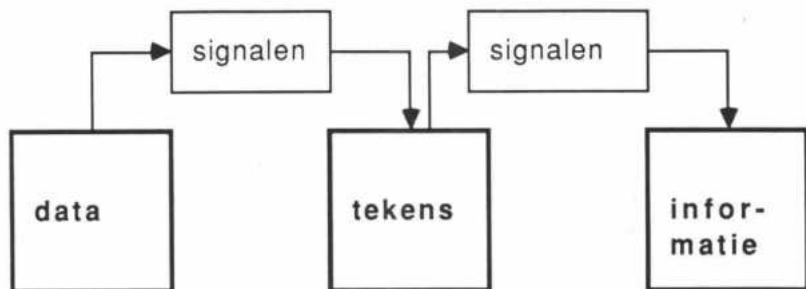
In de omgangstaal worden 'informatie' en 'gegevens' (of 'data') zeer vaak als synoniem gebruikt, zoals bijvoorbeeld in de zin: "Heb je alle gegevens/informatie over dit onderwerp opgezocht in de bibliotheek?". Maar ook in het (semi-)wetenschappelijk taalgebruik wordt dikwijls geen onderscheid gemaakt tussen beide termen. Hierbij kunnen wij bijvoorbeeld denken aan - hoofdzakelijk via de informatica en de organisatiekunde geïntroduceerde - begrippen als 'data-/informatie-verwerking', 'data-/informatiebeheer', 'gegevens-/informatie-analyse', enz.

Daar waar toch een onderscheid wordt gemaakt tussen 'gegevens' en 'informatie', gebeurt dit niet steeds aan de hand van dezelfde criteria. Zo ziet bijvoorbeeld Welten (1982) het verschil tussen beide concepten in het feit dat *informatie* beantwoordt aan een behoefte en dat de vorm en de inhoud van informatie worden bepaald door de gebruiker (of recipiënt), terwijl volgens die auteur *gegevens* louter feitenmateriaal zijn, die - in functie van een concrete behoefte - eventueel omgevormd kunnen worden tot informatie. Muller (1982) drukt het verschil tussen data en informatie op een andere manier uit. Volgens deze auteur verhouden data en informatie zich zoals de *werkelijkheid* en de *voorstelling* die wij van de werkelijkheid maken. Gegevens zijn dus concrete objecten uit de ons omringende leefwereld (water, kleuren, blanken, papier, een vulpen, enz.), die wij percipiëren en cognitief verwerken tot informatie (over die objecten). Data hebben aldus betrekking op de 'objectieve' werkelijkheid, informatie op de 'subjectieve' werkelijkheid.

Deze visie leunt aan bij het in de literatuur meest voorkomende - en ons inziens eenvoudigst te hanteren - criterium, nl. dit van de *zingeving* of *betekenis*-

toekenning. In deze zin zijn gegevens materiële elementen (letters, cijfers, kleuren, klanken, grafische elementen,...) zonder enige betekenis voor de recipiënt. Levin (1956) spreekt van "facts or statistics, unrelated, uninterpreted,..."; Davis en Olson (1985) hebben het over "groups of nonrandom symbols which represent quantities, actions, objects, etc." Deze op zichzelf staande fysische elementen kunnen nu - indien zij op een welbepaalde wijze worden geordend - de bouwstenen vormen voor informatie. Deze transformatie van data tot informatie verloopt via een *proces* waarbij nog twee andere elementen een belangrijke rol spelen, nl. *tekens* en *signalen*.

Dit proces van informatievorming kan als volgt worden voorgesteld:



VAN DATA TOT TEKENS

Zoals uit bovenstaand schema blijkt, kunnen uit data *tekens* ontstaan. Bijvoorbeeld: uit de welbepaalde ordening van de letters (data) R.P.A.D.A. ontstaat het woord (teken) P.A.A.R.D. De eerste lettercombinatie is totaal betekenisloos, de tweede verwijst naar het concept 'paard' en heeft aldus een specifieke betekenis.

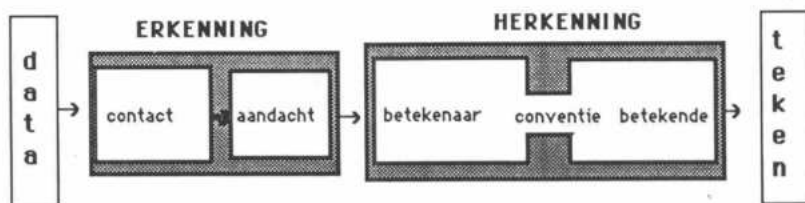
Wij kunnen ons daarbij afvragen welke de *voorwaarden* zijn opdat deze transformatie zou kunnen plaatsvinden. Deze voorwaarden zijn, globaal genomen, van tweeërlei aard, nl. *erkenning* enerzijds en *herkenning* anderzijds.

Erkenning verwijst naar het integrale bewustwordingsproces dat een aanvang neemt met de fysische confrontatie tussen data en recipiënt (Goldhamer 1984), en eindigt met het opnemen van de gegevens in het bewustzijn. Thayer (1968) gebruikt voor dit laatste de uitdrukking '*token into-account*'. Een tekst kan vanzelfsprekend nooit iets *betekenen* indien wij deze niet daadwerkelijk ter hand nemen (fysische confrontatie), en evenmin indien wij voor deze tekst zitten te 'dagdromen' (aandacht). Het verschil tussen fysische confrontatie *met* en *zonder* aandacht kan worden uitgedrukt aan de hand van de nuances tussen 'zien' en 'kijken', 'horen' en 'luisteren', 'voelen' en 'tasten', enz.

Fysische confrontatie tussen data en recipiënt kan maar moet niet noodzakelijk gepland (intentioneel) zijn. Enorm veel data worden ons permanent door onze omgeving opgedrongen (b.v. allerlei geluiden). Aandacht daarentegen vereist wel een intentie vanwege de ontvanger. Deze moet een bewuste inspanning leveren om alert te zijn en te blijven; we kunnen in dit verband ver-

wijzen naar de in de volksmond veel gebruikte uitdrukking "er met zijn verstand bij zijn". Opdat data *betekenisvolle data* (dus *tekens*) zouden kunnen worden, moeten zij door de ontvanger '*herkend*' worden. In de semiotiek wordt dit herkenningsproces uitgedrukt aan de hand van de termen '*betekenaar*' en '*betekende*'. Herkennen van data als specifieke tekens wil dan zeggen dat er een relatie wordt gelegd tussen de betekenaar (ook signifiant of tekenvorm genoemd) en het betekende (ook signifié of tekeninhoud genoemd). Een voorbeeld: doordat de relatie wordt gelegd tussen de combinatie van de letters 'H.U.I.S.' (betekenaar) en het concept 'huis' (betekende), ontstaat uit de lettercombinatie (data) een teken. Deze relatie tussen betekenaar en betekende berust in alle gevallen op een conventie tussen diegenen die de tekens gebruiken. Deze afspraak wordt via het leerproces overgemaakt. Dat twee mensen met elkaar kunnen communiceren, is het gevolg van het feit dat zij beiden een voldoende aantal gemeenschappelijke (verbale en niet-verbale) tekens hebben aangeleerd.

Het overgangsproces van data naar tekens kan, samengevat, als volgt worden voorgesteld:



TEKENS VERSUS STIMULI

In de voorgaande tekst hebben wij gesteld dat aandacht een noodzakelijke voorwaarde is in het proces van betekenisvorming, en dat aandacht een bewuste inspanning (dus een intentie) van de ontvanger vereist. Een en ander heeft ongetwijfeld een zeer belangrijke psychische functie. Stel dat onze aandacht gewekt zou worden voor elke fysische prikkel uit de omgeving, dan zouden wij ongetwijfeld 'verdrinken' in een overvloed aan data. Zonder een degelijk selectieproces zouden wij overstelpt worden met irrelevante gegevens en nog nauwelijks informatie kunnen opnemen.

Toch zijn er data die *tot erkenning verplichten* en een *in alle omstandigheden en voor alle individuen éénduidige herkenning opleveren*. Voorbeelden hiervan zijn plots opkomende pijn, stresserende situaties, een zeer felle lichtflits of een onverwacht, indringend geluid. In al deze gevallen lijkt het of we te doen hebben met 'tekens', vermits deze data onvoorwaardelijk onze aandacht opeisen en vrijwel een directe reactie uitlokken (zoals het maken van grimassen, transpireren, met de ogen knippen, enz.). Er is hier echter geen sprake van een reactie op basis van een overgedragen *betekenis* maar van een automatische - biogenetisch bepaalde - respons (of *reflex*). De oorzaak van deze respons noemen wij een *stimulus*. De relatie tussen stimulus en respons berust niet op een betekenis maar op een *programma* dat eigen kan

zijn aan de recipiënt (dus biogenetisch vastgelegd) of gecreëerd kan worden. In verband met dit laatste kunnen wij verwijzen naar sommige vormen van training ('dril'), waarbij wordt gepoogd bij de recipiënten een directe en automatische (re)actie uit te lokken na het toedienen van een stimulus (b.v. 'voorwaarts', 'links', 'go', 'fire',...). Het is daarbij de bedoeling om erkenning en herkenning uit te sluiten, zodat snelle en in alle gevallen identieke handelingen kunnen worden uitgelokt. Het 'programma' bepaalt dan de aard van de handelingen in functie van de toegediende data.

VAN TEKEN TOT INFORMATIE

Data kunnen onder welbepaalde omstandigheden (cf. supra) tekens worden. Op hun beurt kunnen tekens informatie verstrekken. Hoe en wanneer dit precies gebeurt, is het onderwerp van deze paragraaf. In principe geeft elk individueel teken minimaal informatie over zichzelf. Een boom in het park geeft ons tijdens de waarneming informatie over de kleur, de grootte, de dikte van de stam, de plaats in het park, de eventuele bloemen, enz. Sommige tekens geven zelfs meer informatie dan er in het teken 'op zich' besloten zit. Een voetstap in het zand geeft ons de informatie dat iemand met een bepaalde schoenmaat niet zo lang geleden voorbijgekomen is. Informatie kan - en zal in de meeste gevallen - bestaan uit *tekenverzamelingen*. Dit is onder andere het geval met taaltekens, die meestal slechts informatie(f) zijn in een gesproken of geschreven *tekst*, maar ook met individuele handelingen, die ons informatie kunnen verstrekken als zij gecombineerd worden tot een bepaalde *voorstelling*, of met opeenvolgende feiten, die samen een *gebeurtenis* vormen. Uiteraard is niet elke tekst, voorstelling of gebeurtenis informatief. De tekenverzameling moet namelijk *significant* zijn. Of een tekenverzameling al dan niet significant is, zal dan weer afhangen van de wijze waarop de verzameling is samengesteld (*ordering* van individuele tekens), en van de situatie waarin de tekenverzameling door de recipiënt wordt gebruikt (*referentiekader*).

— Net zoals gegevens op een bepaalde wijze moeten worden geordend om een betekenis te kunnen krijgen, worden ook tekens slechts informatie in een welbepaalde configuratie. De verzameling van de woorden (tekens) "Giftig andere, sommige niet slangen zijn" geeft ons geen informatie; de tekenverzameling "Sommige slangen zijn giftig, andere niet" wel. Ook op zichzelf betekenisvolle, individuele handelingen kunnen - indien in een willekeurige volgorde achter elkaar 'gemonteerd' (b.v. in een speelfilm) - leiden tot een volstrekt a-informatieve voorstelling.

— Daarenboven spreekt het vanzelf dat tekenverzamelingen slechts significant (dus informatie) zijn, als zij betrekking hebben op, of verwijzen naar, een situatie waarin de gebruiker van die tekenverzameling zich op dat moment bevindt, of waarvan deze althans kennis heeft genomen. M.a.w. speelt het fysisch en/of psychisch referentiekader waarin de tekenverzameling wordt gebruikt, een belangrijke factor in de bepaling van het informatief karakter ervan. De zin "zet ze maar in de ijskast" bevat volstrekt geen enkele informatie voor de postbode, maar wel voor de melkboer (fysisch referentiekader). Ook de *aard* van en de *hoeveelheid* overgebrachte informatie, bestaande uit een significante tekenverzameling, kan variëren naargelang de context waar-

in de informatie-overdracht en -opname plaats heeft. In dit verband kunnen wij een *objectieve* (of fysische) context onderscheiden van een *subjectieve* (of psychische) context. De eerste heeft betrekking op het ruimtelijk-tijdelijk kader waarin het informatieproces plaatsvindt, de tweede op de fysische toestand waarin de recipiënt zich bevindt op het ogenblik van de informatie-overdracht.

Objectieve context

Δ het *tijdstip* van de informatie-opname.

B.v. het woord 'Tsjernoby!' geeft meer informatie *na* dan *voor* het ongeluk met de kernreactor.

- Voor het ongeluk: "een stad in de Sovjet-Unie".
- Na het ongeluk: "een stad in de Sovjet-Unie, waar in de lente van 1986 een ongeluk plaatsvond met een kernreactor, waardoor...".

Δ De *plaats* van de informatie-opname.

B.v. de perceptie van iemand die wenend uit de bioscoop komt ("de film was ontroerend"), geeft andere informatie dan de perceptie van iemand die met tranen in de ogen op een begraafplaats staat ("de persoon heeft verdriet om een overleden familielid of vriend").

Hierbij moet worden opgemerkt dat informatie niet noodzakelijk 'juiste' of 'waarheidsgetrouwe' informatie is. De waarheidsgetrouwheid van informatie is immers afhankelijk van de betrouwbaarheid van de informatiebron (b.v. bij communicatie) en/of van de manier waarop de informatie door de recipiënt wordt verwerkt (geïnterpreteerd) (b.v. bij communicatie en perceptie). Dit laatste punt noemen wij de *subjectieve context* van informatie-opname.

Subjectieve context

Hierbij kunnen onderscheiden worden:

Δ de *voorkennis* van de recipiënt

B.v. een beroepsmilitair zal degelijker geïnformeerd worden door het bijwonen van een militaire parade dan een nieuwsgierige leek. Hij zal de verschillende eenheden herkennen, alsook de oorlogstuigen, de muziek die wordt gespeeld, de rang der defilerende officieren, enz.

Δ de *emotionele* toestand van de recipiënt

B.v. wanneer een vader tegen zijn zoon zegt "Ik bekijk jouw rapport morgen wel", zal de zoon - in functie van zijn emotionele toestand op dat ogenblik - naast de eigenlijke (strikte) semantische inhoud uit deze zin bijvoorbeeld de volgende informatie kunnen halen:

"Jouw rapport interesseert me niet in die mate dat ik het dadelijk wil bekijken".

"Ik vertrouw je wel. Het zal andermaal een goed rapport zijn".

"Er is nog iets anders in het leven dan goede schoolresultaten", enz.

Uit bovenstaand voorbeeld blijkt nu dat verschillende contextuele factoren tegelijk een rol kunnen spelen. Indien de zin van de vader bijvoorbeeld via de telefoon zou worden uitgesproken, zal de betekenis (ook) afhangen van het tijdstip (b.v. vader komt morgen naar huis en kan pas dan het rapport bekijken).

De context waarbinnen informatie wordt gebruikt, zorgt ervoor dat informatie meestal een veel *rijkere* inhoud heeft dan de informatie die ontstaat uit de som van de samenstellende tekens.

HET SIGNAAL

Het informatieproces is een proces van ruimtelijk-tijdelijke bewegingen van informatie. Er is steeds een informatiebron aanwezig, die intentioneel of niet-intentioneel informatie verzendt (communicatie) of bevat (perceptie), en een informatie*recipiënt* die informatie opneemt en verwerkt.

Omdat informatie een significante verzameling van tekens is, en tekens bestaan uit gegevens die zelf materiële elementen zijn, is informatie toegankelijk voor onze zintuigen. Informatie is steeds zintuiglijk waarneembaar. Het transport van informatie tussen bron en ontvanger gebeurt aan de hand van de overdracht van *energie* en/of *materie*. Deze materiële en/of energetische drager van informatie noemen wij een *signaal*.

Naargelang de aard van de informatie-overdracht kunnen wij een onderscheid maken tussen *primaire* en *secundaire* signalen.

Daar waar er een *rechtstreeks*, direct contact bestaat tussen informatiebron en -ontvanger, met name bij perceptie en rechtstreekse (face-to-face) communicatie, wordt gebruik gemaakt van *primaire* signalen. Wanneer een leraar in een klaslokaal de leerlingen toespreekt, worden de lichtreflecties en geluidstrillingen (primaire signalen) die dit meebrengt, rechtstreeks het klaslokaal ingestuurd, via de lucht (kanaal) getransporteerd en via de oren en ogen van de leerlingen ontvangen.

Indien wij te maken hebben met *onrechtstreekse* (of mediamieke, d.w.z. via een technisch hulpmiddel plaatsvindende) communicatie, dan gebeurt de informatie-overdracht door middel van *secundaire* signalen. Deze *secundaire* signalen kunnen energetisch zijn (d.w.z. d.m.v. een elektrische/elektronische impuls geproduceerd), of materieel van aard (d.w.z. op een mechanische wijze geproduceerd).

Voorbeelden van elektrisch/elektronisch secundaire signalen zijn een radiosignaal, een elektrische puls, een magnetisch veld, e.d. Voorbeelden van mechanische secundaire signalen zijn papier, kunststof (vinyl, celluloid, glas, hout, enz.).

Primaire signalen kunnen rechtstreeks door onze zintuigen worden gedecodeerd in de oorspronkelijke data (vandaar dat ze soms ook *natuurlijke* signalen worden genoemd).

Bij de meeste secundaire signalen (papier als drager van drukwerk is bijvoor-

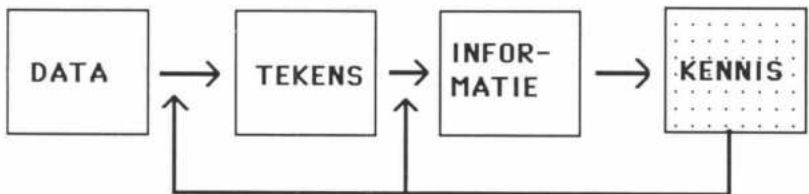
beeld een uitzondering) is voor de decodering een apparaat (radiotoestel, telex, computer, afspeler, projector, e.d.) nodig. Dit apparaat (het medium) zet de secundaire signalen (v.b. de radiogolven) om in primaire signalen (vb. geluidstrillingen), die dan weer via rechtstreeks contact tussen recipiënt en medium kunnen worden ontvangen. Uit het voorgaande kan reeds worden afgeleid dat signalen niet enkel fungeren om informatie te *transporteren*, maar ook om deze - in de vorm van data - mechanisch te *verwerken* (door het medium). Bij verwerking van informatie zal deze immers terug 'ontbonden' moeten worden in mechanisch te manipuleren elementaire eenheden (data), die op een bepaald signaal kunnen worden geënd.

KENNIS EN INFORMATIE

Het voorgaande recapitulerend, kan worden gesteld dat, indien het contact tussen mens en milieu zich louter afspeelt op het niveau van de fysische *gewaarwording*, wij kunnen spreken over een leefwereld die zich aan ons presenteert in de vorm van *data* of *stimuli* (data met een imperatief karakter, die automatisch leiden tot een reactie). Voor (gezonde) mensen zullen gewaarwordingen op een vrijwel identieke wijze worden ervaren. Een selectie van deze fysische gewaarwordingen kan in bepaalde omstandigheden en onder welbepaalde voorwaarden betekenisvol worden. Gewaarwordingen worden dan *waarnemingen*. Bij ongeveer gelijke prikkeling van onze zintuigen kunnen toch - afhankelijk van het referentiekader van de gewaarwording - verschillende zaken worden waargenomen. De *fysische* verwerking van gewaarwordingen is bij mensen met een vergelijkbare fysische conditie vrijwel identiek; de *cognitieve* verwerking leidt echter niet zelden tot verschillende waarnemingen.

Daarenboven kan informatie uit identieke waarnemingen van verschillende individuen weer variabel zijn in functie van de (fysische en psychische) context waarin deze waarnemingen zijn gebeurd.

Een zeer belangrijke factor die de aard van de informatie uit waarneming kan bepalen, is de informatie waarover de recipiënt reeds op voorhand m.b.t. de situatie of het object beschikt; wij noemen deze informatie die op een bepaald moment in het menselijk geheugen is opgeslagen, *kennis*. Kennis is dus 'a posteriori informatie', informatie die, eens ontvangen en cognitief verwerkt, in het geheugen wordt opgenomen en aldaar met andere - reeds bestaande - kennis in verband wordt gebracht.



Uit bovenstaand vierfasisch schema blijkt dat kennis een belangrijke rol speelt bij de overgang van data naar tekens en van tekens naar informatie. Data kunnen pas tekens worden als zij als dusdanig worden herkend. Deze herkenning kan pas plaatsvinden als zich binnen het menselijk 'kennisbestand' ergens een concept bevindt (betekende), dat de relatie legt met de gepercipieerde of via een communicatieproces overgebrachte betekenaar (gegeven). Ook het feit of informatie al dan niet ontstaat uit tekenverzamelingen, alsook de aard en de hoeveelheid informatie die een significante tekenverzameling biedt, is in grote mate afhankelijk van de individuele kennis van de gebruiker.

Uit voorgaande kunnen wij dus afleiden dat informatie leidt tot *kennisvermeerdering* en dat *kennis* in grote mate mede bepalend is voor de informatie die uit data wordt gehaald. Kennis kan derhalve vanuit de informatiekunde worden omschreven als *in het bewustzijn geassimileerde informatie*.

Kennisvorming is echter ook een *zelfwerkzaam* proces. Muller (1982) stelt dat kennis naast "het geheel van bij mensen in overdraagbare vorm aanwezige...voorstellingen van de werkelijkheid..." ook bestaat uit "...het geheel van begrippen dat gevormd is bij de rubricering van daarbij onderkende kenmerken en samenhangen".

Kennis is dus ruimer dan de totaliteit van de sinds de geboorte - of misschien zelfs vroeger - ingevoerde en opgeslagen informatie. Informatie is echter niet de enige voedingsbron van kennis.

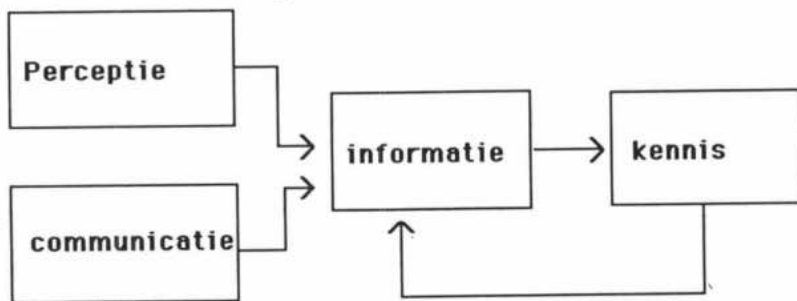
Kennis ontstaat ook door *reflectie*, nl. door de cognitieve verwerking van bestaande, opgeslagen informatie. Een voorbeeld: de kennis dat "walvissen levendbarend" zijn, kan bijvoorbeeld verkregen zijn aan de hand van de nieuw ontvangen informatie (b.v. uit een encyclopedie) dat:

- a) "walvissen zoogdieren", en
- b) "zoogdieren levendbarend" zijn.

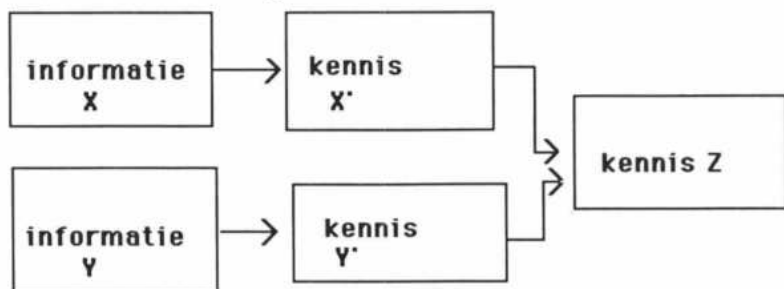
De laatste twee constructies (a en b) zijn verkregen via een communicatieproces (informatie-niveau), de eerste ("walvissen zijn levendbarend") uit de persoonlijke verwerking van de laatste twee constructies (a en b), dus door reflectie.

In het geval van kennisverwerving door perceptie en communicatie (dus door transformatie van informatie naar kennis) spreken wij van *externe kennisverwerving*; in het geval van kennisverwerving door verwerking van bestaande kennis spreken wij van *interne kennisverwerving*. Schematisch kan dat als volgt worden voorgesteld:

Externe kennisverwerving



Interne kennisverwerving



Uiteraard is het onderscheid tussen externe en interne kennisverwerving *theoretisch*, in de zin dat het zeer moeilijk is om in de praktijk de oorsprong van kennis te achterhalen.

Kennis is *abstract* en derhalve niet overdraagbaar, tenzij zij eerst in concrete, voor anderen verstaanbare tekens, dus tot informatie, wordt geconverteerd (of geformaliseerd). Zo kan elke vorm van gecommuniceerde informatie (wat wij een *boodschap* noemen) omschreven worden als *kennis die onder een bepaalde vorm circuleert*. Een wetenschapper schrijft zijn kennis omtrent een natuurverschijnsel neer in een rapport, een dichter in een vers, een beeldhouwer in een sculptuur, enz. De concretisering van kennis tot informatie zal nooit een *optimale* conversie zijn maar een poging om dit optimaal te benaderen. De mate waarin men daarin slaagt, is vooral persoonsgebonden. Sommige individuen hebben een bijzondere begaafdheid om hun kennis omtrent één of ander aspect van hun leefwereld te 'vertalen' is een boodschap. We kunnen hierbij denken aan volksvertellers, troubadours, schrijvers, beeldende kunstenaars, journalisten, enz.

Tenslotte moet nog worden aangestipt dat kennis niet enkel bekeken kan worden vanuit het individu (*mijn, zijn/haar* kennis), maar ook vanuit de sociale relatieit (*DE* kennis), nl. de verzamelde kennis van een bepaalde groep, cultuur of zelfs een hele beschaving. In die zin definieert Havelock (1986: 17) kennis als "...all facts, concepts, theories, and artefacts that are passed from one generation to another. This would certainly include all religion, literature,

art, architecture, law, medicine, science, engineering, education, special skills of all kinds, folkways, mores, myths and beliefs that are shared".

DE OORSPRONG VAN INFORMATIE

"Ieder levend organisme van hogere orde is de facto een zich informierend organisme" is een axioma dat wij in de plaats zouden willen stellen van het bekende axioma van Watzlawik, Beavin en Jackson (1967), dat stelt dat men "onmogelijk niet kan communiceren". De auteurs stellen aldus elk gedrag voor als een communicatieve act, ongeacht het feit of de actor de *intentie* had om een boodschap over te brengen of niet. Iemand die bijvoorbeeld tijdens een vergadering constant zit te geeuwen, 'communiqueert' volgens deze visie aan de andere deelnemers dat hij zich verveelt, alhoewel het geeuwen misschien een logisch gevolg is van het feit dat die persoon de dag daarvoor laat naar bed is gegaan. Een vriend die op een morgen erg bleek ziet, 'communiqueert' dat hij ziek is, alhoewel hij misschien helemaal niet ziek is, maar bijvoorbeeld zenuwachtig, enz. Watzlawik, e.a. stellen derhalve *communicatie* gelijk aan *perceptie*, vermits elke waarneming voorgesteld wordt als een communicatieve handeling van het gepercipieerde subject.

Het begrip communicatie wordt daardoor o.i. helemaal uitgehold. De '*vergemeenschappelijking*' van de boodschap (wat wij terugvinden in het Latijnse stamwoord 'communicare' = gemeenschappelijk maken), met name het overdragen van een boodschap van een verzender naar een ontvanger en (eventueel) vice versa, wordt met deze uitspraak volledig genegeerd. Men kan o.i. wél stellen dat geen enkel levend organisme met een zekere intelligentiegraad zich kan onttrekken aan informatie. Het is met andere woorden onmogelijk zich niet te informeren. Informatie is immers noodzakelijk om ons te voeden, te kleden, te bewegen, te uiten, ... kortom om in leven te blijven. Wanneer onze informatiestroom wordt afgesneden, bijvoorbeeld als gevolg van het wegvallen van één of meerdere zintuigen, zijn wij niet meer levensvatbaar zonder de hulp van derden.

Waar komt die informatie dan vandaan? Informatie bestaat niet uit zichzelf (gegevens wel!). Informatie moet steeds door een informatie-recipient worden verkregen uit een informatiebron.

Deze bron kan *passief* zijn (m.a.w. informatie *bevatten*) of *actief* zijn (d.w.z. informatie *verstrekken*).

In het eerste geval bestaat er dus geen enkele intentie aan de kant van de bron om als bron te fungeren. Het initiatief tot informatieconsumptie ligt volledig bij de ontvanger. We spreken hier van **PERCEPTIE**.

In het tweede geval bestaat er wél een intentie aan de kant van de bron om als bron op te treden, m.a.w. om *informatie* over te dragen aan één of meerdere - al of niet vooraf bepaalde - ontvangers. Het initiatief tot informatie-overdracht gaat uit van de bron (verder verzender genoemd), maar ook de recipient moet een actieve rol spelen om het communicatieproces kans tot slagen te geven; de recipient moet 'ontvankelijk' zijn voor de informatie. In vele gevallen zijn de functies van verzender en ontvanger totaal omwisselbaar. Wij spreken in dit geval van **COMMUNICATIE**.

DEFINIERING VAN HET BEGRIP INFORMATIE

Uit de voorgaande paragrafen kunnen de volgende basiskenmerken van informatie worden gedistilleerd:

A. Informatie kan gelijkgesteld worden met een *significante (voor de gebruiker begrijpelijke) verzameling van tekens* die zelf omschreven kunnen worden als betekenisvolle gegevens, getransporteerd door middel van signalen.

B. De aard van informatie is afhankelijk van een *objectieve* (plaats en tijdstip) en *subjectieve* (de persoonlijkheid van het individu dat informatie ontvangt) *context*.

C. Elke informatie-overdracht leidt tot *kennisvermeerdering*. Kennis kan beschouwd worden als in het geheugen opgeslagen en geassimileerde informatie.

D. Informatie kan verkregen worden uit *communicatie* of uit *perceptie*.

Voorgaande kenmerken kunnen nu als volgt in een definitie worden verwerkt:

INFORMATIE IS EEN UIT COMMUNICATIE OF PERCEPTIE VERKREGEN SIGNIFICANTE VERZAMELING TEKENS DIE OP EEN SPECIFIEKE PLAATS EN TIJDSTIP VOOR EEN BEPAALDE RECIPIENT LEIDT TOT KENNISVERMEERDERING

LITERATUURLIJST

- Davis, G.B., Olson, M.H. (1985), *Management information systems*. New York, McGraw-Hill.
- De Veusser, D. (1973), *Management-informatiesystemen I - demistificatie*. Antwerpen-Amsterdam, Standaard Wetenschappelijke Uitgeverij.
- Fauconnier, G. (1986), *Algemene communicatietheorie*. Antwerpen-Leiden, Martinus Nijhoff.
- Goldhamer, G.M., Dennis, H.S., Richetto, G.M. en Wiio, O.A. (1984), *Information strategies - new pathways to management productivity*. Norwood, Ablex Publishing Comp.
- Havelock, R.G. (1986), The knowledge perspective: definition and scope of a new study domain, pp. 11-34 in Beal, G.M., Dissanayake, W. en Konoshina, S., *Knowledge generation, exchange and utilisation*. Boulder-London, Westview Press.
- Levin, H.S. (1956), *Office work and automation*. New York, Wiley & Sons.
- Lucey, T. (1982), *Inleiding management inforamtiesystemen*. Alphen a/d Rijn-Brussel, Samsom.
- Mc Donough A. (1963), *Information economics and management systems*. New York, McGraw Hill.
- Miller, J.G., Living systems - basic concepts, *Behavioral Sciences*, 10 (3-4): 234.
- Muller, S.J. (1982), *Kennisleer en computers, een kritische verhandeling over informatie*. Leiden-Antwerpen, Stenfert Kroese.
- Rodenstock, R., Information and communication - basis of effective decision-making, *Management International*, 4 (1965): 67.
- Steinbuch, K. (1977), *Kommunikationstechnik*. Heidelberg-New York, Springer Verlag.
- Thayer, L. (1968), *Communication and communication systems*. Homewood (Ill.), R.D. Irwin Inc.
- Watzlawik, P., Beavin, J. en Jackson, D. (1967), *Pragmatics of communication*. New York, Wiley.
- Wellen, H. (1982), *Informatiekunde: een inleiding*. Alphen a/d Rijn-Brussel, Samsom.

communicatie en informatie (*)

koen cauwelier

INFORMATIE: ALGEMEEN

Uitgangspunt voor onderstaand artikel is het begrip 'informatie' zoals dit in de zogeheten mathematische informatietheorie gestalte heeft gekregen. In deze theorie, die vanaf de jaren vijftig haar invloed liet gelden in de meest uiteenlopende wetenschappelijke disciplines, is 'informatie' een maat voor de *hoeveelheid* van hetgeen onder eender welke vorm wordt gecommuniceerd. Men gebruikt daarbij de soms nogal ongemakkelijk klinkende, doch louter technisch bedoelde term 'message' (bericht of boodschap). De inhoud of betekenis speelt hierin namelijk niet de minste rol. Het onderzoek naar het informatiegehalte van een melodie, een kunstwerk, een conversatie, een audiovisuele sequens, enzoverder, levert slechts een bepaalde kwantiteit op: veel of weinig informatie. Zo valt alles wat als een boodschap kan worden beschouwd, d.w.z. alles wat uit 'tekens' bestaat, ergens te situeren op een kwantitatief spectrum dat zich uitstrekt tussen enerzijds volstreekte wanorde of onvoorspelbaarheid (maximum aan informatie), en anderzijds volstreekte regelmaat of voorspelbaarheid (minimum aan informatie). De idee die hieraan ten grondslag ligt, is dat de communicatie tussen een 'zender' en een 'ontvanger' verloopt als een minder of meer waarschijnlijke aaneenschakeling van waarneembare gegevens die gekozen worden uit een repertoire (b.v. van woorden). Hoe meer keuzemogelijkheden dit repertoire bevat, en hoe meer statistische concurrentie er tussen die mogelijkheden bestaat om daadwerkelijk door de 'zender' uitgekozen te worden, hoe minder waarschijnlijk het is dat een communicatieproces er precies zus of zo zal uitzien. Een modernistisch schilderij bijvoorbeeld kan in zeer veel verschillende penseeltechnieken opgezet zijn, en geen enkele techniek lijkt daarbij over echte prioriteit te beschikken (hetzelfde geldt overigens voor de keuzemogelijkheden qua thematiek, kleur, vlakverdeling, enz.).

Een 'boodschap' die dus onder deze twee voorwaarden wordt verzonden, bevat veel informatie, aangezien door haar waarneembare aanwezigheid een grote hoeveelheid (voorafbestaande) onvoorspelbaarheid of onzekerheid plots wordt omgezet in 100% zekerheid. Informatie (de kwantitatieve omslag van onzekerheid naar zekerheid) is bijgevolg gelijk aan de mate van *vrijheid* die een zender heeft of zichzelf veroorlooft bij het samenstellen van zijn boodschappen. Alles wat echter als gevolg van bepaalde *wetmatigheden* voorspelbaar wordt, levert een hoeveelheid *redundantie* op. Redundantie is de statistische uitdrukking van de vóórkennis die de ontvanger reeds heeft omtrent het geselecteerde bericht. Zo zouden gerust \times aantal letters uit dit artikel kunnen geschrapt worden zonder dat de tekst onbegrijpelijk wordt, en dit dankzij de kennis die de lezer bij voorbaat heeft btrffnde ht gebruik v d ndrindse taal. Of nog: iemand die momenteel een tentoonstellingsruimte bezoekt, heeft bij

voorbaat toch wel een zekere kans om daar werken van neo-expressionistische aard aan te treffen... Redundantie is dus datgene wat aan de verwachtingen beantwoordt, en het is op die manier ook synoniem voor structuur, herhaling en conventie. Het schalen van berichten volgens hun informatiegehalte komt dus eigenlijk neer op een rangordening volgens hun *verrassingswaarde*. En aangezien beide variabelen die deze waarde bepalen (repertoire-omvang en statistische kansverdeling over de repertoire-elementen) mathematische grootheden zijn, is het in principe mogelijk om de informatie exact te berekenen. Dit gebeurt in praktijk m.b.v. statistische methodes die gebaseerd zijn op de onderhand berucht geworden binaire logaritme-formule van C.E. SHANNON. Uiteraard is het een gecompliceerde aangelegenheid om berichten exact en uitputtend in originaliteitsquotiënten om te zetten. De op zichzelf reeds complexe interactie tussen informatie en redundantie realiseert zich immers op verschillende niveau's tegelijk, zowel intern als extern. Intern is er meestal sprake van meerdere repertoire-niveau's. Een audiovisuele sequens bijvoorbeeld bestaat uit een viertal repertoire-niveau's, nl. dat van de voorstelling (het verhaal), de uitbeelding (de mise-en-scène), de afbeelding (camera-handeling), en de eventuele buitenbeeldse tekst/muziek. Elk niveau heeft een eigen informatiewaarde en tussen de niveau's onderling bestaan er informatiele verbanden. Extern moet men in de eerste plaats rekening houden met de communicatieve context. Een uiterst voorspelbare uiting zoals 'Hallo' kan toch zeer origineel klinken, bijvoorbeeld wanneer een nieuwslezer op deze wijze het journaal zou aanheffen (contextuele relativiteit). Vervolgens hoeft het informatiegehalte ook niet voor iedereen gelijk te zijn. Allerlei factoren zoals leeftijd, socio-cultureel milieu, opleidingsgraad en, in het algemeen, ervaring bepalen in hoeverre iets voor iemand informatief is (subjectieve relativiteit). Tenslotte kan een uiterst originele en/of complexe boodschap door loutere herhaling in de tijd doorzichtig en banaal worden (temporele relativiteit).

De problemen eigen aan een informatie-analyse hoeven evenwel niets af te doen van de geldigheid van het principe zelf, namelijk dat elke vorm van communicatie een onderliggende kwantitatieve structuur heeft, en vooral dat de ontvanger deze structuur *intuïtief* weet te beoordelen.

INFORMATIE EN EMOTIE

Nu blijkt het zo te zijn dat de (subjectieve) hoeveelheid informatie in een bericht sterk bepalend is voor de affectieve houding die men er tegenover aanneemt. Dit betekent dat de appreciatie van een kunstwerk, de emotionele betrokkenheid bij bepaalde muziek, de appeal van een reclameboodschap of van een tv-feuilleton, méér dan men zou durven (of willen) vermoeden, te maken heeft met een optimale dosering van informatie en redundantie, dus met de statistische attributen van betekenaars ('signifiants'), en niet zozeer met betekenissen ('signifiés'). Elke individuele ontvanger heeft m.a.w. een min of meer gefixeerde preferentie voor een zekere hoeveelheid informatie. Aan gene zijde van dit kwantitatieve optimum situeert zich ruw genomen de verveling, aan de andere zijde daarentegen een gevoel van chaos of desoriëntatie. In de meer psychologisch gerichte literatuur spreekt men respectie-

velijk van onder- en overstimulering, meer bepaald van het centrale zenuwstelsel dat de informatie (in informatietheoretische zin) te verwerken krijgt. Meestal wordt daarbij aangenomen dat de informatieverwerkingscapaciteit (d.i. de capaciteit om perceptuele data te identificeren, te 'plaatsen' binnen mentaal-associatieve schema's) rechtstreeks het individueel gewenste, meest comfortabele informatie-niveau bepaalt.

INFORMATIE EN (POPULAIRE) CULTUUR

Deze inzichten (hoe rudimentair ze hier ook zijn weergegeven) verschaffen uiteraard verschillende interessante uitvalswegen. Bij wijze van voorbeeld wagen we ons even op het soms nogal gladde terrein van de zgn. 'populaire cultuur'. Populaire cultuur is datgene wat uit populaire boodschappen bestaat, en waarbij de populariteit van de boodschappen in kwestie wordt bepaald door de mate waarin deze in hun kwantitatieve structuur het meest het optimale informatieniveau van de grootste groep ontvangers benaderen. Gezien het vrij voorspelbare karakter van b.v. populaire muziek t.o.v. van 'geavanceerde', elitaire muziek, kenmerkt deze grootste groep ontvangers zich in de eerste plaats door een relatief lage verwerkingscapaciteit. Een belangrijke determinant van de capaciteit om informatie te verwerken is de verworven voorkennis (naast de enigszins delicate factor van de aangeboren intelligentie). Hoe groter immers de voorkennis (= subjectieve redundantie) is, hoe meer capaciteit er beschikbaar blijft om nieuwe gegevens en relaties daartussen aan te leren, en hoe meer zich een *behoefte* aan bijkomende informatie zal articuleren. Aldus kan men stellen dat ontvangers van populaire boodschappen in het algemeen een weinig ontwikkeld verwachtingspatroon bezitten; hun voorkennis (b.v. van hetgeen ze te horen krijgen) is van voldoende beperkte omvang om uit tamelijk eenvoudige (redundante) boodschappen toch nog een bevredigende hoeveelheid subjectieve informatie te putten. Geavanceerde ontvangers daarentegen, zoals de *minderheid* van getrainde musici en muzieksociologen die steeds intensief bezig zijn met muzikale boodschappen, of algemeen, mensen bij wie dankzij hun ontwikkelingspeil de globale verwerkingscapaciteit sowieso hoger komt te liggen, beschikken over een groter aandeel (specifiek-muzikale of globale) ervaring, zodat datgene wat op een 'onervaren' massapubliek is afgestemd, voor hen te weinig informatie (originaliteit, complexiteit, variatie) bevat.

Er kan verder op gewezen worden dat populaire cultuur vaak gedijt in een omgeving die reeds in belangrijke mate verzadigd is door anderssoortige informatieprikkels. Zo wordt popmuziek dikwijls genoten in situaties waar de informatie-input ook nog uit andere data bestaat (b.v. tijdens of zelfs na geconcentreerde arbeid, of in een discotheek, waar de zintuigen ook een behoorlijke hoeveelheid niet-muzikale informatie doorsturen), zodat de voor de muziek beschikbare verwerkingscapaciteit en bijgevolg ook de gewenste hoeveelheid muzikale informatie kleiner is. Elitaire en meer complexe cultuuruitingen ontwikkelen zich daarentegen vaak in een klimaat waar 'complementaire' prikkeling tot een minimum is herleid, b.v. in musea, of in de gedisciplineerde sfeer van een concertgebouw.

Het onderscheid populaire/elitaire cultuur lijkt alleszins kwantitatief omschrijf-

baar te zijn, en vanuit de reëelbestaande behoefte aan een hoeveelheid (on)voorspelbaarheid die daarbij centraal staat, durven we stellen dat het gemiddelde media-aanbod uitdrukkelijk wordt bepaald door de informatieve eisen die het publiek aan de berichten terzake stelt, eerder dan door zogeheten manipulatieve strategieën of schuldige smaakloosheid vanwege de media zelf.

ONTSNAPPEN AAN DE DWANG VAN DE KEUZE

Met het soort aanpak dat hier in grote lijnen geschetst wordt, kunnen nog tal van andere communicatieve of algemeen culturele fenomenen - die traditionelerwijze al eens in een schimmig licht durven blijven baden - beschreven en eventueel verklaard worden, en dit gaande van de esthetische waarde van kunstobjecten tot en met zowaar de hele Eros/Thanatos-problematiek bij S. FREUD.

Misschien kan daarom even verder gedacht worden op de notie 'keuze' die aan het informatiebegrip ten grondslag ligt. In de volstreekte afwezigheid van een mogelijkheid tot keuze (om te communiceren) is er immers ook geen onzekerheid, en kan men ook niet 'geïnformeerd' worden. De mogelijkheid tot kiezen (informatie) is evenwel altijd aan beperkingen (redundantie) gebonden. Ten eerste is een keuze aan statistische wetten onderhevig. De letter 'e' komt in praktijk nu eenmaal vaker voor dan de letter 'q'. En in het algemeen, wat b.v. taal betreft, is het zo dat ongeveer 50% van de gemiddelde taaluiting aan de communicatieve vrijheid van de zender is onttrokken door het bestaan van allerlei fonologische, syntactische en semantische wetten. Deze verhouding heeft bovendien een motivationeel-psychologische pendant daar waar het individu steeds blijkt te streven naar een, weliswaar subjectief variabel, evenwicht tussen het vertrouwde en het onbekende.

Vervolgens gaat in de concreetheid van elke keuze (d.i. communicatie) de oorspronkelijke keuzevrijheid verloren. Kiezen omvat steeds het verlies van het niet-gerealiseerde. (Dit verlies wordt evenwel voor een stuk gerecupereerd in de typische 'openheid' van poëtisch taalgebruik). En tenslotte is het keuzerepertoire zelf, gezien de cultureel geconditioneerde herkomst ervan, steeds beperkt, hetgeen eveneens een soort 'gemis' impliceert. Dat dit zo is kan b.v. blijken uit de substantiële drang van kunstenaars om steeds maar nieuwe thema's, technieken en vormen te willen toevoegen aan het bestaande artistieke repertoire. Een der meest gevreesde items uit het vocabularium van de hedendaagse kunstkritiek is trouwens: 'déjà vu'. Dit frustrerende bijverschijnsel van de menselijke keuzevrijheid (ofwel: de spanning tussen een oneindig potentieel aan mogelijkheden en de beperkende doch onvermijdelijke keuze daaruit) onderkende ook LEIBNIZ, toen hij zei dat alle denkbare keuze-alternatieven te herleiden zijn tot het binaire paar God/Niets. Ondanks het feit dat in God alles op harmonische wijze tegelijk en volmaakt aanwezig is, affirmeert zich daarnaast onherroepelijk het principe van de negativiteit, d.i. de onmogelijkheid om ooit met zowel de/het Andere als met zichzelf harmonisch samen te vallen. Bij de eerste mens nam de negativiteit, en dit onder aansporing van Satan, de vorm van nieuwsgierigheid aan, d.i. de behoefte om zich vanuit de gewaarwording van niet-weten (onzekerheid dus) te informe-

ren, meer bepaald betreffende Goed en Kwaad. Vanaf de daaropvolgende uitstoting uit het paradijs ontkiemde a.h.w. het verlangen naar de verloren gegane, informatieloze eenheid met God, de dingen, en uiteindelijk, het eigen naakte zelf, waarvan de mens zich plots schaamtevol bewust werd. (Terloops: ook God draagt voor dit alles schuld: Hij codeerde niet alleen een amorf, spanningsloos universum in wederzijds schatplichtige termen van hemel/aarde, licht/duisternis, enz., Hij installeerde tevens het Verbod ('Gij zult niet ...'), dat meteen de negatie ervan mogelijk maakte). De wereld verliest dus zijn pure onmiddellijkheid en wordt voortaan door een bewust-zijn bemiddeld. Het substraat van het bewustzijn is het 'teken', dat op zijn beurt de orde van de differentialiteit en dus van informatie belichaamt. Het teken is daarbij dubbelzinnig: enerzijds is het gebaseerd op conventie (code, redundantie), anderzijds wordt het steeds uit een repertoire gekozen en belichaamt het, krachtens het onzekerheidsprincipe, informatie. Deze dualiteit wordt overigens bij uitstek tot uiting gebracht in kunstwerken, waar doorgaans zowel informatie (originaliteit, verrassing, ambiguïteit) als redundantie (vorm, stijl, orde) op maximale wijze uitgebuit worden. Dit in tegenstelling tot het alledaagse tekengebruik dat zich veel meer in het middengedeelte van het informatiespectrum situeert, en waar er a.h.w. een productief evenwicht heerst tussen consistentie en variatie. De beweging naar beide extremen van het spectrum wil daarentegen een 'transgressie' zijn van dit levensnoodzakelijke, zingevende evenwicht, en dit dus zowel via de rigide herhaling van hetzelfde (redundantie: AAAAAAAAAA) als via de onderwerping aan het zuivere toeval (informatie: XFOMLQIGZ).

Bekijken we nu vooral even het fenomeen van de herhaling. Als prototype hiervan kan - bij benadering - minimale muziek gelden (REICH, GLASS, BRANCA,...). Maar ook diverse andere uitingen vertonen een zogenaamde redundantietendens: denk aan de dwangmatige motoriek van populaire dans, de hypnotiserende 'beat' van popmuziek, het bedwelmende ritueel tijdens religieuze plechtigheden, of zelfs het onweerstaanbare appeal dat uitgaat van door massamedia aangeboden sjabloonervaringen à la 'Dallas'. Noteer dat de herhaling nooit volkomen kan zijn; een bepaalde hoeveelheid verrassing (AAABAAA) is namelijk noodzakelijk opdat de herhaling als herhaling beleefd zou kunnen worden. De variatie is a.h.w. een alibi voor de herhaling, die precies daardoor geïntensifieerd wordt. Welnu, de herhaling (als ideaaltypisch extreem) vertegenwoordigt het inertieprincipe waarvan de dood tenslotte de meest ultieme manifestatie is. Natuurlijk moet men de ontbinding die in de herhaling van hetzelfde tot uiting komt, niet als een fysiek verschijnsel opvatten, ofschoon daarmee toch een belangrijk verband bestaat. In de anti-finaliteit van de herhaling, in het niet naar iets anders verwijzen dan louter naar zichzelf, ontstaat immers een 'gesloten' systeem waarin vanzelf de thermodynamische entropiewet werkzaam wordt, leidend naar een toestand waarin niet de minste differentiatie te bespeuren valt. De staat van 'verval' waartoe entropie leidt (b.v. de homogene distributie van gasmoleculen van verschillende oorsprong in een afgesloten recipiënt) is evenwel een *wetteloze* toestand, waarbij diverse elementen zich op volstrekt willekeurige en onvoorspelbare wijze door elkaar bewegen, zodat hun gezamenlijke toestand een egaal uitziend, ongedifferentieerd mengsel oplevert (denk b.v. aan het ruis-beeld op

een tv-scherm). Gezien het evidente verband tussen entropie en *informatie* kan men paradoxalerwijze stellen dat, vanaf een bepaald punt, redundantie en informatie gewoon samenvallen, en dit niet alleen krachtens de theoretische implicaties van het entropieconcept, maar ook vanuit de vaststelling dat alles wat kan gezegd worden over perfecte regelmaat, evenzeer blijkt te gelden voor perfecte chaos... Dit slechts terzijde. In de beslotenheid nu, dewelke ondermeer tot stand komt in de repetitiviteit van het ritme, reveleert zich onmiskenbaar de evasie naar een bestaanswijze waar de be-middel-ende rol van het teken, en dus het teken zelf, (quasi) uitgeschakeld wordt. Ook het eigen afgebakende 'ik', dat altijd via de deficitaire omweg van het teken en van allerhande culturele codesystemen gestalte krijgt, gaat op die manier verloren. In de ultieme herhaling worden immers de opposities waarop uitgerekend elk proces van betekening is gebaseerd, uitgevlakt. (Zo lijkt ook een woord of zinnetje volkomen zinledig te worden, indien het maar vaak genoeg na elkaar wordt uitgesproken). In de aldus ontstane 'leegte' heerst dan enkel nog de zuivere, zelfgenoegzame aanwezigheid van b.v. muzieklanken die slechts zichzelf, d.i. hun eigen materialiteit, belichamen en die niet langer drager zijn van enige specifieke (differentiële) inhoud of van enige heterogene relatie met andere klanken binnen dezelfde boodschap. Vandaar ook dat sterk ritmische muziek gemakkelijk samengaat met 'ik'-loze, narcistische en tegelijk collectieve (= ongedifferentieerde) lichamelijkeheid, al dan niet op de dansvloer van een willekeurige discotheek. Ziedaar het verband tussen redundantie en extase. In zeer voorspelbare structuren schuilt trouwens een expliciete ontkenning van de frustrerende dwang tot kiezen. De 'keuze' wordt er immers gevirtualiseerd door de quasi-oneindige herhaling van hetzelfde. De fundamentele optievrijheid, die geldt voor de gevallen, ge-teken-de mens t.o.v. zijn omgeving en vooral t.o.v. zichzelf (cf. 'existentiële angst'), wordt in de herhaling schijnbaar opgeschort om plaats te ruimen voor het euforiserende spektakel van de blinde gehoorzaamheid. Het is zelfs niet overdreven om in dit verband te gewagen van een regressie naar de vóór-symbolische levenswijze van tijdens de infantiliteit of zelfs van tijdens de pre-nataliteit. Zodat repetitieve muzikale structuren de eenheid met de moeder kunnen connoteren, m.a.w. de conditie waarin er nog geen sprake is van een subject dat in oppositie staat tot een externe realiteit, waar het slechts *buiten zichzelf om* (via her-kenning in taal en andere cultuurobjecten) zichzelf kan zijn. Uiteraard, en dit tot besluit, is de transgressie van culturele codes altijd een imaginaire aangelegenheid. Ook de recuperatie van een meer directe, niet-gerepertorieerde Werkelijkheid geschiedt aan de hand van een selectie uit allerhande (verbale, plastische, muzikale, vestimentaire...) repertoria. Zelfs een transgressieve overmaat aan redundantie of aan informatie hierbij betekent slechts het verlangen naar oorspronkelijkheid, doch niet de vervulling ervan. Ook de extase, waarop steeds de hypotheek van het teken berust, dient bij voorbaat *geënsceeneerd* te worden (schijn, spektakel). Zo wordt menige vorm van communicatie - en misschien wel de communicatie 'an sich'- in zijn kwantitatief omschrijfbaar karakter een tragisch symptoom van postnatale triestheid en van een stuwende nostalgie naar datgene wat wij eigenlijk nooit geweest zijn...

NOTEN

- (*) Dit artikel belicht enkele aspecten uit de eindverhandeling van de auteur 'Kommunikatie en informatie: een onderzoek naar de relevantie van enkele informatietheoretische concepten bij de studie van communicatie en cultuur', Fac. Soc. Wet., Dep. Communicatiewet., KULeuven, juli 1986, promotor Dr. G. De Meyer.

LITERATUURLIJST

- Berlyne, D.E. (1971), *Aesthetics and psychobiology*. New York, Appleton-Century-Crofts.
- Eco, U. (1965), *L'oeuvre ouverte*. Paris, Editions du Seuil (1962, *Opera aperta*. Milano).
- Middleton, R. (1983), Play it again Sam: some notes on the productivity of repetition in popular music, pp. 235-269 in Middleton, R. en Horn, D. (Eds), *Popular music: 3. Producers and markets*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Moles, A. (1958), *Information theory and esthetic perception, Théorie de l'information et perception esthétique*. Paris, Urbana, University of Illinois Press.
- Mooij, A. (1975), *Taal en verlangen. Lacans theorie van de psychoanalyse*. Meppel, Boom.
- Munsinger, H. en Kessen, W. (1964), Uncertainty, structure and preference, *Psychological Monographs*, 78 (9).
- Pfeiffer, G. (1972), *Kunst und Kommunikation. Grundlegung einer kybernetischen Aesthetik*. Köln, DuMont Verlag.
- Smith, A.G. (1966), *Communication and culture. Readings in the codes of human interaction*. New York, Holt, Rinehart & Winston.
- Van den Bergh, P. (1976), *Cultuur als informatie. Over de toepasbaarheid van informatietheorie op sociale verschijnselen*. Leiden, Rijksuniversiteit Leiden (Inst. Cult. Antrop.).
- Van Peursen, C.A., Bertels en C.P., Nauta, D. (1968), *Informatie. Een interdisciplinaire studie*. Utrecht/Antwerpen, Het Spectrum.

SERVAES, J., *Unesco: de Verenigde Staten en het internationaal communicatiedebat*. 200 BF.

DE MEYER, F., *Videoclip als promoclip*. Een statistische analyse van het promotioneel effect van videoclips. 225 BF.

DRIJVERS, J. en **SERVAES, J.**, *Grenada: een kruidnagel in de Europese pers*. Onderzoek naar de berichtgeving over de invasie van Grenada in enkele Westeuropese 'kwaliteitskranten'. 200 BF.

Beknopte studies in beperkte oplage van:
Centrum voor Communicatiewetenschap
E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven

het informatiegehalte en de informatieverwerking van reclamespots (*)

gust de meyer

INFORMATIEVERWERKING

Gesitueerd binnen de cognitieve psychologie wordt een computer-metafoor gebruikt om het proces van informatieverwerking (information processing) te beschrijven, aldus Harris (1983). Het menselijk brein wordt verondersteld symbolenverwerkende computeroperaties als coderen, opslaan en oproepen uit te voeren analoog aan machines. Soms gaat men zelfs zover de computer als simulatie te beschouwen voor het denkproces. In elk geval vindt men regelmatig de termen encoding (coderen), storage (bewaren) en retrieval (oproepen).

Het paradigma van informatieverwerking veronderstelt een soort van innerlijke representatie van de realiteit, welke representatie benaderd wordt als een complex systeem (met interacties tussen de componenten en met het environment). Het gaat ervan uit dat de menselijke geest een actieve informatiezoeker is, eerder dan een passieve antwoordgever op de omgeving. Maar in de plaats van de aandacht te richten op het eindresultaat (een bepaalde attitude of gedrag bijvoorbeeld) wordt in het informatieverwerkingsonderzoek vaak het proces dat door het brein gevolgd wordt om het eindresultaat te bereiken, centraal gesteld. In de informatieverwerkingstheorie is de notie tijd altijd aanwezig: men gaat uit van de veronderstelling dat een aantal fasen na elkaar - hoe snel ook - worden doorlopen.

Een zekere neobehavioristische (vandaar de empirisch-experimentele methode) en leerpsychologische sympathie (met zijn belangstelling voor de werking van het geheugen) kan niet ontkend worden.

De theorie over het proces van informatieverwerking evolueert met het toenemend onderzoek zoals dat door o.m. Mitchell (1983) wordt weergegeven. Aanvankelijk gaat men er van uit dat de verwerking, de codering en het opslaan van stimuli uit de omgeving in het geheugen in drie fasen kunnen opgedeeld worden, die corresponderen met drie geheugen-entiteiten: het zintuiglijke geheugen (sensory store), het geheugen op korte (short-term store) en het geheugen op lange termijn (long-term store). In deze visie zijn bepaalde mechanismen nodig om informatie te "bewegen" tussen de verschillende geheugenopslagplaatsen: aandacht is nodig om informatie te "bewegen" van de zintuiglijke opslagplaats naar de korte termijn-opslagplaats en herhaling is nodig om informatie van de laatste naar de lange termijn-opslagplaats te "bewegen". Informatie die op het zintuiglijk vlak geen aandacht krijgt of die in het korte termijn-geheugen niet wordt bevestigd, gaat verloren. Attentie en

bevestiging treden dus op als filters. Naarmate men van het eerste naar het laatste stadium evolueert, evolueert ook de code waarin de informatie wordt verwerkt van een 'sensitieve' naar een 'semantische'.

Attention (toestand van 'gefocust' bewustzijn resulterend ofwel van externe stimuli op de zintuigen ofwel van interne doelstellingen of kennis die de input in de zintuigen dirigeert) is een van de twee factoren die encoding in het korte termijn geheugen mogelijk maakt. De andere factor is passing of chunking (organiseren van de informatie volgens regels of patronen, eenheid brengen, identificatie van breekpunten die begin en einde van betekenisvolle actie definiëren en momenten van verandering aanduiden).

Het opslaan van informatie in het korte termijn geheugen is immers aan een bepaalde capaciteit gebonden: het wordt moeilijk om, bijvoorbeeld, meer dan zeven willekeurige tekens onmiddellijk te verwerken en te reproduceren. De capaciteit kan evenwel uitgebreid worden door de tekens te groeperen in grotere betekenseenheden of "chunks". De snelheid van oproepen van informatie in het korte termijn geheugen hangt af van het aantal tekens dat dient afgetast om het relevante teken te vinden. In tegenstelling tot het korte is het lange termijn geheugen (nog) meer begaan met betekenis, met de in een semantisch omgezette, sensitieve code: op lange termijn kunnen, bijvoorbeeld, zinnen niet meer exact gereproduceerd worden, maar wel de betekenis ervan. Over 'vergeten' bestaan verschillende opvattingen. Ofwel is informatie niet gecodeerd en bestaat alleen een indruk van vergetelheid. Ofwel wordt informatie uit het lange termijn geheugen gewist. En daartussen de opvatting dat vergeten synoniem is voor een mislukte poging om informatie op te roepen, niet van een mislukte bewaring (bij het korte termijn geheugen is vergeten synoniem voor een overschrijding van de verwerkingscapaciteit).

Allerhande experimenten hebben het basismodel genuanceerd, maar in essentie niet in vraag gesteld: het eerste en het tweede stadium, zelfs deze twee en het derde, worden bijvoorbeeld wel eens samengebond; de codes worden ook niet zo strikt gebonden aan de stadia als oorspronkelijk aangenomen, vooral de factor aandacht wordt ook nodig geacht in andere dan het eerste stadium en soms niet eens nodig geacht in het eerste stadium.

De aanvankelijk eenduidige opvatting over herhaling wordt genuanceerd in de opdeling in maintenance rehearsal (niet bevorderlijk voor de overdracht van korte naar lange termijn - opslagplaats) en elaborative rehearsal (wel bevorderlijk). Wanneer we spreken over aandacht, kan gewezen worden op het onderscheid tussen automatische en gecontroleerde verwerking (automatic and controlled processes). De eerstgenoemde vraagt weinig aandacht en kan parallel met andere cognitieve processen worden uitgevoerd (bijvoorbeeld autorijden, maar ook het automatisch 'labelen' van een bekende stimulus uit de omgeving aan de hand van in het lange termijn-geheugen opgeslagen (semantische) informatie); een onbekende stimulus daarentegen vraagt om een gecontroleerde verwerking, eveneens met gegevens uit het lange termijn-geheugen. Automatische informatieverwerking krijgt wel eens het label 'onbewust' opgeplakt, vooral in relatie tot scripts. In dat geval stellen Donohew, Nair en Finn (1983) dat zelfs geen 'cognitieve' verwerking meer verondersteld wordt. Men vindt ook wel eens de term werkgeheugen (working memory), waarmee bedoeld wordt dat in het short term memory-systeem een exe-

cutive opdrachten laat uitvoeren in overeenstemming met de doelstellingen van het individu, en die de link is tussen short en long term subsysteem.

Om het opslaan en de organisatie van informatie in het lange termijn-geheugen te beschrijven, brengt het gelijkaardig onderscheid tussen data en programma's die op die data's opereren, enige verheldering; anders gezegd: het onderscheid tussen declaratieve (declarative) en procedure-kennis (procedural knowledge). In verband met eerstgenoemde wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen een episodisch en een semantisch geheugen. Het episodisch geheugen bevat een temporele en ruimtelijke opname van gebeurtenissen: ze worden opgeroepen als in een achteruit gedraaide film. Het semantisch geheugen bevat de veralgemeende kennis, de reeds geconceptualiseerde kennis, waar de binnenkomende data in een reeds aanwezig concept worden geplaatst. Vandaar dat men ook spreekt van data driven en conceptually driven processing. De declaratieve kennis komt in een associatief netwerk tot stand, waarin concepten door verschillende semantische knooppunten (nodes) worden opgebouwd (voorbeeld: 'bal' uit 'speeltuig', 'rond' ... andere kenmerken tot en met eventueel evaluaties) en waarin de sterkte van de associaties door bogen (arcs) wordt gepresenteerd. Veel van onze declaratieve kennis is m.a.w. in informatiepakketten georganiseerd. Die worden ook wel met termen als schema, frame, cognitieve map, cognitieve structuur of script aangeduid.

Naast dit netwerk-model, gebaseerd op associaties tussen concepten (voorbeeld: mus en merel, niet mus en walvis), werkt het semantisch long term geheugen ook volgens het feature-model, waarmee concepten worden gedefinieerd door onderscheiden kenmerken (voorbeeld: walvis is groot, zwart ...), terwijl beide wellicht onder de reeds genoemde term schema of script gevat kunnen worden, welke een georganiseerde cluster van concepten over personen, rollen, gebeurtenissen ... voorstelt. Elke verandering nu in inhoud of organisatie van informatie in het lange termijn-geheugen wordt leren genoemd. Leren gebeurt door versterking van associatieve linken (linkages), door vorming van nieuwe linken, door generalisering (meerdere bezoeken aan een Mc Donalds-tent verschaft mij gegeneraliseerde kennis) en door analogisering (Mc Donalds-informatie wordt gebruikt om de onbekende Mr GB-tent te leren kennen).

Oproepen (retrieval) van declaratieve kennis gebeurt door activering van een knooppunt, welke activering zich dan over het netwerk verspreidt. Retrieval duidt op de beschikbaarheid, het lokaliseren van de informatie: het is niet noodzakelijk dat informatie die het in het long term geheugen "gemaakt" heeft, ook toegankelijk is.

Op het moment beschikbare informatie in het lange termijn-geheugen is van het direct access-karakter: de knooppunten om een bepaalde omgevingsprikkel te lokaliseren zijn vlug gevonden (bijvoorbeeld voor alledaagse dingen). Maar voor andere informatie is een langere zoektocht over verschillende geassocieerde knooppunten nodig.

Meermaals wordt recentelijk in het informatieverwerkingsparadigma de term structuur gereserveerd voor het lange termijn-geheugen en de term proces voor het activerende korte termijn-geheugen, welke laatste, naast geen aan-

dacht eisende automatische processen, ook 'gefocuste' aandacht-processen bevat.

Het lijkt er op dat hoe meer de informatie op het semantisch niveau, voorbij het sensorisch niveau, is verwerkt, hoe beter de herinnering wordt.

Het bovenstaande kan nu zondermeer toegepast worden op reclame, meer bepaald op de herinneringsgraad van en attitudevorming ten opzichte van merken. In allerhande experimenten is het effect van variërende aandacht (mogelijk gemaakt door bv. afleidingen), van variërende verwerkingsstrategie (ofwel intentioneel, brand, ofwel incidenteel, nonbrand; cf. ook nog: high en low involvement), alsook van complexiteit en repetitie - leidt tot automatische verwerking - van audio en/of visuele verbale en/of niet verbale informatie op aandacht, herkenning, herinnering en attitude getest. Merk wel dat, hoe dan ook, verondersteld wordt dat de informatieverwerking tot verbaal-semantisch opgeslagen informatie leidt, welke de onderzoeker dan via bevraging (hoe onnauwkeurig ook) poogt bloot te leggen.

De experimenten waarin aandacht, herkenning, herinnering en attitude via een psychosomatische weg worden gemeten, zijn nochtans ook stilaan uitgevoerd. Daar worden alle bovengenoemde ontvangersvariabelen dan vaak samengebond tot de term arousal. Die is o.m. door Zillman (1982) voor televisie en door Tinchon, Azizi e Strotzka (1985) voor film geanalyseerd.

INFORMATIETHEORIE

Algemeen

Het kan onwaarschijnlijk voorkomen, maar tot nog toe is het informatieverwerkings paradigma nog maar zelden expliciet gekoppeld aan een ander, waarmee het nochtans, zelfs op het eerste gezicht, verregaande verwantschap heeft, nl. het paradigma van de (mathematische) informatietheorie. Dit is evenwel begrijpelijk, gezien de informatieverwerkingstheorieën aanvankelijk wel eens ontwikkeld zijn vanuit een kritiek op de mathematische informatietheorie. 'Informatietheorie' heeft niet alleen de term informatie gemeenschappelijk met 'informatieverwerking', maar kan bovendien ook helemaal in de computermetafoor worden opgenomen, al was het maar omdat de informatietheorie begint en eindigt met binaire digitalisering.

In tegenstelling tot de theorie van de informatieverwerking, die zich concentreert op het proces van informatieverwerking, is de mathematische informatietheorie begaan met de analyse van de structuur van de verzonden boodschappen en met de hoeveelheid informatie die via bepaalde kanalen kan verzonden worden - verwerkt worden!

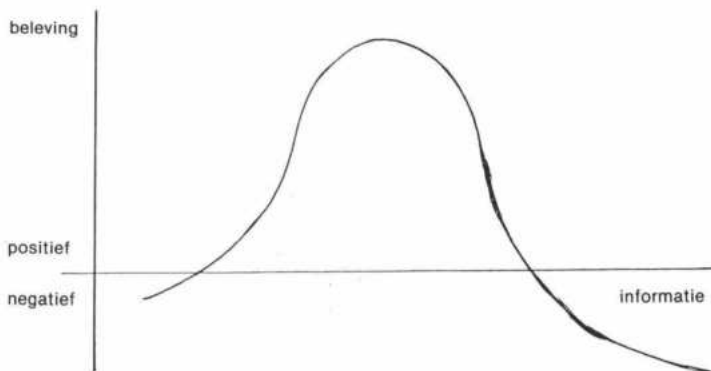
Informatieverwerkingstheorie en mathematische informatietheorie zijn dus als het ware kanten van dezelfde medaille.

De mathematische informatietheorie levert een binaire maat voor de dwang die een bepaalde code repertoire-elementen oplegt. Globaal genomen evolueert de informatie-hoeveelheid zowel met het aantal repertoire-elementen als met hun onderlinge structuur. Een boodschap met \times gelijkwaarschijnlijke repertoire-elementen levert een grotere - in feite een maximale - informatie dan een boodschap waarin de repertoire-elementen aan een zekere vorm van

codering gehoorzamen. Deze objectieve informatie-maat dient in het proces van informatieverwerking onderscheiden van een subjectieve: daarmee wordt de onzekerheid bedoeld vanuit de kant van de ontvanger over de te verzenden boodschap. Wanneer de ontvanger geen enkele ervaring heeft met de bron is die onzekerheid het grootst en gelijk aan de maximale informatie van de bron. Naarmate de ervaring toeneemt, naarmate de ontvanger leert, komen de subjectieve kansen dichterbij de objectieve te liggen. In deze zin is de kanaalcapaciteit (d.i. het aantal informatiebits die per tijdseenheid verwerkt kunnen worden) ook een subjectieve aangelegenheid. De verwerking van informatie lijkt wel aan een universele wet te zijn onderworpen. In elk geval wordt deze wet hier als hypothese aangehouden: de subjectieve informatieverwerking gehoorzaamt een curvi-lineair verband: de omgekeerde U-vorm, zo men wil. De bereidheid van de ontvanger om informatie te verwerken neemt niet lineair toe maar wel in logaritmische zin tot een bepaald maximum (in de buurt van de kanaalcapaciteit) is bereikt, om vanaf dat punt min of meer in dezelfde zin af te nemen.

De aanvankelijke beloning omwille van de reductie van de onzekerheid over wat de boodschap precies gaat medelen, slaat vanaf een bepaald punt om in ongenoegen. Het hoogste genot bij informatieverwerking ondervonden situeert zich niet bij een te lage reductie van onzekerheid - de boodschap verveelt, weet de aandacht niet te trekken of te houden - maar zeker niet bij een te groot onvermogen om onzekerheid in zekerheid te doen omslaan - de boodschap gaat boven het spreekwoordelijke petje.

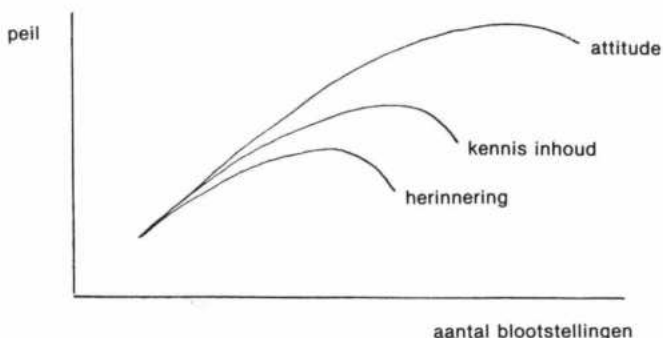
Het beschreven mechanisme staat bekend als een zogenoemde Wundt-curve:



Het spreekt vanzelf dat allerhande variabelen buiten de informatiemaat (maar die ook informatietheoretisch omschreven kunnen worden) het specifieke verloop van de curve kunnen beïnvloeden, zonder dat evenwel het globale verloop in vraag wordt gesteld. Zo wordt de hypothese verdedigd dat de context een beslissende invloed heeft op de bereidheid, de bekwaamheid om informatie te ontvangen; meer specifiek én vertaald in informatietheoretische termen: een informatieve, onzekere omgeving, waarin veel onverwacht gebeurt, zou de bereidheid tot informatieverwerking reduceren. Een redundante

omgeving, waarin weinig en dit weinige bovendien totaal gepredestineerd gebeurt, zou vlugger tot een speurtocht naar informatie leiden.

Men kan gemakkelijk inzien dat, naarmate subjectieve informatie in de loop van de tijd wordt omgezet in zekerheid over wat de bron gaat meedelen, het plezier van de ontvangst van de boodschap daalt, evenwel weer niet in lineaire maar in logaritmische zin: ook redundante (of redundant geworden) boodschappen kunnen (nog) motiverend werken. Het effect van repetitie op zowel aandacht, herinnering, kennis als attitude wordt door Percy en Rossiter (1980:230) in onderstaande grafiek voorgesteld (attentie is niet afgebeeld, maar volgt - volgens de begeleidende tekst - dezelfde curve; merk ook dat herinnering, in de loop van de tijd en na herhaalde blootstelling, vlugger geneigd is tot een maximum waarde toe te nemen dan attitude).



De op het eerste gezicht onwaarschijnlijke veronderstelling dat ook herinnering na verloop van tijd meer afneemt, wordt aannemelijker door de alledaagse gedachte dat grote vertrouwdheid blind maakt.

Er is door Kellermann (1985) trouwens op het slechts ongeschijnlijk karakter van de volgende contradictie gewezen: sommigen (o.a. Langer) wijzen op de lineaire relatie tussen 'scriptedness' en recall in de zogenoemde 'mindlessness'-theorie: hoe meer men 'gescript' leeft, hoe minder men zich direct herinnert; 'overscripted' gedrag heeft een negatieve invloed op de prestaties. Anderen wijzen er op dat mensen met goed gevormde scripts (bijvoorbeeld over het verloop van een spel) beter in staat zijn tot herinnering dan niet familiëairen. Deze contradictie wordt opgelost door de omgekeerde U: scripts laten slechts tot op een bepaald punt betere prestaties noteren, daarna zet 'mindlessness' in.

Onderzoeksschema

De relatie tussen informatiemaat en informatieverwerking (aandacht, appreciatie, herinnering) in een informatieve - dan wel redundante context is uitgetest in een experiment waaraan 30 proefpersonen (19-25 jaar, voornamelijk universiteitsstudenten) hebben deelgenomen.

Uit een verzameling van tijdens de maand november 1986 van de Nederlandse televisie opgenomen reclamespots is een selectie gemaakt van vier spots: een visueel en auditief informatieve, een visueel informatief-auditief redun-

dante, een visueel-redundant - auditief informatieve en een visueel en auditief redundante.

Elders (Reeves, Thorson en Schleuder : 1983) worden dezelfde vier categorieën als startpunt genomen. In de loop van het onderzoek wordt het accent daar evenwel verlegd naar een 'audio only'- en 'audio visual'- conditie, elk in een 'simpele' of een 'complexe' variant. Bovendien is de complexiteit van tv commercials daar gemeten via het subjectieve oordeel van 40 pretest personen op een 100 punten-schaal. In onderhavig experiment werden de vier uitgangsposities aangehouden en werd het informatiegehalte van de commercials exact gemeten.

Het visueel informatiegehalte is gemeten rekening houdend met de repertoires 'personage', 'lokatie', 'voorwerp' (inhoudsrepertoires) en de repertoires 'camerapositie' (close up, medium, long shot) en 'camerabeweging' (in-, uitzoemen, travelling, pan) (vormrepertoires). De waarschijnlijkheden van optreden, de basis voor de berekening van het informatiegehalte, zijn berekend over de opnamen of de scènes waaruit reclamespots bestaan. Dit lijkt ons een meer gepaste en in elk geval met het 'verhaal' rekening houdende meting dan diegene waarin de waarschijnlijkheden berekend worden over de totale spot (1). Het auditief informatiegehalte is wel gemeten op basis van waarschijnlijkheden van optreden van de woorden (of de tekst van een muzikale jingle) over de totale spot.

Concreet zijn de vier uitgangsposities als volgt ingevuld :

| Reclamespot | INFORMATIEGEHALTE | | OMSCHRIJVING |
|-------------|-------------------|----------|--|
| | Visueel | Auditief | |
| 1. boter | 0 | 0,248 | visueel en auditief redundant |
| 2. bank | 0 | 5,917 | visueel redundant-auditief informatief |
| 3. drank | 16,531 | 3,143 | visueel informatief-auditief redundant |
| 4. wagen | 19,063 | 5,228 | visueel en auditief informatief |

De stimuli zijn in deze volgorde gepresenteerd : wagen, boter, drank, bank. Om de invloed van een informatieve dan wel redundante context na te gaan zijn de 4 experimentele stimuli nu eens gemonteerd tussen redundante en steeds herhaalde visuele fragmenten uit de film Koyaanisqatsi (Godfrey Reggio, 1982), dan weer tussen beelden uit de ziekenhuisserie St. Elsewhere, welke laatste als informatief zijn geoordeeld. Alleen in de eerste fase van het driedelig experiment zijn de reclamespots voor de helft van de onderzochte groep in de redundante en voor de andere helft in de informatieve context geplaatst.

Het schema hierboven wordt overeenkomstig uitgebreid tot:

INFORMTIEGEHALTE

| Stimuli | Context |
|---|-------------|
| 1. visueel en auditief redundant | informatief |
| 2. visueel redundant-auditief informatief | informatief |
| 3. visueel informatief-auditief redundant | informatief |
| 4. visueel en auditief informatief | informatief |
| 1. visueel en auditief redundant | redundant |
| 2. visueel redundant-auditief informatief | redundant |
| 3. visueel informatief-auditief redundant | redundant |
| 4. visueel en auditief informatief | redundant |

De kanaalcapaciteit van de proefpersonen is niet als een derde onafhankelijke variabele (naast informatiegehalte van boodschap en context) op voorhand weerhouden, maar is wel in het onderzoek gebracht via een meting bij de aanvang van het experiment bij de zich aanbiedende proefpersonen. Analooq aan de gebruikelijke procedures voor kanaalcapaciteitstesten waarin proefpersonen gevraagd wordt binnen een tijdseenheid aangeboden stimuli in de juiste volgorde in categorieën te plaatsen, is de meting hier geschied via de juiste reproductie van een steeds afnemend aantal merknamen uit reclamespots (maximaal vijf maar telkens in één seconde). De reclamespots zijn afkomstig van het Britse Channel Four en vrij onbekend bij de onderzoekspersonen. In elke seconde, in totaal vijf, zijn zowel bekende als onbekende merken gemonteerd. De meting van de kanaalcapaciteit is hier gebaseerd op een combinatie van het aantal juiste benoemingen van merken in de juiste volgorde van presentatie (dubbel gewogen) met het aantal juiste benoemingen niet in juiste volgorde (1 punt). Deze totaalscore (maximaal 30, in feite tussen 6 en 20) gedeeld door het aantal seconden (5) levert de hier gehanteerde maat voor kanaalcapaciteit. Proefpersonen met een kanaalcapaciteit van 3 of meer bits/sec. worden geoordeeld over een hoge(re) verwerkingscapaciteit, proefpersonen met een kanaalcapaciteit van minder dan 3 bits/sec. worden geoordeeld over een lage(re) verwerkingscapaciteit te beschikken. Beide groepen blijken zich gelijkmatig te verdelen over de twee context-groepen.

Het schema van de onafhankelijke variabelen wordt dan uitgebreid tot :

| INFORMATIEGEHALTE | | KANAAL-CAPACITEIT | |
|---|--|-------------------|------|
| Stimuli | | Context | |
| 1. visueel en auditief redundant | | informatief | hoog |
| 2. visueel redundant-auditief informatief | | informatief | hoog |
| 3. visueel informatief-auditief redundant | | informatief | hoog |
| 4. visueel en auditief informatief | | informatief | hoog |
| 1. visueel en auditief redundant | | informatief | laag |
| 2. visueel redundant-auditief informatief | | informatief | laag |
| 3. visueel informatief-auditief redundant | | informatief | laag |
| 4. visueel en auditief informatief | | informatief | laag |
| 1. visueel en auditief redundant | | redundant | hoog |
| 2. visueel redundant-auditief informatief | | redundant | hoog |
| 3. visueel informatief-auditief redundant | | redundant | hoog |
| 4. visueel en auditief informatief | | redundant | hoog |
| 1. visueel en auditief redundant | | redundant | laag |
| 2. visueel redundant-auditief informatief | | redundant | laag |
| 3. visueel informatief-auditief redundant | | redundant | laag |
| 4. visueel en auditief informatief | | redundant | laag |

De evolutie van de subjectieve informatie-verwerking via de opslag van informatie in het korte en lange termijn-geheugen werd getest door de proefpersonen driemaal aan de reclamespots bloot te stellen, telkens met een tussenperiode van één week. Wat hier korte termijn genoemd wordt is in feite onnauwkeurig aangezien het experimenteel onderzoek heeft aangebond dat het korte termijn-geheugen zelden één minuut overschrijdt. Wat hier korte en lange termijn-geheugen wordt geheten dient dus respectievelijk als lange en extra lange termijn geïnterpreteerd te worden.

Hoe werden nu de componenten van informatieverwerking gemeten? Aandacht is gemeten via de zogenoemde tweede taak-techniek. Daarbij dienen de proefpersonen een tweede taak uit te voeren (hier reageren op het aanflitsen van een LED-lichtsignaal) tijdens de ontvangst van de stimuli. Het succes waarmee ze dit presteren is een onrechtstreekse indicatie voor attentie voor de stimuli. In tegenstelling evenwel tot de voorspelling bij Reeves, Thornson en Schleuder (1983) dat reactietijd (in duizendste seconde) korter is voor complexe boodschappen, wordt nu de hypothese geformuleerd dat ook de reactietijd een curvi-lineair verband vertoont met de complexiteit van de boodschap. Een korte reactietijd kan dan zowel een indicatie zijn van (te) weinig informatie (synoniem voor vervelend, dus weinig aandacht opeisend) als voor (te) veel informatie (synoniem voor overstimulering en dus evenmin aandacht opeisend). Een (vrij) lange reactietijd op de tweede taak indiceert evenwel altijd een zekere mate van aandacht die aan een boodschap wordt besteed.

Concreet is de proefpersonen gevraagd zo vlug mogelijk te reageren op het LED-sigitaal dat minimum driemaal tijdens de context en minimum tweemaal tijdens elk van de vier reclamespots toevallig is gegeven, evenwel met een tussenperiode van minstens vier seconden, net als bij Reéves, Thornson en Schleuder (1983). Appreciatie van de vier reclamespots is gemeten via de antwoorden op een telkens na de mini-tv-avond ingevulde dertien punten-schaal (2) ('absoluut niet geapprecieerd' - 'heel erg geapprecieerd').

Herinnering zowel op korte als op lange termijn is gemeten door specifieke recall-vragen (niet recognition) over de reclamespots. Het succes waarmee op telkens tien ja-neen-weet niet-vragen over de commercials is geantwoord, levert de herinneringsscore.

Dezelfde vragen die onmiddellijk na de mini-tv-avond zijn gesteld (geheugen op korte termijn) zijn een week later gesteld vóór de vertoning (geheugen op lange termijn). Er zijn in de drie fasen van het experiment drie verschillende sets van telkens tien vragen over elke reclamespots gesteld, om te vermijden dat de proefpersonen zich op bepaalde door de vragen aangegeven elementen zouden gaan concentreren. Er wordt uitgegaan van de moeilijk te realiseren voorwaarde dat alle vragen m.b.t. een reclamespot als evenwaardig mogen worden beschouwd, zowel voor wat betreft de vergelijking binnen één spot als voor wat betreft de vergelijking tussen alle vier de spots.

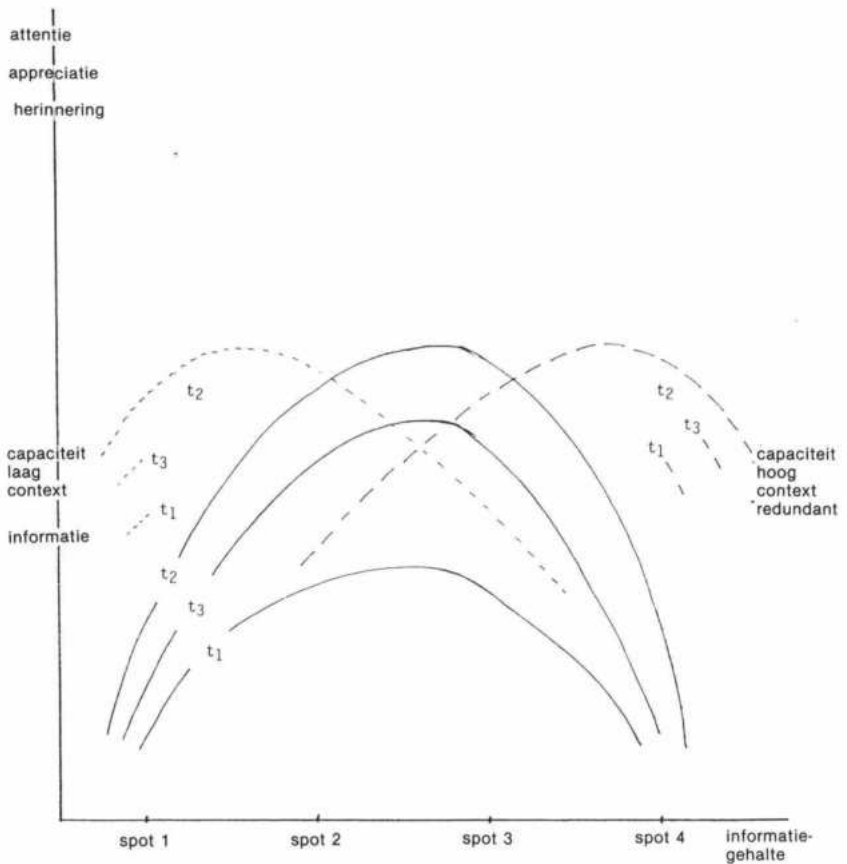
Hypothesen

Globaal bekeken mogen volgende hypothesen geformuleerd worden:

- 1.a. Te redundante en te informatieve boodschappen worden minder gemakkelijk verwerkt: een maximale verwerking ligt tussenin.
 - b. Het aantal blootstellingen bepaalt het niveau van informatieverwerking: het maximum ligt tussen te weinig en te veel blootstelling in de tijd.
- 2.a. Een grote kanaalcapaciteit garandeert de verwerking van informatiever boodschappen dan een kleine kanaalcapaciteit.
 - b. Een kleine kanaalcapaciteit maakt dat redundanter boodschappen beter worden verwerkt dan een grote kanaalcapaciteit.
(Analoog aan wat supra over de afname van herinnering is gesteld, wordt verondersteld dat grote kanaalcapaciteit niet noodzakelijk tot betere verwerking van informatie én redundante boodschappen leidt: grote capaciteit maakt blind voor het vanzelfsprekende).
- 3.a. In een informatieve context worden gemakkelijker redundante boodschappen verwerkt dan in een redundante context.
 - b. In een redundante context worden gemakkelijker informatieve boodschappen verwerkt dan in een informatieve context.

Grafisch kan dit alles ongeveer als volgt worden voorgesteld - er wordt voorlopig abstractie gemaakt van de verschillen in de verwerkingsniveaus aandacht, herinnering en houding en van de niet evenredige toename van het informatiegehalte van de reclamespots. De hypothesen kunnen in de grafiek, terwille van het gemak van de voorstelling, best geplaatst worden ten opzichte van een gemiddelde curve, zijnde de volle lijnen (elk op 3 tijdsmomenten, daarbij abstractie gemaakt van het feit dat na verloop van tijd ook wel meer

informatiever materiaal beter verwerkt wordt en de maxima van de volle lijn op t2 en t3 vermoedelijk meer naar rechts zullen verschuiven).



Resultaten

Deze op ideale wijze voorgestelde basishypothesen dienen bekeken op een meer concrete wijze omwille van de beperking van het stimulusmateriaal en de tijdsfactor. Het is met name niet zeker dat een voldoende breed gamma van informatiegehalten voor bovendien noodzakelijk beperkte repertoires in aanmerking genomen is (vooral in de richting van een toenemende informatiemaat); het is evenmin zeker dat een voldoende frequentie van blootstelling over een voldoende lange periode in aanmerking genomen is, om de hypothetische evolutie van het niveau van informatieverwerking te testen. Wellicht is zowel onvoldoende (over)redundant als (over)informatief materiaal aanwezig, en wellicht is de frequentie van blootstelling onvoldoende, opdat de resultaten de ideaal geformuleerde hypothesen zouden kunnen bevestigen. Er is m.a.w. rekening gehouden met de mogelijkheid dat enerzijds de resultaten slechts

een gedeelte van de omgekeerde U-curve zullen dekken, en anderzijds het niveau van informatieverwerking niet eens zijn maximum heeft bereikt.

Dat deze curve bovendien een verschillend verloop kent al naargelang de dimensie van informatieverwerking (aandacht, waardering, herinnering op korte en lange termijn), daar is eerder al op gewezen. Met deze bemerkingen in het achterhoofd kunnen nu de resultaten bekeken worden (zie tabel 1). Om deze maximaal leesbaar te maken zijn ze uitgetekend in grafieken.

Grafiek 1 leert dat voor de geselecteerde reclamespots globaal genomen:

- 1) Waardering afneemt met het informatiegehalte.
- 2) Herinnering op korte termijn afneemt met het informatiegehalte.
- 3) Herinnering op lange termijn afneemt met het informatiegehalte.
- 4) Aandacht toeneemt met het informatiegehalte, in elk geval de twee meest redundante spots minst aandacht, de twee meest informatieve meest aandacht opeisen (zie ook het nauwkeuriger onderzoek van de aandacht met opname van de resultaten van de tweede meting in grafiek 2a en met opname van de resultaten van het gemiddelde van alle metingen in grafiek 2b). Men zou dus kunnen zeggen dat, voor wat waardering en herinnering op korte en lange termijn betreft, de geselecteerde reclamespots eerder aan de rechterzijde van de omgekeerde U-curve liggen, terwijl ze, voor wat aandacht betreft, zo'n curve tamelijk volgen aan de linkerkant van het maximum.
- 5) In de loop van de tijd bekeken, waardering minder fluctueert, maar wel 'kruisgewijs': informatieve spots krijgen na verloop van tijd (iets) minder waardering, redundante (iets) meer. Attitude-opbouw is een langzaam en minder spectaculair proces (cf. grafiek blz. 15).
- 6) In de loop van de tijd bekeken, herinnering op korte en op lange termijn meer fluctueren, en 'parallel'. Kennisvergaring is een vlugger en meer spectaculair proces (cf. grafiek blz. 15).
- 7) In de loop van de tijd bekeken, aandacht middelmatig fluctueert, maar meer (en ook dubbelzinniger) naarmate het informatiegehalte stijgt. Het merkwaardig verloop van de aandachtscurve voor tijdstip 2 is misschien verklaarbaar, doordat in de tweede fase de reclamespots niet meer in hun context zijn vertoond en de proefpersonen onmiddellijk met de reclamespots zijn geconfronteerd. De tweede en globale meting laat in elk geval een minder grillig verloop optekenen voor periode 2 (zie grafiek 2a en 2b).

Men mag stellen dat hypothese 1a en 1b niet bevestigd worden door de resultaten, maar ook niet verworpen: het beperkt onderzoeksopzet laat geen adequate test toe.

Grafiek 3a (voor t1, eerste meting) en grafiek 3b (voor t1, alle metingen) leert dat in een redundante context de meest informatieve boodschap beduidend meer aandacht krijgt dan in een informatieve context (bevestiging hypothese 3a), en dat in een informatieve context de twee meest redundante boodschappen meer aandacht krijgen (bevestiging hypothese 3b).

Grafiek 3b geeft tevens een bevestiging voor de veronderstelling waarop de tweede taak-techniek gebaseerd is: in de redundante context worden de vlugste reacties op de tweede taak genoteerd, in een (niet al te) informatieve context de traagste, een vaststelling die zowel voor als na de vertoning van de spots kan worden gemaakt. Dat bovendien aangenomen mag worden dat

enerzijds niet de context op zichzelf maar wel zijn kwaliteit (redundant dan wel informatief), anderzijds, niet de volgorde van presentatie maar wel het informatiegehalte van de reclamespots de aandachtsscores beïnvloed heeft, moge blijken uit grafiek 3c, waarin de omkaderende filmfragmenten en de reclamespots geplaatst zijn in de volgorde van presentatie, welke volgorde niet een aanwijsbare invloed lijkt te hebben uitgeoefend.

Grafiek 4 leert dat er omzeggens geen verschil in waardering optreedt naar gelang de context, tenzij voor de op een na meest redundante spot (verwerping hypothese 3a en 3b). In elk geval worden, afzonderlijk bekeken, in de redundante context informatieve boodschappen niet meer gewaardeerd; wel worden in de informatieve context redundante boodschappen meer geapprecieerd dan informatieve.

Grafiek 5 leert dat er bijna een omgekeerde relatie is dan de veronderstelde, zeker voor wat de meest informatieve en de op een na meest redundante reclamespot betreft (verwerping hypothese 3a en 3b). Wel worden, afzonderlijk bekeken, in een informatieve context redundante boodschappen beter onthouden dan informatieve; in een redundante context wordt echter de op een na meest redundante boodschap het best herinnerd.

Grafiek 6 leert dat lage kanaalcapaciteit meer de aandacht wekt voor de meest redundante reclamespot dan hoge kanaalcapaciteit (bevestiging hypothese 2b), maar dat grote kanaalcapaciteit niet meer aandacht meebrengt voor de twee meest informatieve boodschappen (verwerping hypothese 2a), althans niet op korte termijn (t1, eerste meting). Op lange termijn (t3, eerste meting) garandeert een grotere kanaalcapaciteit meer aandacht voor informatieve boodschappen dan een kleine capaciteit (bevestiging hypothese 2a), maar maakt een kleinere capaciteit dan weer niet dat de aandacht voor de meest redundante spot groter is dan voor de grotere capaciteit (verwerping hypothese 2b). Afzonderlijk bekeken trekt in de hoge capaciteit-conditie informatiever materiaal meer de aandacht (zowel voor t1 als t3), maar wekt een lage capaciteit niet de aandacht voor redundanter boodschappen.

Grafiek 7 leert dat grote kanaalcapaciteit alleen de meest informatieve boodschap beter doet waarderen dan kleine capaciteit (bevestiging hypothese 2a); een kleinere kanaalcapaciteit resulteert echter in geen geval in een grotere waardering voor redundante boodschappen dan een grote capaciteit (verwerping hypothese 2b); dit geldt zowel op korte als op lange termijn. Afzonderlijk bekeken gaan alle trends in tegen de verwachtingen, nog het meest voor de hoge kanaalcapaciteit.

Grafiek 8 leert dat grotere kanaalcapaciteit een betere herinnering toelaat van de meest informatieve reclamespot dan een lagere capaciteit (bevestiging hypothese 2a) en dat een kleinere kanaalcapaciteit een grotere herinneringsscore oplevert voor de meest redundante boodschappen (bevestiging hypothese 2b). Afzonderlijk bekeken is het duidelijk dat proefpersonen met een lagere kanaalcapaciteit zich minder weten te herinneren uit informatieve dan wel uit redundante spots, maar dat geldt ook voor proefpersonen met een hogere capaciteit.

In het hier voorgestelde piloot-onderzoek is een eerste poging ondernomen om de informatieverwerkingstheorie en de mathematische informatietheorie onder één noemer te brengen en tegelijk te testen op enkele van hun fundamentele theorema's. Alhoewel niet over de hele lijn conform aan de verwachtingen zijn de resultaten bemoedigend. Ze tonen in elk geval aan dat er met het begrippenapparaat zinvol te werken valt, en, meer in het bijzonder, dat het informatiegehalte van boodschappen, ongeacht de 'inhoud', een relevante rol speelt bij de informatieverwerking (cf. het ongelijkmatige verloop van de aandachtscurve van de reclamespots in de volgorde waarin ze getoond zijn in grafiek 3c). In verder onderzoek dienen op de eerste plaats de repertoires van de boodschappen uitgebreid en verfijnd te worden. Het is bv. niet uitgesloten dat de meest redundante reclamespot uit het onderzoek op niet in aanmerking genomen repertoires hoog in informatiegehalte zou scoren.

Verder stelt zich de vraag of het meten van de aandacht via een tweede taak in compensatietermen dient bekeken (fascinering, aandacht voor de boodschap vermindert aandacht voor de tweede taak en resulteert in langere reactietijd) dan wel in termen van een algemene toe- of afname van aandacht (aandacht voor de boodschap stimuleert aandacht voor de tweede taak en resulteert in kortere reactietijd - in principe is een U-curve mogelijk). Wanneer aandacht volgens de laatste minder aannemelijke maar toch uit te testen procedure wordt gemeten, komen in elk geval de aandachtsscores parallel te liggen met de waarderings- en herinneringsscores, waar ze die volgens de eerste procedure kruisen (zie grafiek 1).

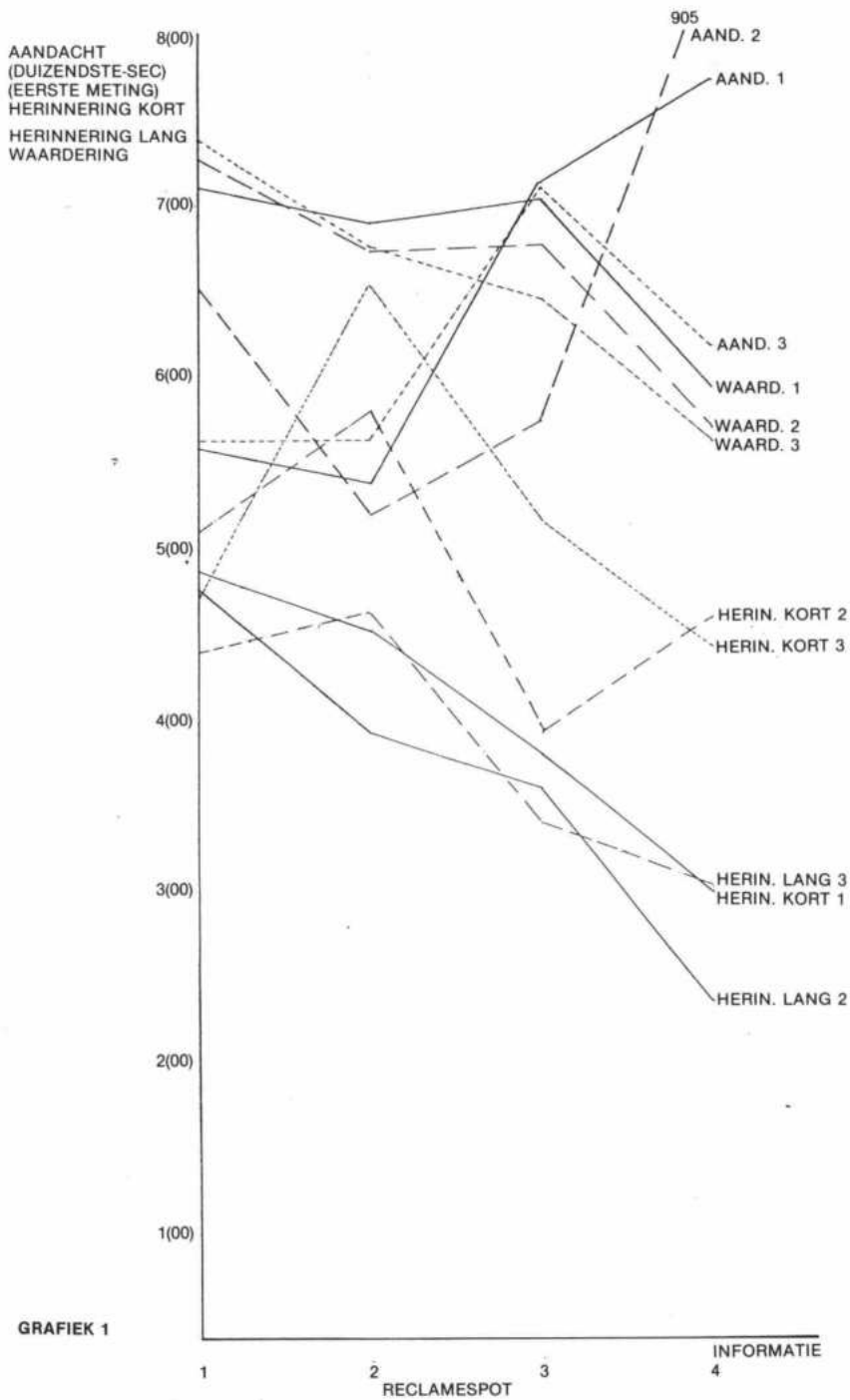
Dat de eerste procedure aannemelijker is, moge blijken uit de vaststelling dat de proefpersonen in de behoorlijk redundant gemaakte context vlugger reageren dan in de informatieve context (en omgekeerd) (zie grafiek 3b).

In elk geval dienen de componenten van informatieverwerking (aandacht, herinnering op korte en lange termijn, eventueel waardering) onderscheiden te worden en, indien mogelijk, nauwkeuriger omschreven. In verder onderzoek is het aangewezen rekening te houden met de verhoudingen in informatiegehalte van de boodschappen ten opzichte van elkaar, in de plaats van de boodschappen op dezelfde afstand van mekaar te plaatsen. Om de algemene theorema's te testen dienen meer en zeker meer extreme stimuli qua informatiegehalte gevonden, beter nog zelf geconstrueerd te worden. Er dient meer werk gemaakt van de verhouding audio-video in dit verband, en de relatie tussen klank en beeld dient verder uitgediept.

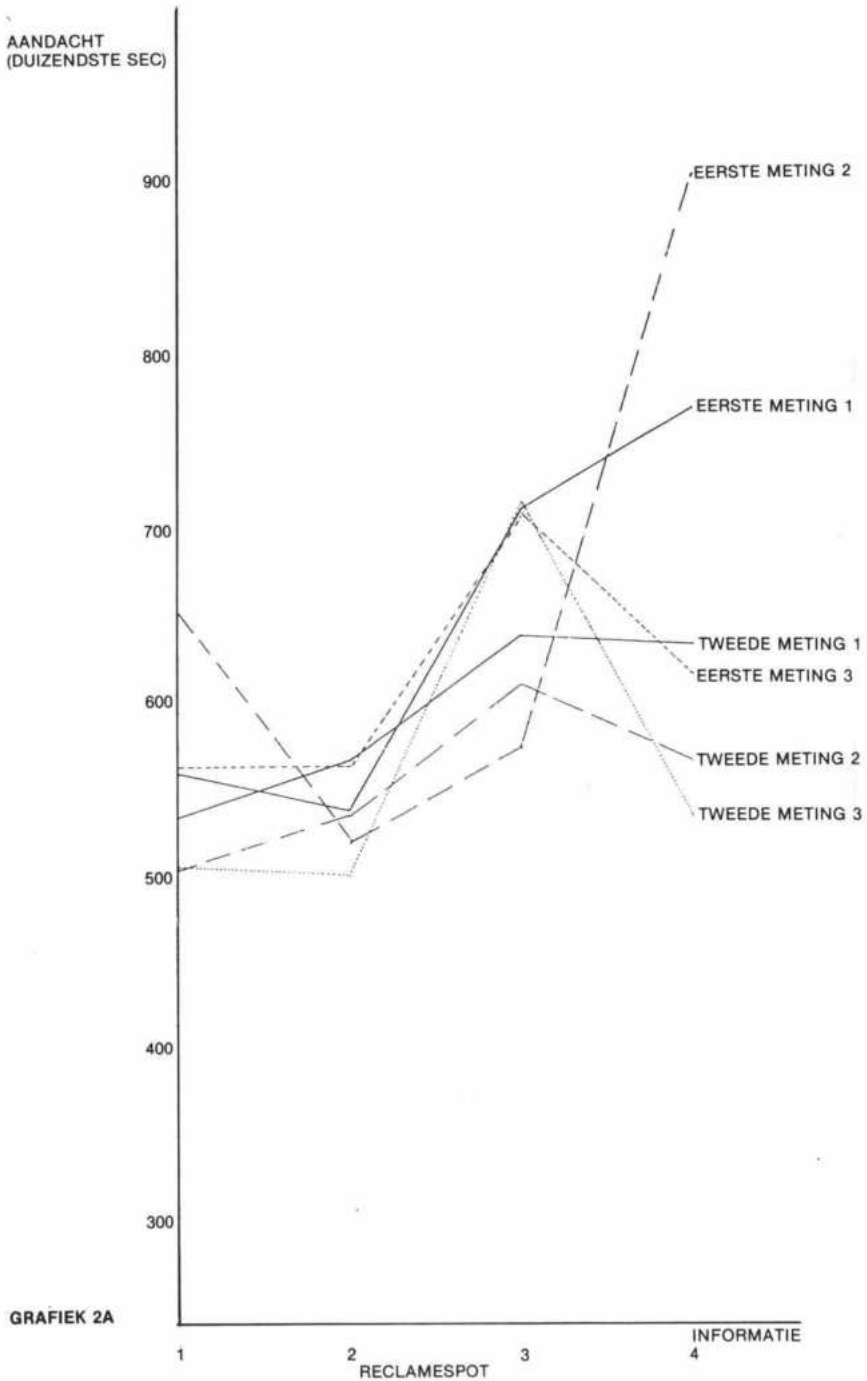
Wat de meting van de invloed van de context betreft kan niet alleen de boodschapscontext maar ook de context van het leven van alledag in aanmerking genomen worden. Indien experimenteel gecreëerd, zou in elk geval een context voor alle op de eerste blootstelling volgende blootstellingen voorzien dienen te worden.

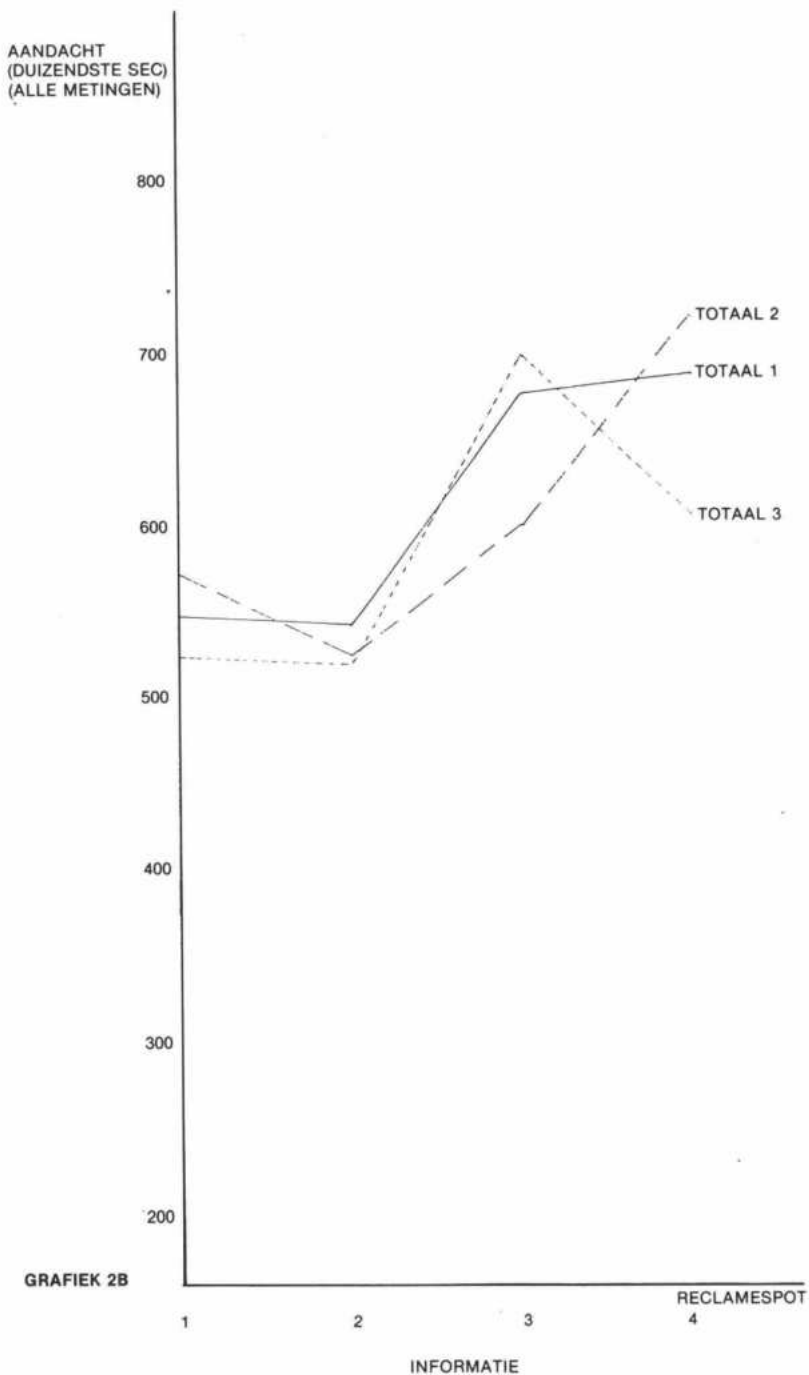
Wat de meting van de kanaalcapaciteit betreft dienen eveneens met meerdere factoren rekening houdende en verfijnde procedures ontworpen te worden dan de hier gebruikte.

Het is tenslotte aangewezen dat de onderzoeksperiode en in elk geval het aantal blootstellingen uitgebreid wordt.

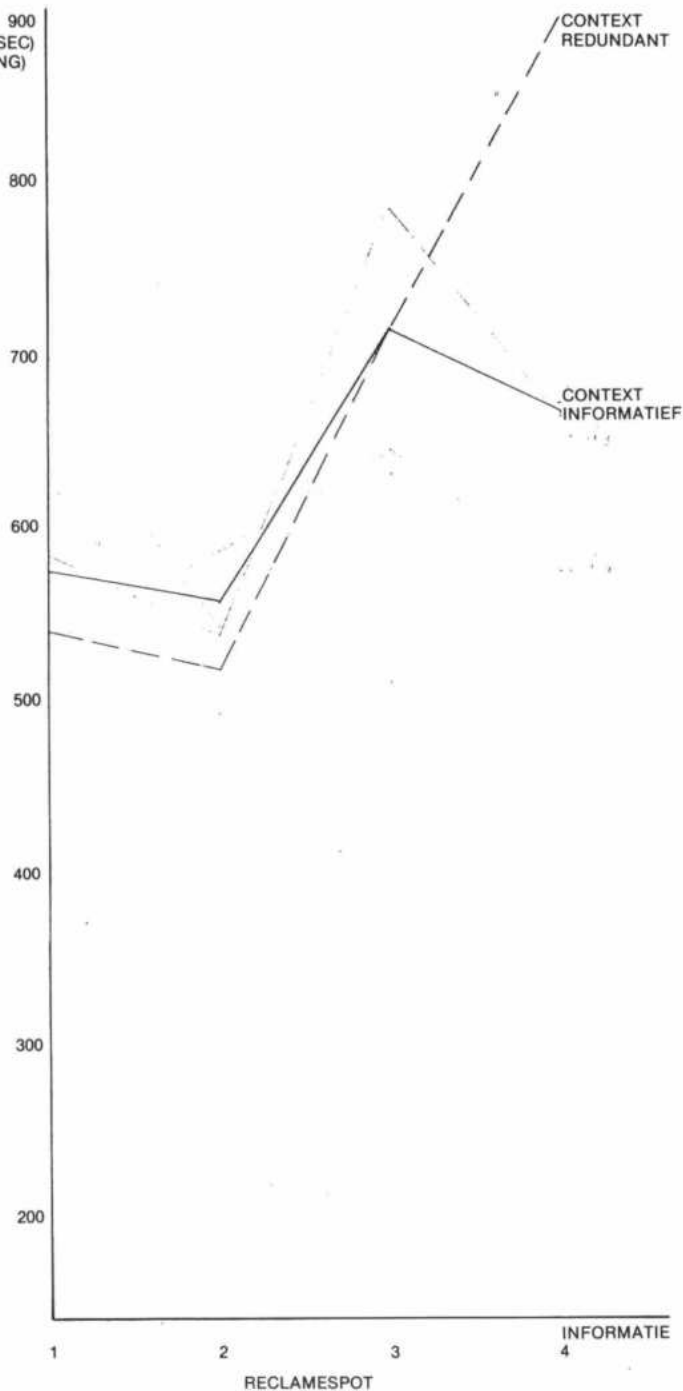


GRAFIEK 1



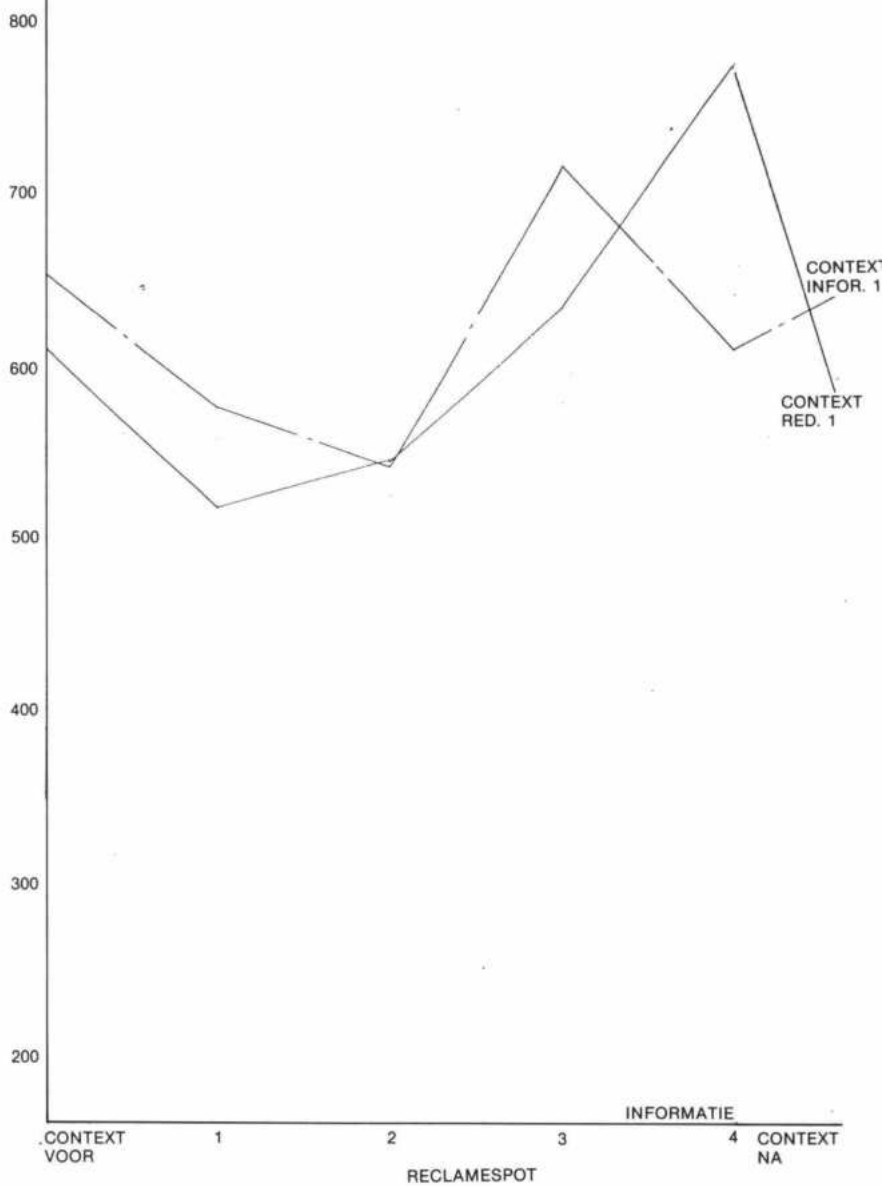


AANDACHT 900
(DUIZENDSTE SEC)
(EERSTE METING)



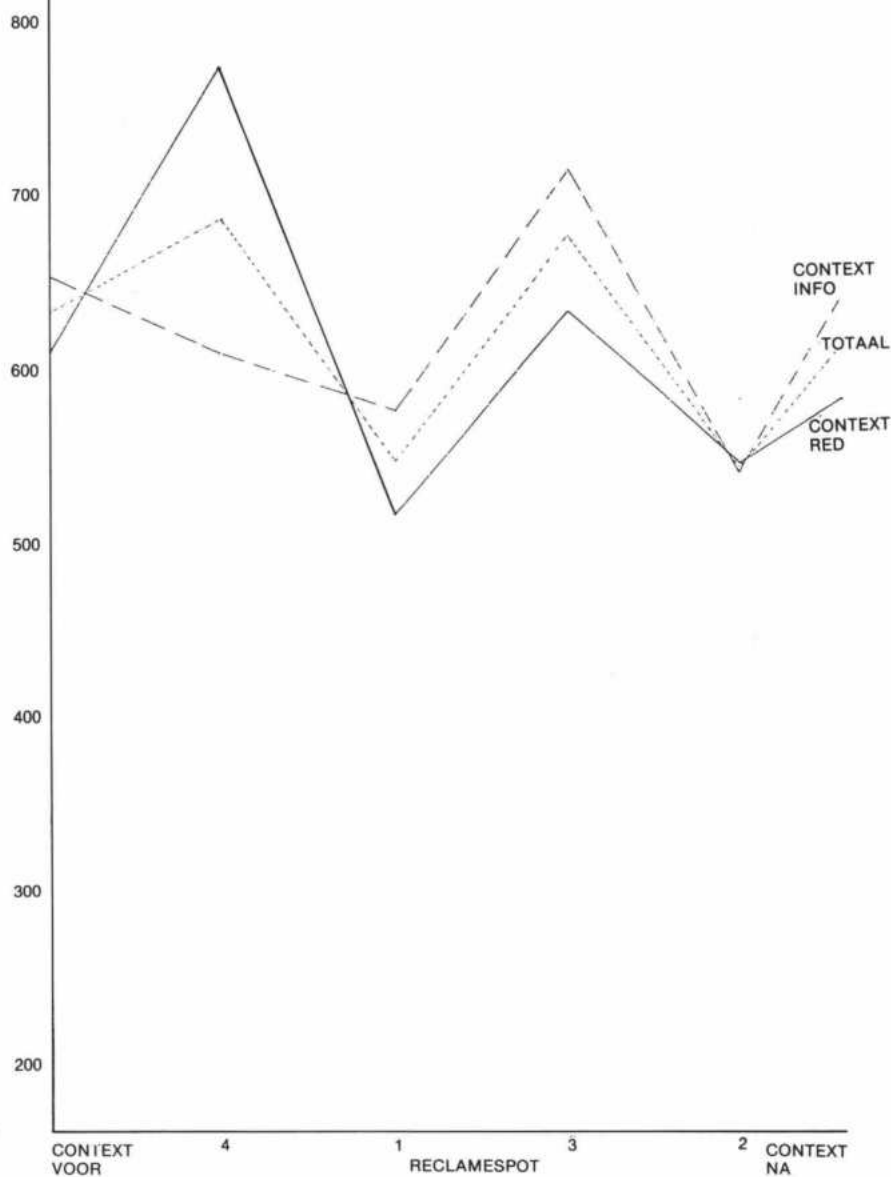
GRAFIEK 3A

AANDACHT
(DUIZENDSTE SEC)
(ALLE METINGEN)

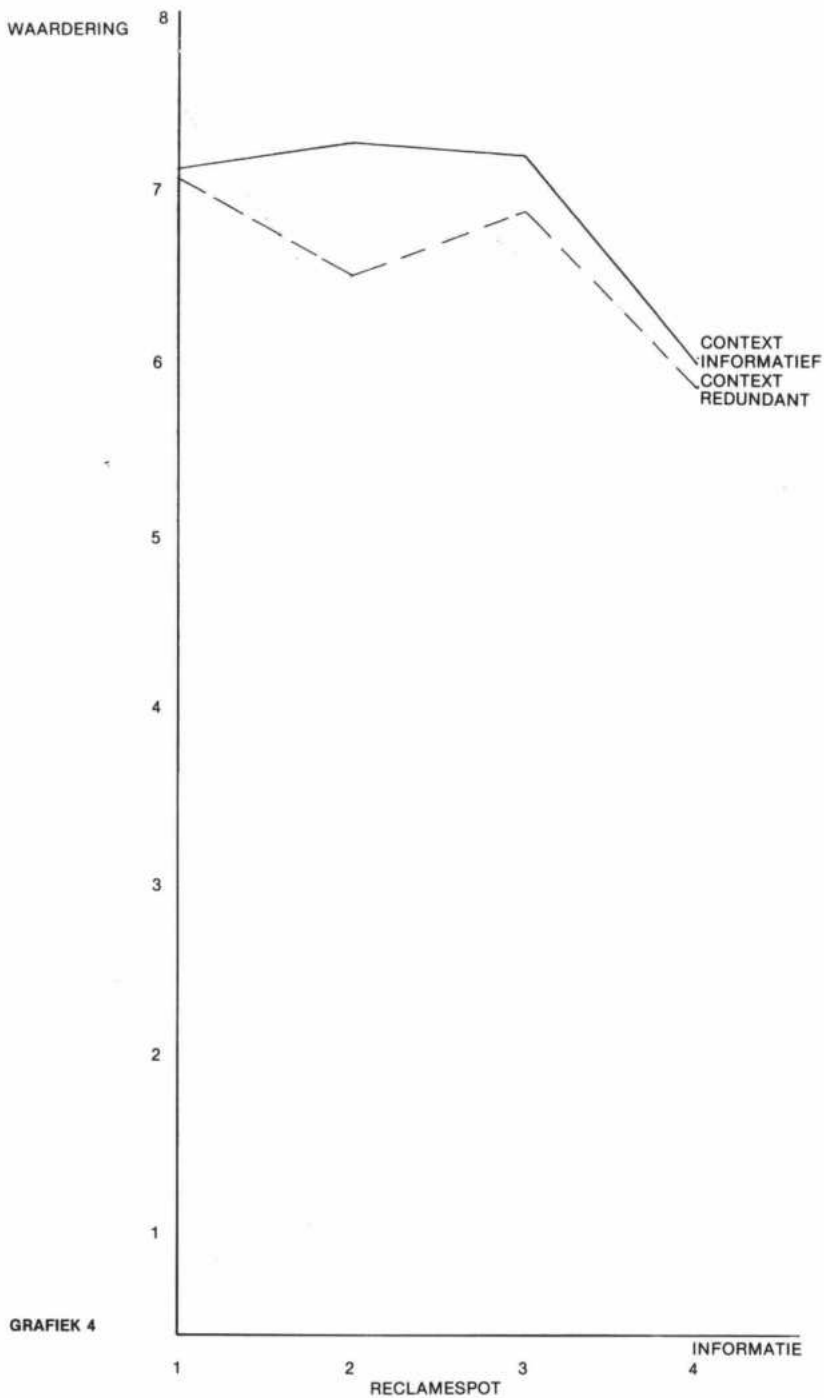


GRAFIEK 3B

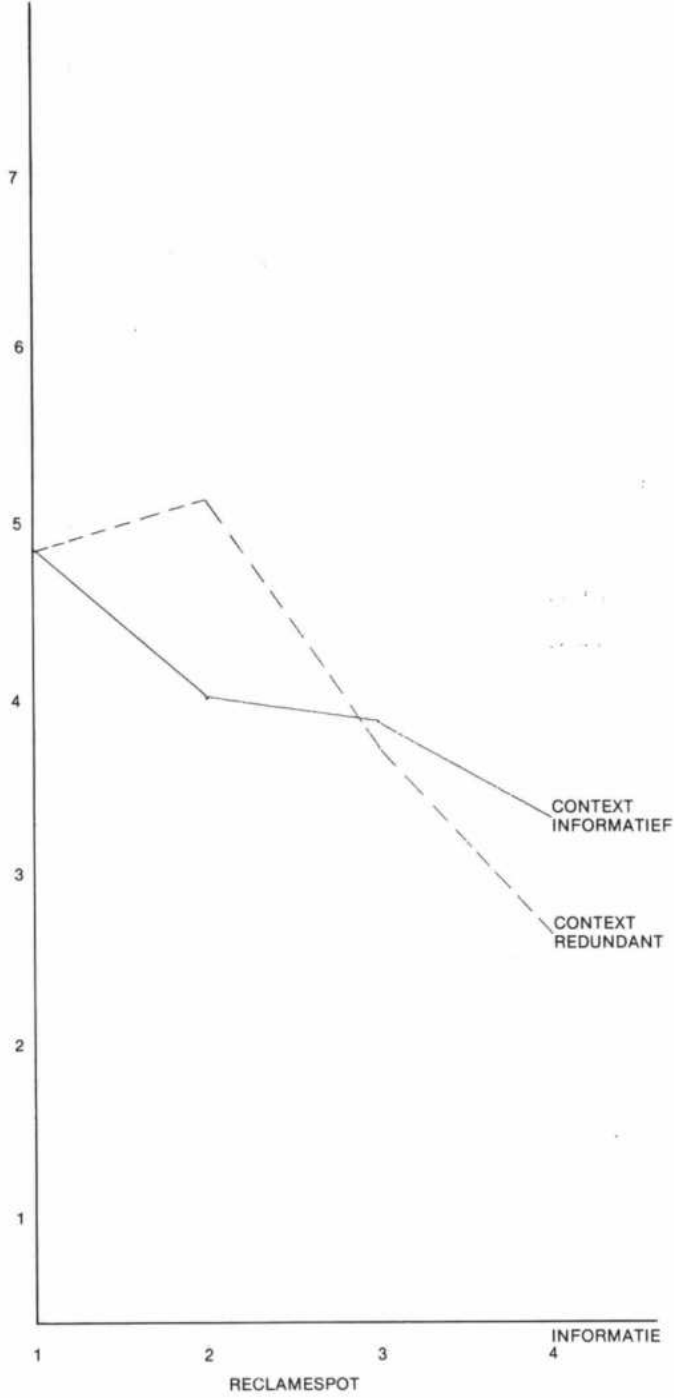
AANDACHT
(DUIZENDSTE SEC)
(ALLE METINGEN)



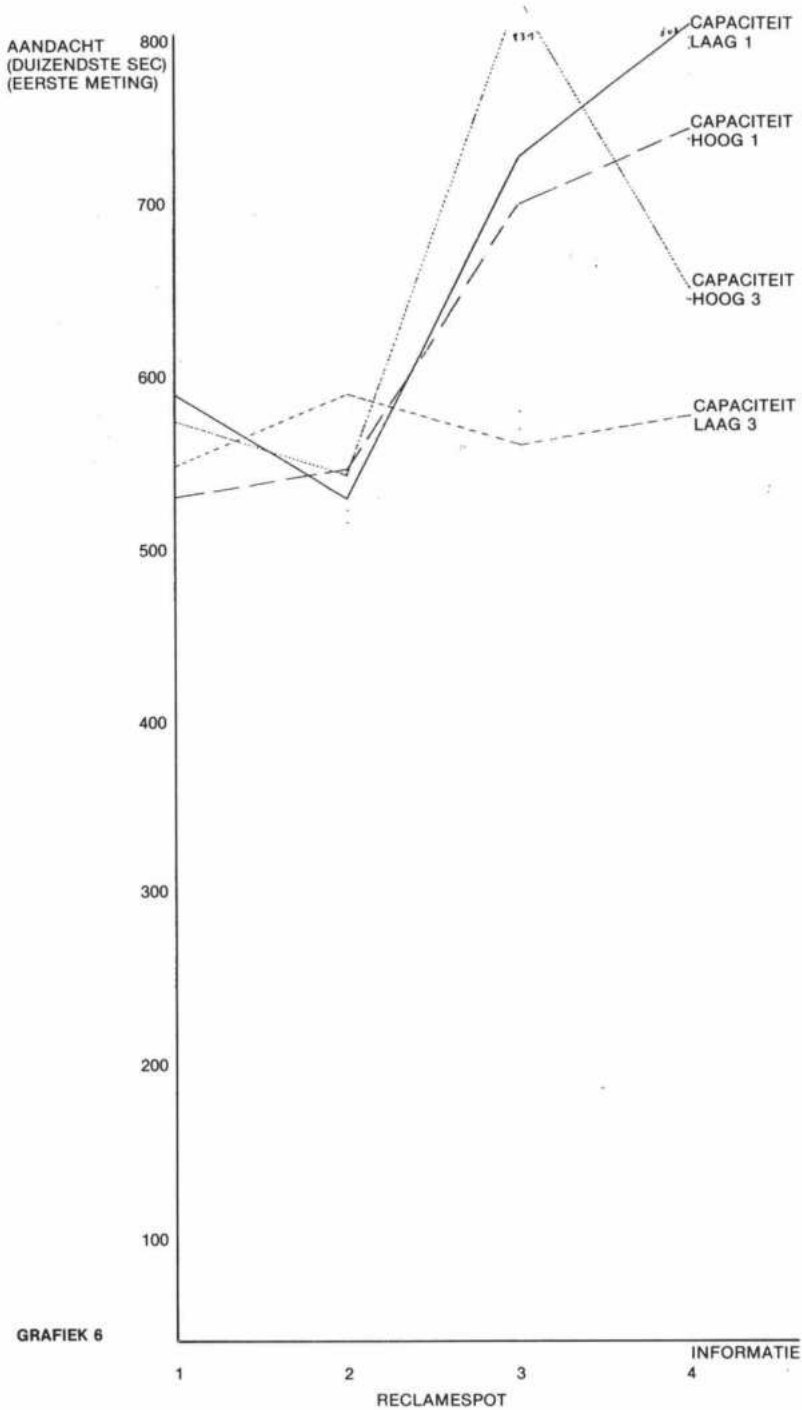
GRAFIEK 3C

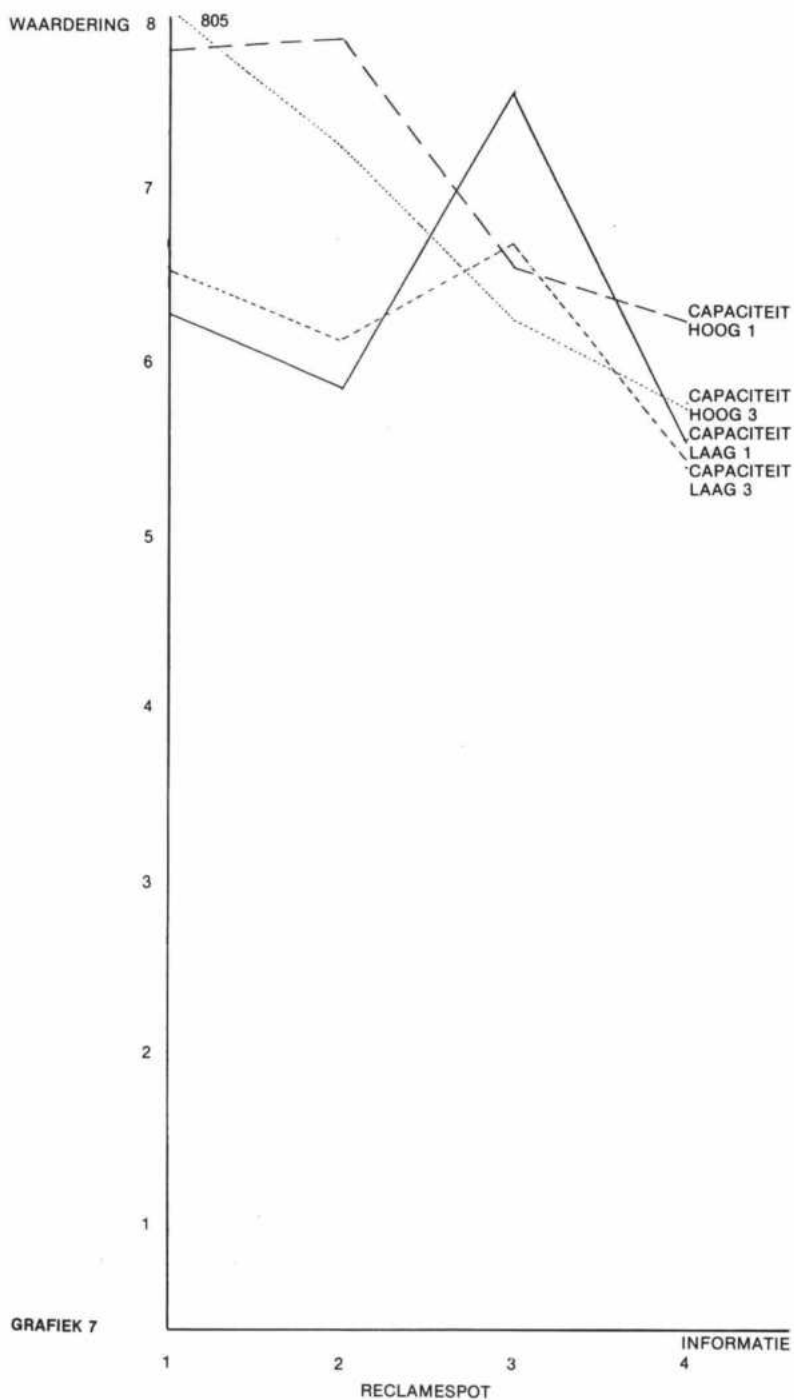


HERINNERING
KORT



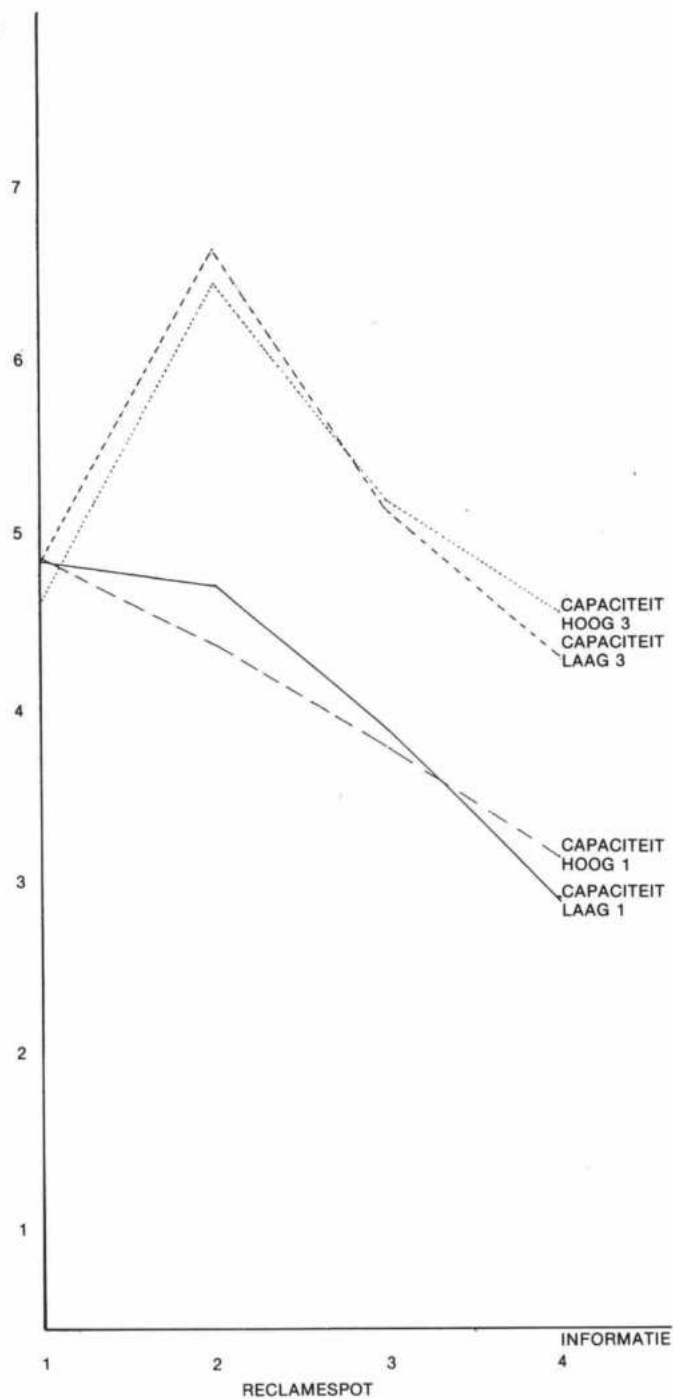
GRAFIEK 5





GRAFIEK 7

HERINNERING
KORT



GRAFIEK 8

Tabel 1: *aandacht, herinnering op korte en lange termijn en waardering (naar kanaalcapaciteit en context) voor vier reclamespots (naar informatiegehalte)*

| | RECLAMESPOT | | | | CONTEXT | |
|---|-------------|------|------|------|---------|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | voor | na |
| herinnering kort/capaciteit laag/t1 | 4,86 | 4,71 | 3,86 | 2,86 | | |
| herinnering kort/capaciteit hoog/t1 | 4,87 | 4,37 | 3,75 | 3,12 | | |
| herinnering kort/totaal/t1 | 4,87 | 4,53 | 3,80 | 3,00 | | |
| waardering/capaciteit laag/t1 | 6,29 | 5,86 | 7,57 | 5,57 | | |
| waardering/capaciteit hoog/t1 | 7,81 | 7,87 | 6,56 | 6,25 | | |
| waardering/totaal/t1 | 7,10 | 6,90 | 7,03 | 5,93 | | |
| aandacht 1/capaciteit laag/t1 | 570 | 530 | 727 | 803 | | |
| aandacht 1/capaciteit hoog/t1 | 531 | 547 | 700 | 743 | | |
| aandacht 1/totaal/t1 | 559 | 539 | 713 | 771 | | |
| herinnering lang/totaal/t2 | 4,77 | 3,93 | 3,60 | 2,37 | | |
| herinnering kort/totaal/t2 | 5,10 | 5,80 | 3,93 | 4,60 | | |
| waardering/totaal/t2 | 7,27 | 6,73 | 6,77 | 5,70 | | |
| aandacht 1/totaal/t2 | 652 | 520 | 574 | 905 | | |
| herinnering lang/totaal/t3 | 4,40 | 4,63 | 3,40 | 3,03 | | |
| herinnering kort/capaciteit laag/t3 | 4,86 | 6,64 | 5,14 | 4,29 | | |
| herinnering kort/capaciteit hoog/t3 | 4,62 | 6,44 | 5,19 | 4,56 | | |
| herinnering kort/totaal/t3 | 4,73 | 6,53 | 5,17 | 4,43 | | |
| waardering/capaciteit laag/t3 | 6,54 | 6,15 | 6,69 | 5,46 | | |
| waardering/capaciteit hoog/t3 | 8,06 | 7,25 | 6,25 | 5,75 | | |
| waardering/totaal/t3 | 7,38 | 6,76 | 6,45 | 5,62 | | |
| aandacht 1/capaciteit laag/t3 | 549 | 590 | 561 | 578 | | |
| aandacht 1/capaciteit hoog/t3 | 574 | 543 | 831 | 651 | | |
| aandacht 1/totaal/t3 | 563 | 664 | 710 | 618 | | |
| herinnering kort/context informatief/t1 | 4,87 | 4,00 | 3,87 | 3,31 | | |
| herinnering kort/context redundant/t1 | 4,86 | 5,14 | 3,71 | 2,64 | | |
| waardering/context informatief/t1 | 7,12 | 7,27 | 7,19 | 6,00 | | |
| waardering/concept redundant/t1 | 7,07 | 6,50 | 6,86 | 5,86 | | |
| aandacht 1/context informatief/t1 | 575 | 557 | 712 | 665 | | |
| aandacht 1/context redundant/t1 | 540 | 518 | 713 | 892 | | |
| aandacht 2/totaal/t1 | 534 | 567 | 639 | 635 | | |
| aandacht 2/totaal/t2 | 504 | 535 | 611 | 567 | | |
| aandacht 2/totaal/t3 | 505 | 501 | 716 | 536 | | |
| aandacht alle/totaal/t1 | 549 | 544 | 677 | 687 | 635 | 615 |
| aandacht alle/totaal/t2 | 574 | 526 | 601 | 720 | | |
| aandacht alle/totaal/t3 | 525 | 521 | 698 | 608 | | |
| aandacht alle/context informatief/t1 | 577 | 542 | 715 | 610 | 654 | 641 |
| aandacht alle/context redundant/t1 | 518 | 546 | 634 | 775 | 611 | 583 |

NOTEN

- (*) Met dank aan de Seminarie Omroep-studenten: Edith Appelmans, Greet Cailloux, Sophie Decanni re, Martine Mertens, Kris Pardon, Katrien Raeymaekers, Judith Raymakers, Marc Roemans, Kris Van de Vreken, Dirk Van Eetvelde, Bart Warlop; aan dhrn. D. Delabastita (psychologie) en A. Hendriks (computerverwerking); aan de Audiovisuele Dienst van de KULeuven en aan Prof. Dr. G. d'Ydewalle voor de kritische lectuur van de eerste versie van dit artikel.
- (1) Watt, J., Krull, R., (1974) An information theory measure for television programming, *Communication Research*, 1 (1): 44-68, stellen volgende formule voor (voor bv. lokaties of sets):

$$H_{\text{sets}} = - \sum \frac{n_{\text{set}_i}}{n_{\text{set}_i\text{show}}} \log_2 \frac{n_{\text{set}_i}}{n_{\text{set}_i\text{show}}}$$

In de hier voorgestelde berekeningswijze is n set show vervangen door n set opnamen, waarbij 'opname' staat voor het materiaal tussen twee cuts.

- (2) Finn, S., (1985) Unpredictability as correlate of reader enjoyment of news articles, *Journalism Quarterly*, 62 (2): 334-340, gebruikt een zeven punten-schaal.

LITERATUURLIJST

- Donohew, M., Nair, M. en Finn, S. (1983), Automacity, arousal and information exposure, *Communication Yearbook*, 8:267-284.
- Harris, R. (1983), Introduction, pp. 5-9 in Harris, R., *Information processing research in advertising*. Hillsdale.
- Kellermann, K. (1985), Memory processes in media effects, *Communication Research*, 12(1):83-131.
- Mitchell, D. (1983), Cognitive processes initiated by exposure to advertising, pp. 13-37 in Harris, R., *Information processing research in advertising*. Hillsdale.
- Percy, L., Rossiter, J. (1980), *Advertising strategy, a communication theory approach*. New York.
- Reeves, B., Thorson, E. en Schleuder, J. (1983), Attention to television: psychological theories and chromatic measures, pp. 251-274 in Bryant, J., Anderson, D., *Children's understanding of television*. New York.
- Tinchon, H.J., Azizi, V. en Strotzka, H. (1985), *Messung von Betroffenheit. Neue Ergebnisse zur experimentell-psychophysiologischen Medienforschung*. Wien.
- Zillman, D. (1982), Television viewing and arousal, in Pearl, D., Bouthilet, L. en Lazar, J., *Television and behavior. Ten years of scientific progress and implications for the eighties*. Rockwill, National Institute of Mental Health.

SMEETS, L., *Adverteren boven en onder de taalgrens.*
Een vergelijkende analyse van het bereik en de reclame-
investeringen in Belgische dagbladen. 100 blz., 350 fr.

Centrum voor Communicatiewetenschap
E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven

de aantrekkelijkheid van rechtstreekse sportreportages op televisie: een cognitieve benadering (*)

pascal mignolet

Sportreportages onderscheiden zich van de meeste andere televisieprogramma's door het feit dat de regie weinig of geen controle heeft op de in beeld te brengen gebeurtenissen. Deze verlopen volgens eigen wetten en conventies, die in de meeste gevallen hun definitieve vorm kregen lang voordat er van televisie sprake was. Nochtans bewijzen de kijkcijfers dat sportreportages tot de meest succesrijke televisieproducten behoren. In dit artikel zal gezocht worden naar een verklaring van dit succes, waarbij de klassieke, op de dispositietheorie gebaseerde benadering aangevuld zal worden met een aantal inzichten uit de cognitieve psychologie.

GEBREK AAN CONTROLE EN ONZEKERHEID

In elk fictioneel televisieprogramma kan men volgens Peters (1971 : 128) een viertal "lagen" onderscheiden, op dewelke de regisseur zijn invloed kan laten gelden, om zó tot een produkt te komen dat beantwoordt aan het gestelde doel (meestal zoveel mogelijk kijkers bereiken). Deze lagen zijn: de verhaallaag of de narratieve structuur, de mise-en-scène-laag of de uitbeelding van het verhaal, de laag van de afbeelding of de in beeld brengen en de laag van de buitenbeeldse tekst en muziek.

Bij alle programma's die zoals sportreportages een realiteit tot voorwerp hebben, stelt deze realiteit zich in de plaats van de verhaallaag en van de mise-en-scène-laag. De controle van de televisiemakers beperkt zich tot de laag van de afbeelding en tot het niveau van de buitenbeeldse tekst (het commentaar). De keerzijde van deze vaststelling is een typische eigenschap van sport, namelijk de onzekerheid die inherent is aan elke wedstrijdvorm:

– Aan het gebrek aan controle op de verhaallaag beantwoordt aldus de onzekerheid omtrent het eindresultaat en omtrent de wijze waarop dit bereikt zal worden. Het basisnarratief van een sportwedstrijd situeert zich immers rond de vraag: "Wie zal winnen?", terwijl de ontwikkeling en de ontknoping van dit gegeven de narratieve structuur van de wedstrijd uitmaken. We zullen deze structuur in het vervolg de "macrostructuur" noemen.

– Aan het gebrek aan controle op het niveau van de afbeelding beantwoordt de onzekerheid omtrent hoe de wedstrijd concreet gespeeld zal worden. Elke wedstrijd binnen een discipline is immers één variatie op een bekend thema. Binnen het kader dat door de spelregels gevormd wordt, is er meestal enige

ruimte tot creativiteit. Dit niveau, dat bestaat uit alle individuele acties die door de atleten ondernomen worden, zullen we aanduiden met de "microstructuur".

We beschouwen deze dubbele onzekerheid nu als het vertrekpunt voor de verklaring van de aantrekkelijkheid van sportreportages.

ONZEKERHEID EN AANTREKkelijkHEID

Dit vertrekpunt kan op het eerste gezicht enige verwondering wekken. De evenwichtstheorieën stellen immers dat een toestand van onzekerheid als negatief ervaren wordt, en dat het individu er alles aan zal doen om deze onzekerheid te vermijden of te reduceren. We vermelden nu reeds dat deze reductie gebeurt via het zoeken naar en het verwerken van informatie.

Voor televisie is dit positief, wanneer het door onzekerheid geactiveerde gedrag bestaat uit het kijken naar het programma dat niet alleen onzekerheid bevat, maar deze ook belooft te reduceren (door het beschikbaar stellen van de vereiste informatie).

Dit geldt echter alleen wanneer het gaat om onzekerheden die door het individu als belangrijk of als de moeite waard om te reduceren worden geacht. Indien dit niet het geval is, dan zal het gedrag dat geactiveerd wordt, eerder gericht zijn op het vermijden of negeren van de onzekerheid.

We mogen aannemen dat voor de meeste mensen de onzekerheden eigen aan sportwedstrijden niet behoren tot de prioriteiten. De reductie ervan is niet van levensbelang, noch is de kennis (als resultaat van de reductie) bruikbaar in het dagelijkse leven. Indien onzekerheid dus werkelijk negatief is, dan heeft het individu er alle belang bij zich niet te interesseren in sport, om zo de onzekerheid hieromtrent te vermijden.

Het feit dat deze stelling wordt tegengesproken door het enorme en wereldwijde succes van sportuitzendingen, noopt ons ertoe te veronderstellen dat er ergens een mechanisme moet zijn dat de loutere en niet noodzakelijke blootstelling aan onzekerheid en de reductie hiervan de moeite waard maakt.

DE AROUSALTHEORIE VAN BERLYNE

De basis van een mogelijke verklaring van de aantrekkelijkheid van onzekerheid wordt gevonden in de arousaltheorie van Berlyne (1967). Arousal kan hier gedefinieerd worden als de drang van een organisme naar activiteit. Deze drang kan volledig afwezig zijn (in geval van diepe slaap) of zeer sterk aanwezig zijn (zoals in panieksituaties), en uit zich fysiologisch in variaties in bloeddruk, hartslag, huidreacties, ...

Meestal situeert de arousal zich op een neutraal basisniveau, een middenpositie op het continuüm waar een alerte reactie op de uitdagingen van een vertrouwde omgeving gegarandeerd is.

Het uitgangspunt van de theorie van Berlyne is dat elke aversieve situatie een verhoging van het arousalniveau met zich meebrengt, wat zich uit in opwinden. Het reduceren van deze, als negatief ervaren opwinden en het terug bereiken van het neutrale basisniveau (door de oorzaken van aversie weg te

nemen) is volgens Berlyne dan weer voldoende voor de ervaring van een positief affect.

De centrale stelling van de theorie is dat het vooruitzicht van de ervaring van dit positieve affect, de aversieve toestand minder aversief en zelfs aantrekkelijk maakt. Het individu zal met andere woorden de aversie gaan opzoeken in plaats van ze te vermijden, wanneer en zolang als er goede hoop bestaat dat ze na verloop van tijd zal verdwijnen. Vanzelfsprekend dient dit alles binnen bepaalde grenzen en in bepaalde omstandigheden te worden gesitueerd: men kan b.v. moeilijk aannemen dat uitgekeken wordt naar zware fysieke pijnsituaties.

AROUSAL EN ONZEKERHEID

Met deze theorie van Berlyne hebben we een verklaring van de aantrekkingskracht van een in wezen aversieve onzekerheid. De arousalbenadering heeft daarenboven het voordeel dat we een meer nauwkeurig inzicht kunnen verwerven in de relatie aversie-onzekerheid.

Bij J. Watt (1985) vinden we twee vormen van arousal, al naargelang de oorzaken van de opwindning en naargelang het gedrag dat geactiveerd wordt:

– *Emotionele arousal*, die wordt veroorzaakt door confrontatie met een situatie waarvoor het individu emotioneel geconditioneerd is, en die emotionele reacties activeert.

– *Cognitieve arousal*, die wordt veroorzaakt door problemen met de decoding en interpretatie van prikkels, en die een meer bewust cognitief gedrag activeert.

Het is nu mogelijk om een aantal mogelijke oorzaken van beide arousalvormen toe te schrijven aan aversie veroorzaakt door onzekerheid.

Emotionele opwindning kan ontstaan uit een confrontatie tussen uitgesproken disposities enerzijds, en de onzekerheid omtrent de wenselijkheid van een komende toestand anderzijds. Zo staat bijvoorbeeld de combinatie van een positieve dispositie ten opzichte van een sportfiguur én de onzekerheid omtrent zijn winstkansen garant voor het opwekken van emotionele arousal (= aversie wegens mogelijk verlies).

Cognitieve arousal ontstaat bij informatieverwerkingsmoeilijkheden. Deze problemen treden onder meer op wanneer er niet voldoende informatie over een prikkel beschikbaar is, of wanneer de te verwerken informatie de verwerkingscapaciteit overschrijdt. Het gevolg van een te weinig of van een teveel aan informatie blijft hetzelfde: onzekerheid omtrent de juiste aard van de prikkel. Het individu voelt zijn controle over de omgeving verminderen en weet letterlijk niet meer wat hem overkomt. Het is vanzelfsprekend dat ook deze toestand een voldoende voorwaarde is voor aversie.

EMOTIONELE AROUSAL EN MACROSTRUCTUUR VAN DE SPORTWEDSTRIJD

Indien er bij het publiek disposities ten opzichte van één of meerdere in de wedstrijd betrokken partijen aanwezig zijn, dan is de mogelijkheid dat de "gehate" partij zou winnen en/of de onzekerheid op winst voor de "geliefde" par-

tij verantwoordelijk voor een aversieve toestand en de daarbij horende opwinding. Vermits deze onzekerheid in principe vóór de aanvang van elke wedstrijd aanwezig is, is opwinding verzekerd voor al degenen die niet dispositioneel neutraal zijn.

Het is de hoop dat de "geliefde" partij wint en/of dat de "gehate" partij verliest, en het vooruitzicht van de hierbij horende euforie, die de aversie uiteindelijk aantrekkelijk maakt.

Dit fenomeen is genoegzaam bekend bij makers van fictieprogramma's die voortdurend "goede" versus "slechte" karakters ten tonele voeren. De narratieve structuur van een dergelijk programma (net zoals bij sportwedstrijden grotendeels gesitueerd rond de vraag wie van beiden het zal halen) is dan zo opgebouwd, dat het succes van de goede lange tijd onzeker tot hoogst twijfelachtig is, maar hem uiteindelijk toch, in de climax van het verhaal, ten deel valt. Zo is niet alleen de aversieve opwinding verzekerd, maar ook de ervaring van het positieve affect.

Zoals we reeds hebben vermeld, is er bij sportreportages geen enkele mogelijkheid tot controle op de verhaallaag. De onzekerheid omtrent de winstkansen van de "geliefde" ploeg is echt, in die zin dat de ploeg ook daadwerkelijk kan verliezen. Naarmate dit in het verloop van de wedstrijd duidelijk wordt, vervaagt ook de hoop op de ervaring van de euforie, en verliest de aversieve toestand elke reden tot voortzetting. Dit kan zich uiten in het vroegtijdig verlaten van het stadion of in het veranderen van televisiekanaal.

Voor de toeschouwer bezit een wedstrijd een ideale macrostructuur, wanneer het gaat om een fel bevochten kamp tussen twee evenwaardige tegenstanders, die pas op de eindmeet (of in de laatste minuut, in de laatste set, ...) een beslissing over winst en verlies weten af te dwingen, een resultaat dat daarenboven in overeenstemming is met wat op basis van de disposities gewenst werd.

Elke afwijking hiervan schaadt de aantrekkelijkheid van de wedstrijd. Bovendien is het zo dat de aanwezigheid van disposities ten opzichte van de partijen een noodzakelijke voorwaarde is voor het ervaren van emotionele arousal en de eventuele positieve reductie hiervan. De neutrale kijker kent geen angst om een slechte afloop, en kent bijgevolg geen enkele emotie bij de ontknoping.

De aantrekkelijkheid van de wedstrijd zal zich voor deze kijker vooral op microstructureel vlak moeten situeren.

COGNITIEVE AROUSAL EN MICROSTRUCTUUR VAN DE SPORTWEDSTRIJD

We hebben reeds vermeld dat cognitieve aversie ontstaat, wanneer men niet onmiddellijk zekerheid verwerft over de aard of de betekenis van een prikkel die het organisme bereikt. We zullen nu trachten om via enkele basisbeginzelen uit de cognitieve psychologie de aantrekkelijkheid van een sportwedstrijd op microstructureel vlak te verklaren.

Basisbeginselen

In het kader van ons opzet zijn er drie belangrijke cognitief-psychologische stellingen die als peilers voor de verdere uiteenzetting zullen fungeren:

A) "Er is een bepaald niveau van hersenactivatie vereist, wil het individu zich goed voelen", aldus Singer (1980).

Dit betekent dat er in de omgeving bepaalde onzekerheden dienen te bestaan, die het individu als het ware uitnodigen tot exploratie en informatieverwerkend gedrag. Indien dit niet het geval is, indien er niets meer te leren of te reduceren valt, treedt er verveling en apathie op.

B) "De informatieverwerkingscapaciteit wordt beperkt door de attentiecapaciteit", aldus Donohew, Nair en Finn (1983).

Het verwerken van informatie (= het reduceren van onzekerheden) vereist een bewuste aandacht voor de betreffende prikkel. Vermits men slechts aan een beperkt aantal aspecten of prikkels gelijktijdig aandacht kan besteden, wordt hierdoor tevens de verwerkingscapaciteit gelimiteerd.

C) "Naarmate een prikkel voorspelbaar wordt, is er minder aandacht vereist om hem te verwerken", aldus Bruner (1958).

Een prikkel wordt voorspelbaar naarmate het individu er in het verleden en in vergelijkbare omstandigheden mee geconfronteerd is geweest. Tijdens die confrontaties was er reeds voldoende gelegenheid om de prikkel in al zijn hoedanigheden te ontleden. In dit opzicht is de voorspelbaarheid van het optreden van een prikkel tevens een indicatie van de vertrouwdheid ermee. Vermits de prikkel bekend is, is er ook geen onzekerheid meer te reduceren, en hoeft er geen of nauwelijks aandacht aan besteed te worden.

De gevolgen van de combinatie van deze drie stellingen zullen nu onderzocht worden voor wat de aantrekkelijkheid van een televisieboodschap betreft.

Implicaties voor de aantrekkelijkheid van televisieprogramma's

– Een programma dat te veel onbekende, niet vertrouwde elementen bevat, zal te veeleisend zijn voor de attentiecapaciteit. Alle nieuwe aspecten kunnen niet verwerkt worden, en de ontvanger verkeert in een voortdurende onzekerheid omtrent wat hij nu precies te zien krijgt. Het lineaire verloop van het programma plus het door de regisseur bepaalde tempo verhinderen bovendien een zelfstandige aandachtallocatie (in tegenstelling tot bijvoorbeeld kranten berichten, die herlezen kunnen worden). Er bestaat dus weinig hoop dat de onzekerheden nog gereduceerd zullen kunnen worden, en volgens de redenering van Berlyne zal de aversieve toestand hierdoor zijn aantrekkelijkheid verliezen en vandaar beëindigd worden.

– Een programma dat alleen bestaat uit bekende en vertrouwde elementen, kan eveneens niet boeien. De voorspelbaarheid impliceert weliswaar een overschot aan attentie, maar eveneens het feit dat deze attentie zich nergens op kan richten, vermits alles reeds op voorhand duidelijk en ondubbelzinnig is. Het overschot aan attentie zal zich daarom, om verveling te vermijden, richten op een ander programma of op niet-mediale stimulatiebronnen.

– Het komt er voor een programmamaker dus op aan een juiste dosis vertrouwdheid/onvoorspelbaarheid te vinden. De ontvanger moet de gelegen-

heid krijgen om enig attentie-overschot te bewaren, *en* moet vervolgens gemotiveerd worden om dit overschot opnieuw in het programma te investeren. Het is daarom belangrijk dat de resterende onzekerheid betrekking heeft op aspecten die pas na verloop van tijd verduidelijkt worden. Indien hierop goede hoop bestaat, dan zal de onzekerheid de motivatie zijn om de blootstelling verder te zetten, en dit conform aan de theorie van Berlyne.

Het is duidelijk dat een maker van fictie-programma's over een arsenaal van mogelijkheden beschikt om zijn produkt te laten beantwoorden aan deze dubbele voorwaarde. Vertrouwde en herkenbare personages en dito decors, een consequente karaktertekening (de goeden zijn goed, de slechten slecht) en een eenvoudige verhaalstructuur bevorderen de vertrouwdheid, terwijl onverwachte verhaalontwikkelingen, de introductie van nieuwe personages en af en toe het gebruik van een exotische lokatie onder meer de onvoorspelbaarheid ten goede komen, de nieuwsgierigheid opwekken en de aandacht gaande houden. Het volstaat te verwijzen naar populaire series als Dallas en Dynasty om dit punt volledig te verduidelijken.

De regisseur van sportwedstrijden heeft deze mogelijkheden niet. De aantrekkingskracht van deze programma's impliceert dus ergens dat de dubbele voorwaarde automatisch wordt vervuld.

Decodering van de microstructuur

We gaan er van uit dat de poging beschouwd kan worden als de prikkel die door ontvangers en toeschouwers van sportwedstrijden gedecodeerd moet worden. Als poging definiëren we elke handeling met een bepaalde intentie en een bepaald resultaat, die door een atleet wordt gesteld met de bedoeling om de overwinning, of ten minste een voordeel, te behalen of dichterbij te brengen.

De microstructuur van een wedstrijd bestaat derhalve uit een aaneenrijging van pogingen die alle door de kijkers geïnterpreteerd moeten worden. Ze moeten als het ware de betekenis ervan achterhalen.

Indien we nu de definitie die Peirce van betekenis geeft, aanhouden, namelijk dat de betekenis van een propositie bestaat uit alle hypothesen en proposities die erover geformuleerd kunnen worden, wordt duidelijk wat we met het decoderen van pogingen bedoelen.

Het komt er dan op aan om naar aanleiding van de observatie van een handeling alle relevante aspecten van de poging te achterhalen, teneinde het wie-, wat-, waarom- en hoe-aspect, ervan te kunnen formuleren, alsook het resultaat ervan.

De decodering van twee pogingen tijdens een voetbalwedstrijd zou bijvoorbeeld de volgende proposities kunnen opleveren :

"Speler X (wie) trapt de bal (wat) hard (hoe) naar doel (hoe) om een doelpunt te scoren (waarom), doch dit mislukt (resultaat) omdat doelman Y (wie) naar de hoek duikt (wat) en met een reflex (hoe) een doelpunt verhindert (waarom + resultaat) enz..."

Naarmate de kennis van een kijker in verband met de sport aangroeit, zijn er naar aanleiding van een handeling steeds meer proposities te formuleren.

In dit punt zullen we de eerder geopperde stelling dat sportwedstrijden automatisch beantwoorden aan de dubbele voorwaarde, nog even nader onderzoeken.

De vertrouwdheid wordt gegarandeerd door het institutionele karakter van de spelregels. Deze veranderen nauwelijks in de tijd en zijn geldig voor elke wedstrijd binnen de discipline. Het voordeel hiervan voor de toeschouwer/ontvanger is dat eens vergaarde kennis over de sporttak altijd geldig blijft, en bij elke observatie van een wedstrijd opnieuw gebruikt kan worden. Het steeds opnieuw optreden van type-situaties en vaste spelpatronen zorgt ervoor dat het verloop enigszins voorspelbaar wordt, zodat de kenner relatief weinig aandacht dient te investeren.

De opgespaarde aandacht kan dan gericht worden op verrassingen, schijnbare toevalligheden, ... die te wijten zijn aan het individuele en creatieve aspect dat eveneens in vele disciplines aanwezig is. Het probleem dat dergelijke disciplines (zoals voetbal, rugby,...) voor de ontvangers stellen, is dat hun hoge inherente onvoorspelbaarheid het leren decoderen bemoeilijkt. Dit kan worden verduidelijkt door te verwijzen naar disciplines die het doel en de wijze waarop dit bereikt moet worden, zó strikt bepalen dat er weinig of geen ruimte is voor enige creativiteit en onvoorspelbaarheid. Voorbeelden hiervan zijn verspringen, spurtnummers, tijdrijden enz. Deze disciplines worden door iedereen, zelfs na een minimum aan observatie (of leergedrag) duidelijk begrepen, en slechts een minimum aan kennis is vereist om de pogingen redelijk volledig te kunnen decoderen.

Omdat echter elke poging pas eindigt bij het duidelijk worden van het resultaat (het al of niet bereiken van de intentie), en dit resultaat nooit met zekerheid op voorhand geweten kan zijn, bezit zelfs de meest voorspelbare discipline een dosis onvoorspelbaarheid die het kijken ernaar lonend maakt. Bovendien situeert het resultaat zich na de andere aspecten van de poging zodat, éénmaal de poging gedecodeerd, de onzekerheid omtrent het resultaat ervan het individu motiveert (in plaats van demotiveert) tot verder kijken.

Wanneer we dit voorgaande bekijken in het licht van Berlyne's arousaltheorie, dan wordt een interessante band tussen vertrouwdheid en de onvoorspelbaarheid van het resultaat duidelijk.

Het vooruitzicht dat de aversieve onzekerheid gereduceerd zal kunnen worden, is immers afhankelijk van het feit of de ontvanger in staat is geweest de intentie van de poging te decoderen. Kennis over deze intentie is immers nodig om het resultaat te kunnen beoordelen. Indien deze kennis niet aanwezig is, betreft de vraag die de ontvanger bezighoudt, niet langer het in de toekomst geprojecteerde "Zal het lukken?", maar wel het op het heden en verleden gerichte "Wat gebeurt er?" en "Wat was de bedoeling?".

De vertrouwdheid, als voorwaarde voor een makkelijk te decoderen poging, zorgt er aldus voor dat er enkel nog onzekerheid bestaat omtrent het resultaat, en is aldus tevens de garantie dat deze onzekerheid gereduceerd zal kunnen worden van zodra de informatie beschikbaar is.

BESLUIT

Als besluit kunnen we nog aantonen hoe de televisiemaker met zijn beperkte controle mogelijkheden de aantrekkelijkheid van een sportwedstrijd toch kan beïnvloeden:

– Met betrekking tot emotionele arousal speelt de commentator een grote rol, en dit voornamelijk in verband met de manipulatie van de kansperceptie. De commentator zal trachten om het publiek zo lang mogelijk te laten geloven dat nog werkelijk alles mogelijk is. Op deze wijze is een voortdurende opwindings verzekerd.

– Met betrekking tot cognitieve arousal werkt de commentator samen met de beeldregie. Samen geven ze een interpretatie van de wedstrijd (= een decoding) en stellen aldus hun kennis beschikbaar voor diegenen die hieraan een tekort hebben. Vooral het veelvuldig aanduiden van de intentie achter de handelingen lijkt ons in het licht van dit artikel van cruciaal belang te zijn.

(*) Dit artikel belicht enkele aspecten uit de eindverhandeling van de auteur 'De aantrekkelijkheid van rechtstreekse sportreportages op televisie', Fac. Soc. Wet., Dep. Communicatiewet., KULeuven, september 1987, promotor Dr. G. De Meyer.

LITERATUURLIJST

- Berlyne, D.E. (1967), Arousal and reinforcement, in Levine, D., *Nebraska symposium on motivation*. Lincoln.
- Bruner, J. (1958), On perceptual readiness, in Beardsley en Wertheimer, *Readings in perception*. Princeton.
- Donohew, M., Nair, M. en Finn, S. (1983), Automacity, arousal and information exposure, *Communication Yearbook*, 8: 267-284.
- Peters, J.M. (1971), *Theorie van de audiovisuele communicatie*. Leuven, Centrum voor Communicatiewet.
- Singer, J. (1980), The power and limitations of television, in Tannenbaum, P., *The entertainment functions of television*. Hillsdale.
- Watt, J. (1985), Television form, content attributes and viewer behavior, in Dervin, B. (Ed.), *Progress in communication sciences*. Norwood.

DE MEYER, F., *Muziek in beelden*. Een eerste verkenning in de wereld van de videoclip. 135 blz., 350 fr.

Centrum voor Communicatiewetenschap
E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven

verschillen tussen jonge en oudere volwassenen in de verdeling van de aandacht over verschillende informatiebronnen

Géry d'Ydewalle, Luc Warlop en Johan Van Rensbergen

Sinds een aantal jaren stijgt de interesse voor veranderingen in het cognitief functioneren, die gepaard gaan met het verouderingsproces. Die belangstelling wordt gevoed vanuit een drietal richtingen. Binnen de ontwikkelingspsychologie neemt de gerontologie, ook omwille van demografische redenen, een steeds belangrijker plaats in. Ergonomen wijden zich aan de problemen die de aanpassing van de oudere werknemers aan vernieuwde werkomstandigheden met zich meebrengt. Binnen de cognitieve psychologie bestaat er meer en meer interesse voor interindividuele verschillen, ook voor leeftijdsverschillen.

Wanneer men wil nagaan of er leeftijdsverschillen zijn in één of ander aspect van de menselijke informatieverwerking, maakt men meestal gebruik van een prestatietaak. Men zal dan de verschillen in de prestatie op een reactietijd- of een geheugentaak bij verschillende leeftijdsgroepen nagaan en proberen te interpreteren. Hoewel heel wat prestatieverschillen tussen bejaarden en jongere volwassenen vastgesteld worden, blijkt het moeilijk om die bevindingen te integreren in een conceptueel kader waar de meeste onderzoekers kunnen achterstaan, deels omdat de concepten die door de verschillende auteurs gebruikt worden, niet altijd vergelijkbaar zijn.

Een stelling waarover wel een consensus blijkt te bestaan, is dat het deficit eerder te zoeken is in de verwerkingscapaciteit dan in de opslagcapaciteit van het informatieverwerkend systeem (Craik en Simon 1980; Walsh 1975). Vooral de integratie van informatie die afkomstig is uit verschillende bronnen, blijkt gestoord te zijn, zowel wanneer de informatie uit verschillende sensoriele bronnen komt, als wanneer sensoriele gegevens moeten vergeleken worden met geheugeninhouden.

Het vergelijken en integreren van verschillende informatiebronnen wordt in een structurele benadering van de informatieverwerking als een typische functie van het onmiddellijk geheugen beschouwd. Sinds Baddeley en Hitch (1974) wordt een onderscheid gemaakt tussen de opslagfunctie ("primary memory") en de verwerkingsfunctie ("working memory") van het onmiddellijk geheugen. "Primary memory"-functies blijken nauwelijks achteruit te gaan met de leeftijd. Wanneer de taak erin bestaat de informatie gewoon te bewaren, zal men zelden een ernstig ouderdomsdeficit vaststellen (Baddeley 1976; Craik en Rabinowitz 1984). "Working memory"-functies vertonen

daarentegen meestal wel een sterke achteruigang (Spilich 1983; Wright 1981). Volgens Craik en Rabinowitz (1984) kan men het ouderdomsdeficit niet zomaar lokaliseren als een "working memory" deficit. Een dergelijke structurele benadering zou impliceren dat ook alle latere fasen in het informatieverwerkingsproces geraakt zouden zijn, wat niet het geval is. Ze stellen daarom een eerder procesmatige benadering voor. Het systeem beschikt over een bepaalde verwerkingscapaciteit die in meerdere of mindere mate aangesproken wordt door de verschillende cognitieve processen. Ouder worden zou dan gepaard gaan met een verminderde totaal beschikbare verwerkingscapaciteit (Craik en Rabinowitz, 1984).

Er zijn echter ook andere verklaringen mogelijk. Wright (1981) veronderstelt dat de totale verwerkingscapaciteit niet vermindert met de leeftijd, maar dat de ouderen de beschikbare verwerkingscapaciteit minder efficiënt gaan gebruiken. Ouder worden zou immers gepaard gaan met een reductie in "automatic processing". Automatische verwerking is een snel, parallel verloopend proces dat weinig of geen verwerkingscapaciteit verbruikt, en buiten de bewuste controle van het individu verloopt. Gecontroleerde processen daarentegen zijn traag en serieel. Ze vallen wel onder de bewuste controle van het individu en vergen veel meer van de verwerkingscapaciteit (Schneider, Dumais en Shiffrin 1984). Wanneer men ouder wordt, zullen voor steeds meer taken en operaties "controlled" of "effortful processes" aangesproken moeten worden, die veel meer van de totale beschikbare capaciteit voor zich opeisen, zodat de maximum belasting sneller bereikt wordt (Wright 1981).

Een andere mogelijkheid (Hasher en Zacks 1979; Nissen en Corkin 1985) is dat juist de gecontroleerde processen een deficit vertonen, terwijl de automatische processen relatief onaangestast blijven. Het effect op de performantie zou dan hetzelfde zijn als bij de vorige hypothese.

Tenslotte bestaat er ook een model dat eerder los staat van de vorige benaderingswijzen, nl. de "mental tempo" (Waugh en Barr 1980) of "cognitive slowing" verklaring (Hertzog, Williams en Walsch 1975; Salthouse 1980). Zij gaan er van uit dat elk leeftijdsdeficit in informatieverwerking en performantie uiteindelijk te wijten is aan een algemene vertraging van alle cognitieve processen. Deze hypothese veronderstelt dat wanneer de bejaarden genoeg tijd krijgen om in hun eigen "mental tempo" te functioneren, ze de prestaties van de jongeren zullen benaderen of zelfs evenaren. Onlangs hebben Craik en Rabinowitz (1984) echter aangetoond dat een mentale vertraging zeker niet de enige oorzaak kan zijn, aangezien de bejaarden in hun onderzoek niet beter presteerden als ze meer tijd kregen. Bepaalde "aids", zoals het anders structureren van de taak of het bieden van structurende "cues", waren wel effectief. Craik en Rabinowitz (1984) bieden een aantal opmerkelijke resultaten van proeven waarin "oefening" als variabele opgenomen is. Het verschil tussen de jongeren en de ouderen wordt doorheen een aantal beurten steeds kleiner. Oudere proefpersonen zouden dus meer profiteren van oefening dan jongeren (Beres en Baron 1981; Craik en Rabinowitz 1984; Rabbitt 1981), hoewel Salthouse en Somberg (1982) geen interactie vonden tussen leeftijd en oefening. Performantie in taken die tot op hoge leeftijd dagelijks geoefend worden, zou op bijna constant niveau blijven, zoals Charness (1982, geciteerd in Craik en Rabinowitz 1984) in zijn studie met oudere schakers aantoonde.

Die laatste bevinding zou pleiten voor een hypothese zoals door Wright (1981) en recent dus ook door Craik en Rabinowitz (1984) voorgesteld werd, aangezien Shiffrin en Schneider (1977) stelden dat hoe meer een taak of handeling geoefend is, des te meer automatische processen er een rol in spelen.

In het Laboratorium voor Experimentele Psychologie te Leuven loopt sinds enige tijd een onderzoeksprogramma over de verdeling van aandacht over verschillende sensorische informatiebronnen. Dit gebeurt aan de hand van de analyse van de kijkpatronen van proefpersonen bij ondertitelde tv-programma's. In een kleine taalgemeenschap zoals de onze is veertig procent van de televisieprogramma's afkomstig uit het buitenland (Muylaert, Nootens, Poesmans en Pugh 1983). Aangezien dubbing, dat is het vervangen van de stemmen van de sprekers door dialogen in de eigen taal, te duur uitvalt, worden die programma's ondertiteld. Wanneer men over geschikte oogbewegingsregistratie-apparatuur beschikt, kan men de verdeling van de aandacht over beeld en ondertitel bestuderen. Voor we de resultaten van het reeds uitgevoerde onderzoek bespreken, zetten we kort het ondertitelingsprincipe uiteen. Een uitvoerige bespreking kan men vinden in Warlop, Van Rensbergen en d'Ydewalle (1986).

Het grootste probleem is dat de ondertitels moeten voldoen aan twee tegenstrijdige vereisten. Enerzijds moet zoveel mogelijk van de auditieve boodschap vertaald worden, opdat een zo groot mogelijke groep kijkers het programma zou kunnen volgen. Anderzijds moet men er ook voor zorgen dat de ondertiteling niet achterop geraakt op het gesproken kanaal. Om dat probleem zo goed mogelijk op te vangen, worden de aanbiddingstijden bepaald door een vuistregel, de zogenaamde "zes-seconden-regel". Een ondertitel beslaat, om het beeld niet té veel te verstoren, één of twee regels van elk maximaal 32 karakters. Een ondertitel van maximale lengte mag zes seconden blijven staan. De aanbiddingstijden van alle kortere ondertitels worden dan proportioneel berekend.

d'Ydewalle, Van Rensbergen en Pollet (1987) vergeleken drie groepen proefpersonen: een "normale" groep, een groep waarbij het geluidskanaal volledig uitgeschakeld was, en een groep die de gesproken taal (Duits) volledig meester was. Het onverwachte resultaat was dat bij een normale aanbiddingstijd (volgens de zes-seconden-regel) bij de drie groepen dezelfde verdeling van de kijktijd over beeld en ondertitel gevonden werd. Dat pleit ervoor dat het lezen van ondertitels grotendeels geautomatiseerd is, zeker in het licht van Jonides' (1983) stellingname dat automatische processen zich juist kenmerken door het feit dat je er niet kan aan ontsnappen.

Een tweede belangrijke bevinding was dat bij tweeregelige ondertitels proportioneel méér naar de ondertitel gekeken werd dan bij éénregelige ondertitels. Een verklaring is dat de latentietijd tussen het verschijnen van en de eerste oogregistratie in de ondertitel, nagenoeg een constante blijkt te zijn, onafhankelijk van het aantal regels. Daardoor blijft dan proportioneel minder tijd over om een éénregelige ondertitel te lezen, die uiteraard gemiddeld maar half zo lang wordt aangeboden dan een tweeregelige ondertitel. De tijd dat men naar de ondertitel kijkt, wordt in de normale conditie voor het grootste deel bepaald door de oppervlaktestructuur (60 %) van de ondertitel, dit zijn de aanbiddingstijd en het aantal regels van de ondertitel. De episodische karakteristieken zijn

veel minder belangrijk (8 %), terwijl de variantie verklaard door de "woordkarakteristieken" verwaarloosbaar klein is (3 %).

Met de hier beschreven twee experimenten willen we nagaan of er een differentiatie in de kijkpatronen is tussen jongere en de oudere proefpersonen. Zo kunnen we de verschillen tussen de leeftijdsgroepen in de manier waarop ze de aandacht over verschillende informatiebronnen verdelen, op een ecologisch meer valide manier onderzoeken dan in de klassieke psychofysische experimenten met zeer eenvoudig prikkelmateriaal. Ontwikkelingspsychologen hebben er namelijk herhaaldelijk op gewezen dat bejaarden sterk benadeeld worden in de klassieke laboratoriumproeven, waarbij een prestatietaak wordt gebruikt. Ze worden niet graag getest op de grenzen van hun kunnen en zijn dus vaak niet gemotiveerd om tot het uiterste te gaan, vooral omdat de taak voor hen meestal totaal nieuw is en voor een buitenstaander, op z'n zachts gezegd, vaak zinloos overkomt (Rabbitt 1979, 1981).

Onze taak, het kijken naar een televisieprogramma, is geen prestatietaak. Jonge volwassenen en ouderen zijn er ook in dezelfde mate mee vertrouwd. Comstock, Chaffee, Katzman, McCombs, en Roberts (1978) en Kubey (1980) schatten dat de modale Amerikaanse zestigjarige ongeveer drie uur per dag televisie kijkt. In een recent BRT-rapport wordt geschat dat in Vlaanderen de vijfenvijftigplussers gemiddeld ongeveer 2,37 uur per dag naar de televisie kijken, tegenover een gemiddelde van 2,03 voor de totale bevolking.

EXPERIMENT 1

Design en proefpersonen

Het televisieprogramma was een tien minuten durend fragment uit het Engelse feuilleton "Reilly". Vijf jongere ($\bar{X} = 20$ jaar oud) en vijf oudere ($\bar{X} = 61$ jaar oud) proefpersonen zagen hetzelfde fragment. Het programma werd ondertiteld door specialisten van de BRT. Omwille van praktische vereisten was het niet altijd mogelijk om de zes-seconden-regel perfect te volgen. De correlatie tussen de feitelijke aanbiddingstijd en de hypothetische aanbiddingstijd volgens de zes-seconden-regel bedroeg .91 voor de éénregelige, en .92 voor de tweeregelige ondertitels. De gemiddelde afwijking van de aanbiddingstijd volgens de zes-seconden-regel bedraagt voor éénregelige ondertitels 77 milliseconden en voor tweeregelige ondertitels 32 milliseconden. Om betrouwbare metingen te bekomen is het belangrijk enkel proefpersonen in het onderzoek te betrekken meteen goede visus. Wanneer de proefpersonen een bril of contactlenzen zou dragen, kunnen er problemen rijzen met de kalibratie die aan elke meting vooraf gaat. Als die slechtziende personen géén bril zouden dragen, heeft het uiteraard ook niet veel zin hun kijkgedrag te registreren. Door zowel voor de jongerengroep als voor de ouderengroep enkel personen met een goede visus te nemen, kunnen we in zekere mate deze storende variabele onder controle houden. Het spreekt immers vanzelf dat de biologische veroudering ook het visuele apparaat beïnvloedt (voor een overzicht, zie Corso 1981), waardoor de resultaten van een studie over aandachtsverdeling gestoord zouden kunnen worden. Aangezien het blijkbaar gemakkelijker is om bejaarde vrouwen zonder bril te vinden dan bejaarde mannen, hebben we

enkel vrouwelijke proefpersonen in het onderzoek betrokken. Er is nog een andere reden om het geslacht in het onderzoek constant te houden. In de vorige experimenten (d'Ydewalle, Muylle en Van Rensbergen 1985; d'Ydewalle, Van Rensbergen en Pollet 1987) werd steeds een significant geslachtsverschil gevonden. Vrouwen blijken meer naar ondertitels te kijken dan mannen. Aangezien dat verschil voorlopig niet geïnterpreteerd kon worden, hebben we ons tot één geslacht beperkt.

De jongeren waren vrijwilligers uit de kandidatuursjaren van de universiteit. De ouderen werden gecontacteerd via een plaatselijke bejaardenvereniging en via een lokale radio. Alle proefpersonen dachten dat hun emotionele reacties op het televisieprogramma werden nagegaan via metingen van de pupilgrootte. Niemand wist dat het om de ondertitels ging.

Apparatuur

De oogbewegingsregistratieapparatuur (Debic-80), gebaseerd op de "pupil-midden-cornea-reflexiemethode" (De Graef, Van Rensbergen en d'Ydewalle 1985), biedt een nagenoeg continue registratie van waar iemand naar kijkt. De proefpersoon zit in een stoel op ongeveer 180 cm van het televisiescherm en beschikt, in vergelijking met andere systemen, over een betrekkelijk grote bewegingsvrijheid. De data worden verzameld op een "on line" geschakelde PDP-11/40 computer. Een datareductieprogramma berekent voor elke proefpersoon en voor elke ondertitel de proportie tijd besteed aan die ondertitel, de proportie tijd besteed aan het beeld en de latentietijd tussen het verschijnen van de ondertitel en de eerste meting in de ondertitel. Verder wordt per proefpersoon ook het aantal "missing values" berekend, het aantal keer dat de computer geen meting registreert, bijvoorbeeld omdat de proefpersoon de ogen sluit of buiten het scherm kijkt. De verdere analyses gebeurden aan de hand van een SAS-pakket op de hoofdcomputer van de universiteit. Voor elke proefpersoon beschikken we ook over een video-opname van de oogbewegingen.

Resultaten

Verklaarde variantie

Net zoals in het onderzoek van d'Ydewalle, Van Rensbergen en Pollet (1987), werd elke ondertitel gescoord op een aantal categorieën.

Die scores werden gebruikt als predictoren in een regressie-analyse die op elke proefpersoon afzonderlijk werd uitgevoerd. De afhankelijke variabele was de absolute tijd die gepend werd aan de ondertitel. Er waren drie sets predictoren. De eerste omvat een aantal karakteristieken van de woorden in de ondertitel. De drie "woordkarakteristieken" waren het aantal woorden, het aantal lettergrepen en het aantal eigennamen in de ondertitel. De tweede set predictoren, de "oppervlakte-structuur", van de ondertitel, bestond uit het één- of tweeregelig zijn van de ondertitel en de feitelijke aanbiedingstijd als maat voor het aantal karakters. De derde en grootste groep noemden we "episodische karakteristieken" en is onderverdeeld in drie sub-

groepen: de scène-karakteristieken, de "case assignments" en de sprekers. met de scène-karakteristieken wordt voor iedere ondertitel nagegaan of hij al dan niet de eerste is van een nieuwe episode. We telden 21 episodes in het filmfragment. Een episode werd gedefinieerd als een gedeelte van de film die zich op een bepaalde lokatie afspeelde. Verandert de lokatie, dan hebben we een nieuwe episode. Verder werd ook nagegaan of de spreker al dan niet dezelfde was als in de vorige ondertitel. Een tweede subgroep noemden we de "case assignments". Er zijn er vier: een mededeling, een vraag, een vraag plus antwoord en een mededeling plus vraag. In de derde subgroep van de episodische karakteristieken worden de verschillende sprekers bepaald. Wanneer in één ondertitel twee sprekers aan het woord kwamen, werd enkel de eerste in aanmerking genomen, dit om het aantal predictoren niet node-loos op te drijven. Een te groot aantal predictoren verhoogt immers de kans op singulariteit van de regressie-matrix.

We berekenden dan het percentage verklaarde variantie van de aan de ondertitel gespenseerde tijd in functie van de verschillende predictoren. De correlatie tussen oppervlaktestructuur, woord- en episodische karakteristieken is vrij hoog, zodat ook in het percentage verklaarde variantie een grote overlapping aanwezig zal zijn. Net zoals d'Ydewalle, Van Rensbergen en Pollet (1987) wilden we echter "zuivere metingen" van het percentage verklaarde variantie door de verschillende predictoren bekomen. Daarom werd het percentage variantie te wijten aan de oppervlaktestructuur afgetrokken van het percentage variantie dat te wijten was aan woord- en episodische karakteristieken. Dan werd op het percentage verklaarde varianties een variantie-analyse uitgevoerd met de leeftijdsgroepen ("tussen proefpersonen") en de predictoren ("binnen proefpersonen") als onafhankelijke variabelen.

We stelden een hoofdeffect vast van predictoren ($F = 528.29$, $vg = 2/16$, $p < .001$). De oppervlaktestructuur verklaart 64 % van de totale variantie in de afhankelijke variabele. De episodische karakteristieken verklaarden zeven procent en de woordkarakteristieken nauwelijks twee procent. Er was echter geen hoofdeffect van leeftijdsgroepen, en ook de interactie tussen beide variabelen was niet significant.

Gemiddelde kijktijd in de ondertitel

Om de twintig milliseconden registreert de Debic-80 apparatuur de plaats waar de proefpersoon op dat moment naar kijkt. Het datareductieprogramma berekent per proefpersoon voor elke ondertitel het aantal metingen in de zone van het beeld en de latentietijd. Op basis daarvan wordt ook het aantal ontbrekende waarden per ondertitel berekend. Het is dan eenvoudig om de respectievelijke percentages van deze variabelen ten opzichte van de aanbiedings-tijd van de ondertitel te berekenen.

Een eerste variantie-analyse werd uitgevoerd op de percentages ontbrekende waarden met leeftijdsgroep en één- vs. tweeregelige presentatie als onafhankelijke variabelen. De twee hoofdeffecten waren niet significant, maar de interactie tussen beide wel ($F = 14.09$, $vg = 1/8$, $p < .01$). Bij de jongeren is het percentage "ontbrekende waarden" iets hoger voor de tweeregelige dan voor de éénregelige ondertitels (12.96 % vs. 11.91 %). Bij de oudere proef-

personen is het net omgekeerd (11.38 % vs. 12.93 %). Aangezien de verschillen zeer klein zijn (maar weliswaar significant), zullen ze de verder te bespreken significantie vermoedelijk niet beïnvloeden. Over alle proefpersonen heen bedraagt het percentage ontbrekende waarden 12.96 %.

Dezelfde variantie-analyse werd uitgevoerd op de tijd die gespendeerd werd aan de ondertitel. Er was een hoofdeffect van de één- of tweeregelige presentatie ($F = 79.66$, $vg = 1/8$, $p < .001$) en een significante interactie tussen het aantal regels en de leeftijdsgroep ($F = 6.65$, $vg = 1/8$, $p < .05$). Over de leeftijdsgroepen heen besteedt men procentueel meer tijd aan het lezen van een tweeregelige dan aan een éénregelige ondertitel (41.55 % vs. 29.41 %). Dit verschil is consistent met de bevindingen van d'Ydewalle, Muylle en Van Rensbergen (1985) en d'Ydewalle, Van Rensbergen en Pollet (1987). Het verschil is echter kleiner in de ouderengroep (38.94 % vs. 30.30 %) dan in de jongerengroep (44.17 % vs. 28.52 %). Op een aantal mogelijke verklaringen voor deze bevindingen komen we terug in de bespreking van het experiment. Ter controle hebben we nog een identieke variantie-analyse uitgevoerd op de procentuele tijd die per ondertitel besteed wordt aan het kijken naar het beeld. Aangezien de verschillen in de ontbrekende waarden zo klein zijn, zijn deze resultaten bijna complementair aan degene die we bekwamen bij de analyse van de tijd besteed aan de ondertitel. We bespreken ze dan ook hier niet. Dezelfde analyse werd tenslotte uitgevoerd met de latentietijd als afhankelijkke variabele. Noch de hoofdeffecten, noch de interactie zijn significant. Toch zouden de gemiddelde latenties interessant kunnen zijn voor de interpretatie. Daarom werden ze uitgeschreven in Tabel 1.

Tabel 1: Gemiddelde latentietijd in milliseconden voor één- vs. tweeregelige ondertitels en leeftijdsgroepen: Experiment 1.

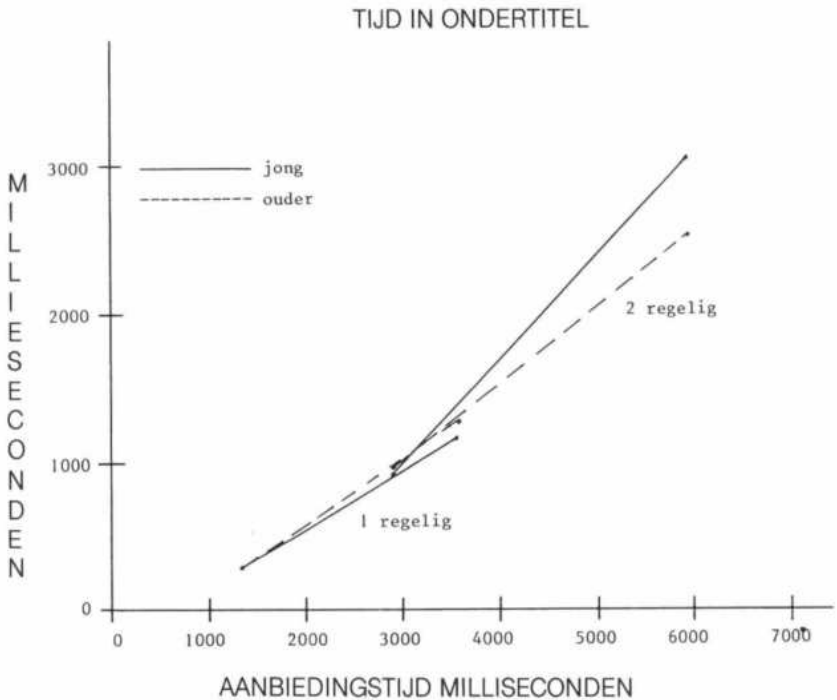
| | 1 regelig | 2 regelig |
|-------|-----------|-----------|
| jong | 201 | 193 |
| ouder | 249 | 256 |

Oudere proefpersonen doen er gemiddeld ongeveer 50 milliseconden langer over om te verspringen van beeld naar ondertitel. Dit verschil is echter niet significant omdat de interindividuele variabiliteit erg groot is. Bij de oudere proefpersonen varieert de gemiddelde latentietijd tussen 94 en 366 milliseconden, bij de jongeren tussen 150 en 261 milliseconden.

Regressie van kijktijd op aanbiddingstijd

De laatste analyse werd uitgevoerd op de reële tijd die door de proefpersoon besteed werd aan de ondertitel. Voor elke proefpersoon en voor één- en tweeregelige ondertitels afzonderlijk werd aan de hand van de hellingscoëfficiënt en het snijpunt de regressierechte van de kijktijd in functie van de aanbiddingstijd bepaald. Voor de twee leeftijdscondities en voor één- en tweeregelige ondertitels werden de gemiddelde hellingscoëfficiënt en intercept berekend. De regressierechten werden uitgetekend in Figuur 1.

Figuur 1.



De regressierechten voor één- en tweeregelige ondertitels overlappen elkaar in zekere mate. Dat zou niet het geval zijn bij een al te strikte toepassing van de zes-seconden- of gelijk welke andere aanbiedingsregel, uitgenomen bijvoorbeeld in een situatie met meerdere sprekers in de ondertitel.

Uiteraard stijgt de tijd die men aan de ondertitel spendeert naarmate de aanbiedingstijd stijgt. Hoe langer de ondertitel is, hoe meer tijd de ondertitel gepresenteerd wordt, en hoe meer tijd men heeft om hem te lezen. Intercept en hellingscoëfficiënt verschillen niet tussen de twee leeftijdsgroepen, maar wel naargelang het aantal regels (intercept: $F = 13.81$, $vg = 1/8$, $p < .01$; hellingscoëfficiënt: $F = 27.22$, $vg = 1/8$, $p < .001$). Voor de hellingscoëfficiënt was ook de interactie tussen de leeftijdsgroepen en het aantal regels significant (intercept: $F = 4.40$, $vg = 1/8$, $p < .07$, hellingscoëfficiënt $F = 10.38$, $vg = 1/8$, $p < .01$). Bij de tweeregelige ondertitels is de hellingscoëfficiënt bij de jongeren (.702) veel groter dan bij de ouderen (.519); bij éénregelige ondertitels is er een kleiner en omgekeerd verschil tussen beide groepen (.398 vs. .447). Jongeren kijken dus bij tweeregelige ondertitels méér naar de ondertitel dan de ouderen, en dat verschil wordt groter naarmate de ondertitel langer wordt (en dus langer blijft staan).

Bespreking

We willen een aantal verklaringen voorstellen voor de gevonden resultaten. Een eerste hypothese is de volgende. Bij een normale presentatieregels is het lezen van ondertitels grotendeels geautomatiseerd (d'Ydewalle, Van Rensbergen en Pollet 1987). Men zou er zelfs niet aan kunnen ontsnappen. Nemen we dan aan dat jongeren sneller lezen dan ouderen en dus vroeger klaar zijn. In dat geval zouden ze het misschien niet kunnen laten om opnieuw te beginnen lezen, en zouden ze daarom langer in de ondertitel blijven dan de ouderen, die aan de beschikbare tijd niet genoeg zouden hebben om de ondertitel één keer te lezen.

Een andere verklaring heeft eerder te maken met de verwerkingscapaciteit. Televisiekijken veronderstelt een constante integratie van informatie uit verschillende bronnen: beeld, geluid en (in ons geval ook) tekst. Zowel het registreren van die parallelle informatie-stromen als het integreren ervan vergt een deel van de totale aanwezige verwerkingscapaciteit van het individu. Laten we verder aannemen dat ouder worden inderdaad gepaard gaat met een vermindering van de totale beschikbare verwerkingscapaciteit, om welke reden dan ook. Het zou dan mogelijk zijn dat ouderen een onbewuste "strategie" toepassen om dat gebrek aan capaciteit te compenseren. Het is aannemelijk te veronderstellen dat het lezen van de ondertitel op zich meer van die capaciteit vergt dan het kijken naar het beeld. Ouderen zouden daarom eerder geneigd zijn de integratie van het geregistreerde materiaal te doen terwijl ze naar het beeld kijken en niet terwijl ze naar de ondertitel kijken. Ouderen zullen daarom na het lezen van de ondertitel zo snel mogelijk terug naar het beeld gaan, terwijl de jongeren het zich kunnen permitteren te blijven "hangen".

Het feit dat het verschil enkel optreedt bij tweeregelige ondertitels, zou zowel voor de eerste als voor de tweede hypothese te maken hebben met het feit dat voor de éénregelige ondertitels iederéén te weinig tijd heeft (d'Ydewalle, Van Rensbergen en Pollet 1987).

EXPERIMENT 2

De oorzaak van het steeds weer vastgestelde verschil tussen één- en tweeregelige ondertitels (d'Ydewalle, Van Rensbergen en Pollet 1987; en experiment 1 hier) kan misschien iets verder doorgrond worden door de reactie van de kijkers op één- en tweeregelige ondertitels te vergelijken met die op de onnodig tweeregelige ondertitels. Deze bestaan uit twee regels, maar omvatten gemiddeld niet meer karakters (en worden niet langer gepresenteerd!) dan een éénregelige ondertitel. In de studie van Muylaert, Nootens, Poesmans en Pugh (1983) bleken de proefpersonen op de onnodig tweeregelige ondertitels eerder te reageren zoals op tweeregelige ondertitels dan op éénregelige ondertitels. Aan de gewone tweeregelige ondertitels spendeerde men gemiddeld 55,4 %, aan de gewone éénregelige 52,1 % en aan de onnodig tweeregelige 60,1 % van de aanbestedingstijd. Op de onnodig tweeregelige ondertitels wordt dus heel anders gereageerd dan op de éénregelige ondertitels. Blijkbaar is het één- of tweeregelig zijn doorslaggevend voor de tijd die

men aan de ondertitel besteedt, en niet de feitelijke aanbiedingstijd of de lengte. Ook de reactie van de proefpersonen op de ongewoon afgebroken ondertitels is theoretisch interessant. Men kan aannemen dat zo'n splitsing op het einde van de eerste regel hinderlijk is, en de tijd die nodig is om de ondertitel te lezen verlengt. Als men door die splitsing heel sterk gestoord wordt, en men duidelijk meer tijd besteedt aan zulke ondertitels, dan wijst dat erop dat men de ondertitel inderdaad ook *leest*. Als men uit de ondertitel slechts enkele kernwoorden zou oppikken, dan is het weinig waarschijnlijk dat men een verschil tussen beide soorten ondertitels zou terugvinden. Muylaert, Nootens, Poesmans en Pugh (1983) vonden geen significant verschil tussen normale tweeregelige (55,4 %) en ongewoon afgebroken ondertitels (57,1 %).

Design, proefpersonen en apparatuur

De BRT-vertalingsdienst "prepareerde" voor ons een tape waarin van elk van de hoger beschreven types "gemanipuleerde" ondertitels enkele gevallen zijn opgenomen. Het gaat om precies hetzelfde fragment als datgene dat in experiment 1 gebruikt werd. De oorspronkelijke bedoeling was in een "between-subjects design" de reactie van de proefpersonen te vergelijken met de reactie van de proefpersonen die de andere videoband en dus de "antagonisten" van die ondertitels zagen.

Een dergelijke vergelijking bleek echter problemen op te leveren. Van een aantal manipulaties werden niet genoeg gevallen ingevoerd om een degelijke vergelijking te kunnen maken. Een vrij groot aantal gemanipuleerde ondertitels bevatte ook twee manipulaties tegelijkertijd. Daarom werd geopteerd om de reactie van de proefpersonen op de gemanipuleerde ondertitels te vergelijken met die op de normale één- en tweeregelige ondertitels van dezelfde tape. We besloten ook slechts twee van de ingevoerde manipulaties in de vergelijking op te nemen, nl. de ongewoon afgebroken ondertitels (7 gevallen) en de onnodig tweeregelige ondertitels (16 gevallen).

Zes proefpersonen namen deel aan het experiment, drie jongeren ($\bar{X} = 19$ jaar oud) en drie ouderen ($\bar{X} = 58$ jaar oud). De apparatuur en de procedure waren identiek aan die in experiment 1.

De correlatie tussen de reële aanbiedingstijd en de hypothetische aanbiedingstijd, die men zou bekomen bij een perfecte toepassing van de zes-seconden-regel, werd berekend voor elk type ondertitel. Die correlatie bedroeg .90 voor de gewone éénregelige, .92 voor de gewone tweeregelige, .88 voor de ongewoon afgebroken en .91 voor de onnodig tweeregelige ondertitels. Gewone éénregelige ondertitels waren gemiddeld 96 milliseconden langer dan volgens de zes-seconden-regel verwacht mocht worden. Gewone tweeregelige ondertitels waren 12 milliseconden langer. Onnodig tweeregelige ondertitels waren 129 milliseconden langer en de ongewoon afgebroken ondertitels 396 milliseconden korter dan volgens een perfecte toepassing van de aanbiedingsregel verwacht mocht worden.

RESULTATEN

In tegenstelling tot experiment 1 stellen we bij deze steekproef wel een hoofdeffect van de leeftijdsgroep vast: de ouderen kijken significant meer naar de ondertitel dan de jongeren (50.70 % vs. 29.82 % ; $F = 13.75$, $vg = 1/4$, $p < .03$). Er is ook een hoofdeffect van het type ondertitel ($F = 33.81$, $vg = 3/12$, $p < .0001$). De interactie tussen beide is echter niet significant.

A posteriori Scheffétoetsen wezen uit dat de éénregelige en de onnodig tweeregelige ondertitels binnen hetzelfde 95 % betrouwbaarheidsinterval vallen, dus niet significant van elkaar verschillen. Dit duo verschilt wel van de gewone tweeregelige ondertitels, die op hun beurt weer significant minder bekeken worden dan de ongewoon afgebroken tweeregelige ondertitels. Dit laatste verschil is enkel markant bij de oudere personen; toch is de interactie tussen leeftijd en type ondertitel niet significant. Opvallend is het kleiner verschil tussen de gewone één- en tweeregelige ondertitels bij de oudere groep (51.67 % vs. 43.36 %) dan bij de jongere groep (35.24 % vs. 20.09 %), zoals ook vastgesteld in experiment 1.

Dezelfde analyses werden ook uitgevoerd met het percentage tijd in het beeld, het percentage ontbrekende waarden en de latentietijd als afhankelijke variabelen. Wat de ontbrekende waarden betreft waren er noch hoofdeffekten, noch een significante interactie. De verschillen tussen de gemiddelde percentages waren trouwens verwaarloosbaar klein. Het resultaat van de analyse met de tijd die men spendeert aan het beeld als afhankelijke variabele is daardoor, net als in experiment 1, nagenoeg complementair aan de eerste analyse. De analyse met de latentietijd leverde ook geen significante verschillen op. De interactie tussen leeftijdsgroepen en type ondertitel was echter marginaal significant ($F = 2.52$, $vg = 3/12$, $p < .11$). De gemiddelden worden daarom weergegeven in Tabel 2. Deze gegevens laten, ondanks de afwezigheid van soliede statistische verschillen, toch een opmerkelijk beeld zien. Het blijkt dat jongeren wél en ouderen niet beïnvloed worden door het type van ondertitel. Dat is een interessante bevinding, omdat per definitie de latentietijd het lezen van de ondertitel voorafgaat. De jongeren zijn dus in staat om perifeer, vóór het eigenlijke lezen, een onderscheid te maken tussen de verschillende types. Bij de ouderen is dat blijkbaar niet het geval. Opvallend is ook dat in dit experiment de latentietijd bij de ouderen kleiner is dan bij de jongeren, in tegenstelling tot experiment 1.

Tabel 2: Gemiddelde latentietijd in milliseconden voor leeftijdsgroepen en type ondertitel: Experiment 2.

| | gewoon eenregelig | gewoon tweeregelig | ongewoon afgebroken | onnodig tweeregelig |
|---|----------------------|-----------------------|------------------------|------------------------|
| J | 263 | 576 | 665 | 308 |
| O | 240 | 209 | 205 | 204 |

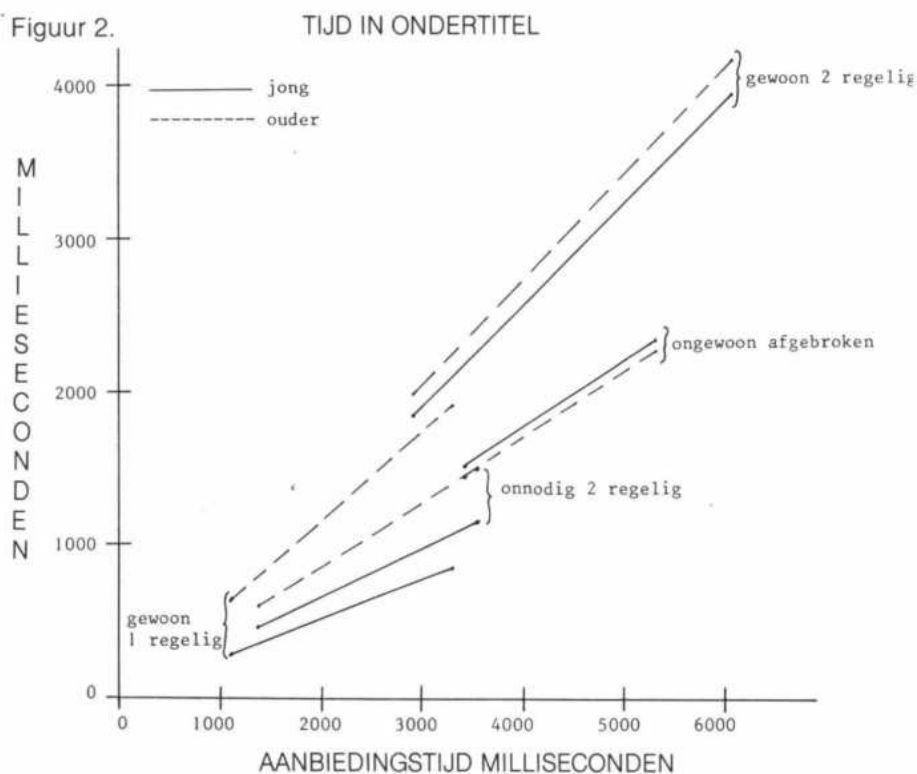
We gingen ook na in welke mate de verschillen in absolute tijd besteed aan de

ondertitels verklaard werden door een aantal predictoren. De set predictoren was identiek aan die in experiment 1. Over alle proefpersonen heen vinden we ongeveer dezelfde verdeling over de drie groepen van predictoren terug als in experiment 1. Er is echter een significant effect van de leeftijdsgroepen ($F = 58.61$, $vg = 1/4$, $p < .05$), naast een hoofdeffect van de predictoren ($F = 368.33$, $vg = 2/8$, $p < .01$). De interactie is niet significant. De gemiddelde verklaarde variantie over leeftijdsgroepen en predictoren kan men aflezen uit Tabel 3. Bij de oudere proefpersonen wordt een groter deel van de totale variantie verklaard door de predictoren, wat wellicht verklaard wordt door het feit dat zij ook langer (en dus systematischer) naar de ondertitels kijken. De opdeling van de verklaarde variantie over de predictoren loopt parallel met de resultaten van experiment 1.

Tabel 3: Percentages verklaarde variantie over leeftijdsgroepen en predictoren: Experiment 2.

| | j | o | 3 |
|-------------|----|----|----|
| woord | 2 | 4 | 3 |
| oppervlakte | 58 | 63 | 61 |
| episodisch | 5 | 9 | 7 |
| | 65 | 76 | |

Figuur 2.



Zoals in experiment 1 werd een analyse uitgevoerd op de reële tijd die door de proefpersoon besteed werd aan de ondertitel. De hellingscoëfficiënt en het snijpunt werden per proefpersoon en per type van ondertitel berekend. Uit de analyses blijken geen significante verschillen. In figuur 2 tekenen wij de regressierechten, in functie van de leeftijdsgroepen en type van ondertitel.

Opvallend hierbij is dat de regressierechten van de onnodig tweeregelige en ongewoon afgebroken ondertitels eerder vergelijkbaar zijn met de éénregelige dan met de gewoon tweeregelige ondertitels, wat scherp in tegenstelling is met de gegevens van Muylaert, Nootens, Poesmans en Pugh (1983).

Bespreking

Het grote verschil tussen de leeftijdsgroepen is zeker niet te wijten aan de aanwezigheid van de gemanipuleerde ondertitels alleen. Ook bij de normale ondertitels zijn de verschillen zeer groot. Dit is in zekere zin een "vervelend" resultaat, vermits in experiment 1 geen absoluut verschil tussen de leeftijdsgroepen teruggevonden werd. Daar was er wel een interactie tussen de twee experimentele variabelen, die hier niet significant is, hoewel de verschillen in percentages tussen de condities ongeveer even groot zijn als in experiment 1. In de beide experimenten is het verschil tussen één- en tweeregelige ondertitels ongeveer dubbel zo groot in de jongere groep dan bij de ouderen. De resultaten van de vergelijking tussen de types van ondertitels staan diametraal tegenover de bevindingen van Muylaert, Nootens, Poesmans en Pugh (1983). De onnodig tweeregelige ondertitels sluiten duidelijk aan bij de éénregelige en niet bij de tweeregelige ondertitels. Dat wijst erop dat het verschil in tijd besteed aan één- en tweeregelige ondertitels eerder te maken zal hebben met de lengte en/of de aanbestedingstijd dan met het één- of tweeregelig zijn van de ondertitel. Met andere woorden: dat men bij het lezen van een tweeregelige ondertitel moet verspringen van het einde van de eerste naar het begin van de tweede regel, heeft blijkbaar weinig of geen invloed op de tijd die men aan de ondertitel besteedt. Wanneer de eerste regel eindigt op een gesplitst woord is het effect op de leestijd dramatisch groot: men bekomt dan gegevens die in termen van procentuele kijktijd in de ondertitel vergelijkbaar zijn met de éénregelige ondertitels (en dit zowel bij de oudere als bij de jongere groep proefpersonen). Reeds vroeger wezen wij erop (d'Ydewalle, Van Rensbergen en Pollet 1987) dat de "zes-seconden-regel" bij éénregelige ondertitels, relatief in vergelijking met de (normaal) tweeregelige ondertitels, duidelijk als een te korte presentatietijd door de proefpersonen wordt ervaren. Ook hier blijkt dat bij ongewone afsplitsing van de eerste regel van een tweeregelige ondertitel "iets" gebeurt waardoor de proefpersonen een kijkgedrag vertonen zoals bij het kijkgedrag van éénregelige ondertitels. Wij leiden hieruit af dat de kortere kijktijd bij afgebroken tweeregelige ondertitels een uiting is van moeilijkheden die de proefpersonen ondervinden om de gegeven presentatietijd van de ondertitel efficiënt te gebruiken.

Wij moeten echter hoedanook voorzichtig zijn met de interpretatie van de gegevens bij onnodig en ongewoon afgebroken tweeregels, aangezien onze gegevens niet in overeenstemming zijn met de bevindingen van Muylaert, Noot-

ens, Poesmans en Pugh (1983). Wat wij wél wensen te benadrukken, is dat het onderzoek in de toekomst zich duidelijk moet toespitsen op een éénduidige interpretatie van de bekomen verschillen in kijktijd tussen één- en tweeregelige ondertitels. Alleen een dergelijke systematische poging zal ons toelaten een juiste kijk te hebben op de mentale processen betrokken bij het lezen van de ondertitels: onze bevindingen en die van anderen zullen slechts exhaustief begrepen worden na een chronometrische analyse van het leesgedrag bij deze twee types van ondertitels.

Slotbeschouwingen

De belangrijkste bevinding uit deze twee experimenten is dat zelfs in een habituele en niet-prestatietaak verschillen tussen een groep jonge en een groep oudere volwassenen gevonden worden. Het lijkt alsof de ouderen toch meer moeite hebben met het lezen van de ondertitels dan de jongeren. Het is echter niet zo duidelijk wat daarvan de oorzaak is.

Het is zelfs niet zeker of men de vastgestelde verschillen tussen beide leeftijdsgroepen als een deficit mag interpreteren. Het gaat immers niet om een prestatietaak en er is ook geen duidelijke norm voor "goed" of "slecht" kijken. Er is zelfs geen expliciete opdracht. De proefpersonen werd gewoon gevraagd het programma te volgen. Om het programma goed te volgen, zijn er verschillende adequate strategieën mogelijk. Mensen zullen immers verschillen in de mate waarin ze informatie kunnen distilleren uit het beeld "an sich". Mensen verschillen in hun interesse voor het programma, in leesvaardigheid, in lees-training.

Al die factoren bepalen mee welke strategie iemand bewust of onbewust kiest bij het bekijken van een televisieprogramma. De gevonden leeftijdsverschillen zouden even goed artefacten kunnen zijn van verschillen in één van de juist genoemde factoren, een gevaar dat eigen is aan alle cross-sectionele studies, waar leeftijdsverschillen altijd verward kunnen worden met coherente verschillen.

Rabbitt (1981) signaleert nog een ander probleem. Bij dergelijke experimenten waarin een jongere en een oudere groep met elkaar vergeleken worden, gaat men er impliciet van uit dat beide steekproeven homogeen of heterogeen zijn. Nu, dat is uiteraard niet het geval. De jongere groep wordt meestal, ook bij ons, gerekruteerd uit een selecte groep, de universiteitsstudenten. De oudere groep is veel heterogener wat opleidingsniveau en beroepservaring betreft. Elke interpretatie van om het even welke taak moet daar volgens Rabbitt rekening mee houden.

Zonder andere verklaringen uit te sluiten, lijken de resultaten wel te passen in het algemeen conceptueel kader dat door Craik en Rabinowitz (1984) verdedigt wordt. Zelfs bij een overleerde en ontspannen "taak" als televisie kijken worden verschillen tussen de leeftijdsgroepen vastgesteld. Hoe bescheiden die verschillen ook zijn, men kan ze moeilijk nog ontkennen. Of het zuivere leeftijdsverschillen zijn, blijft daarbij echter een open vraag.

LITERATUURLIJST

- Baddeley, A.D. (1976), *The psychology of memory*. New York, Harper en Row.
- Baddeley, A.D., Hitch, G.J. (1974), Working memory, pp. 47-89 in Bower, G.H., (Ed.), *The psychology of learning and motivation*. Vol. VIII, New York, Academic Press.
- Beres, C.A. en Baron, A. (1981), Improved digit substitution by older women as a result of extended practice, *Journal of Gerontology*, 36: 591-597.
- BRT Studiedienst (1984), *Resultaten van het kijkonderzoek bij 55-jarigen en ouder: week van 12 tot 18 maart 1984*. BRT, intern rapport, Studiedienst, 02-08-1984.
- Charness, N. (1982), Problem solving and aging: evidence from semantically rich domains, *Canadian Journal of Aging*, 1: 21-28.
- Cohen, G. en Faulkner, D. (1983), Age differences in performance on two information processing tasks: strategy selection and processing efficiency, *Journal of Gerontology*, 38: 447-454.
- Comstock, G., Chaffee, S., Katzman, N., McCombs, M. en Roberts, D. (1978), *Television and human behavior*. New York, Columbia University Press.
- Corso, J.F. (1981), *Aging sensory systems and perception*. New York, Praeger.
- Craik, F.I.M. en Rabinowitz, J.C. (1984), Age differences in the use and acquisition of verbal information: a tutorial review, pp. 471-499 in Bouma, H. en Bouwhuis, D.G., (Eds.), *Attention and performance*, vol. X: *Control of language processes*, London, Lawrence Erlbaum.
- Craik, F.I.M. en Simon, E. (1980), Age differences in memory: the roles of attention and depth of processing, pp. 95-112 in Poon, L.W., Fozard, J.L., Cermak, L.S., Arenberg, D., en Thompson, L.W., (Eds.), *New directions in memory and aging*, Hillsdale, N.J., Lawrence Erlbaum.
- De Graef, P., Van Rensbergen, J. en d'Ydewalle G. (1985), *User's manual for the Leuven Eye Movement Registration System* (Psych. Rep. No. 52). Leuven, Katholieke Universiteit Leuven, Laboratory of Experimental Psychology.
- d'Ydewalle, G., Muylle, P. en Van Rensbergen, J. (1985), Attention shifts in a partially redundant information situation, pp. 375-384 in Groner, R., McConkie G.W. en Menz, C. (Eds.), *Eye movements and human information processing*, Amsterdam, North-Holland.
- d'Ydewalle, G., Van Rensbergen, J. en Pollet, J. (1987), Reading a message when the same message is available auditorily in another language: the case of subtitling, pp. 313-321 in O'Regan, J.K. en Lévy-Schoen, A., (Eds.), *Eye movements: from physiology to cognition*. Amsterdam, North-Holland.
- Hasher, L. en Zacks, R.T. (1979), Automatic and effortful processing in memory, *Journal of Experimental Psychology: General*, 108, 356-388.
- Hertzog, C.K., Williams, M.V. en Walsh, D.A. (1976), The effects of practice on age differences in central perceptual processing, *Journal of Gerontology*, 31: 428-433.
- Jonides, J. (1981), Voluntary versus automatic control over the mind's eye's movement, pp. 187-203 in Long, J. en Baddeley, A. (Eds.), *Attention and Performance vol. IX*. Hillsdale, N.J., Lawrence Erlbaum.
- Kubey, R.W. (1980), Television and aging: past, present and future, *The Gerontologist*, 20: 16-35.
- Muylaert, W., Nootens, J., Poesmans, D. en Pugh, A.K. (1983), Design and utilization of subtitles on foreign language television programmes, pp. 201-213 in Nelde, P.H. (Ed.), *Theorie, Methoden und Modelle der Kontaktlinguistik*. Bonn, Dummler.
- Nissen, M.J. en Corkin, S. (1985), Effectiveness of attentional cueing in older and younger adults, *Journal of Gerontology*, 40: 185-191.
- Rabbitt, P. (1979), Some experiments and a model for changes in attentional selectivity with old age, pp. 82-94 in Hoffmeister, F. en Müller, C. (Eds.), *Brain function in old age: evaluation of changes and disorders*. Berlin, Springer.
- Rabbitt, P. (1981), Cognitive psychology needs models for change in performance with old age, pp. 555-573 in Long, J. en Baddeley A., (Eds.), *Attention and Performance vol. IX*. Hillsdale N.J., Lawrence Erlbaum.
- Salthouse, T.A. (1980), Age and memory: strategies for localizing the loss, pp. 47-65 in Poon, L.W., Fozard, J.L., Cermak, L.S., Arenberg, D. en Thompson L.W., (Eds.), *New directions in memory and aging*, Hillsdale N.J., Lawrence Erlbaum.

- Salthouse, T.A. en Somberg, B.L. (1982), Skilled performance : effects of adult age and experience on elementary processes, *Journal of Experimental Psychology: General*, 111: 176-207.
- Schneider, W., Dumais, S.T. en Shiffrin, R.M. (1984), Automatic and controlled processing and attention, pp. 1-28 in Parasuraman, R. en Davis, R., (Eds.), *Varieties of attention*. New York, Academic Press.
- Shiffrin, R.M. en Schneider, W. (1977), Controlled and automatic human information processing: II. Perceptual learning, automatic attending, and a general theory, *Psychological Review*, 84: 127-190.
- Spillich, G.J. (1983), Life span components of text processing: structural and procedural differences, *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 22: 231-244.
- Walsh, D.A. (1975), Age differences in learning and memory, pp. 125-151 in Woodruff, D.S. en Birren, J.E. (Eds.), *Aging: scientific perspectives and social issues*. New York, Van Nostrand.
- Warlop, L., Van Rensbergen, J. en d'Ydewalle, G. (1986), *Ondertiteling op de BRT* (Psych. Rep. No. 55). Leuven, Katholieke Universiteit Leuven, Laboratory of Experimental Psychology.
- Waugh, N.C. en Barr, R. (1980), Memory and mental tempo, pp. 251-260 in Poon, L.W., Fozard, J.L., Cermak, L.S., Arenberg, D. en Thompson L.W. (Eds.), *New directions in memory and aging*. Hillsdale, N.J., Lawrence Erlbaum.
- Wright, R.E. (1981), Aging, divided attention and processing capacity, *Journal of Gerontology*, 36: 605-614.

Film en televisie in een veranderend audiovisueel tijdperk. Referaten Elfde Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap. 120 blz., 400 fr.

Centrum voor Communicatiewetenschap
E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven

feiten
en
meningen
uit
de
media-
wereld

JAN DRIJVERS
EN
WIM VAN DER BIESEN

De samenstelling van de VLAAMSE MEDIARAAD (wiens oprichting reeds dateert van 2 mei 1985) werd op 1 april 1987 bekend gemaakt door de Vlaamse executieve. Deze raad, die advies zal moeten uitbrengen over alle aangelegenheden die het mediabeleid betreffen, bestaat uit een voorzitter (prof. G. Fauconnier), een algemene vergadering (36 leden) en een comité van experts (9 leden). Bij de samenstelling werd — typisch Belgisch — zorgvuldig rekening gehouden met alle kleuren van de politieke, ideologische en corporatieve regenboog. Op 5 mei 1987 werd de Vlaamse Mediaraad door Minister van Cultuur Patrick Dewael plechtig geïnstalleerd op het Kasteel van Ham te Steenokkerzeel. De nieuwe raad kreeg als eerste opdracht een advies te formuleren over de (belangrijke) uitvoeringsbesluiten van het Kabeldecreet.

*

In mei 1987 werd JOS OP DE BEECK, de vroegere directeur van de BRT-radio benoemd tot REGERINGSCOMMISSARIS bij diezelfde BRT. Hij volgt Jan Kerremans op, de kabinetschef van minister Dewael, die zijn ontslag had gevraagd.

*

In de Franstalige Belgische dagbladers grijpt het concentratieproces steeds verder om zich heen. LE RAPPEL, het 87 jaar oude christelijke blad voor Charleroi en omstreken, werd samen met haar nevenuitgave op bekenenis FAILLIET verklaard op 2 juni 1987. Het nauwelijks vier maanden oude herstructureringsplan had dus niet mogen baten. Sinds 2 februari 1987 verschenen beide kranten op tabloïdformaat en werkten redactioneel samen met het Brusselse blad La Cité, waarvan zowel het algemeen nieuws als de binnenlandse en buitenlandse politiek werden overgenomen. De kranten werden ook op dezelfde persen als La Cité gedrukt. Er volgden ook heel wat afvloeiingen, zodat men op het

ogenblik van het faillissement nog met 8 journalisten en 12 bedienden werkte. De oplagen waren geslonken tot 11.000 exemplaren voor Le Rappel en 3.500 voor L'Echo du Centre. Na een week niet verschenen te zijn en na drukke onderhandelingen met de curatoren werd Le Rappel uiteindelijk (voor 7 miljoen BF) overgenomen door de N.V. Vers l'Avenir, de grootste en florissantste Waalse regionale krant. Het wordt nu de regionale editie van VERS L'AVENIR voor de streek van Charleroi (Vers l'Avenir bezit nu vijf titels en acht verschillende edities!). L'Echo du Centre werd samen met twee (!) personeelsleden overgenomen door de Nord Eclair, de Belgische editie van de gelijknamige Rijsselse krant, die het eigendom is van ... Robert Hersant. Het is duidelijk dat een en ander de verscheidenheid van de geschreven pers vermindert en het monopolie van de sterke (en rijke) persgroepen vergroot.

*

In de nacht van 12 juni 1987 heeft de FRANSTALIGE GEMEENSCHAPSRAAD de tekst goedgekeurd van een 'DECREET OVER DE AUDIOVISUELE SECTOR'. Dit decreet is ruimer van opzet dan het Vlaamse kabeldecreet, daar het ook handelt over de radio-omroep en de distributie via andere middelen dan de kabel. Het decreet heeft tot doel een voorlopig/wettelijk raamwerk uit te tekenen voor het audiovisuele landschap van de Franstalige gemeenschap.

*

Terwijl de Vlaamse commerciële tv nog maar pas vorm begint te krijgen, steekt de internationale concurrentie al met meer en meer aandrang de neus aan het venster. De commerciële satellietzender SKY CHANNEL — eigendom van de Australisch-Britse media'tycoon' Murdoch — die al langer op het Waalse kabelnet wordt ingeprikt, is vanaf april nu ook in een deel van het

Brusselse gewest te bekijken. SUPERCHANNEL, het satellietinitiatief van o.a. ITV, volgde in juni. Beide zenders kregen geen expliciete toestemming om hun gang te gaan op de Brusselse kabel, maar plots bleek dat er geen wet was die het hen kon verbieden. Bij de Vlaamse overheid vingen de twee Channels tot nu toe nog bot, al zal het veel vindingrijkheid vergen om, nu de uitvoeringsbesluiten van het kabeldecreet zijn verschenen, de boot te blijven afhouden.

*

Op 15 juni 1987 werd de PRIJS van de DAGBLADEN, naar jaarlijkse gewoonte, met 1 BF verhoogd. Sindsdien betaalt men de ronde som van 20 BF. Ter vergelijking: in 1979 kostte een krant juist de helft!

*

Op 19 juni 1987 OVERLEED te Brussel op 77-jarige leeftijd Marie-Thérèse ROSSEL, die bijna vijftig jaar aan het hoofd stond van de Brusselse krant "Le Soir". Zij was de kleindochter van Emile Rossel, die in 1887 Le Soir had gesticht. Mevrouw Rossel was hoofdaandeelhouder en voorzitter van de Raad van Bestuur van het "Rossel-imperium", dat naast de krantengroep, o.a. ook een reclamebureau en een reisbureau omvat. Gedurende vele jaren bepaalde zij derhalve het beleid van de krant en van de ganse onderneming. Marie-Thérèse Rossel heeft ook steeds geijverd voor een pluralistische berichtgeving in "haar" krant.

*

Tijdens de maand juli 1987 weigerden de journalisten van het liberale Brusselse blad "LA DERNIERE HEURE" gedurende een tiental dagen hun naam onder hun artikels te plaatsen. Zij protesteerden hiermee tegen de benoeming van Pol Vandromme als editoriaalist. Vandromme verzorgde lange jaren

de politieke commentaren in het katholieke blad "Le Rappel". Men was dan ook van mening dat "het journalistieke verleden van Pol Vandromme flagrant in tegenspraak was met de ideeën die door de krant reeds sinds de oprichting worden verdedigd". De redacteurs beëindigden hun ACTIE tegen de benoeming van Vandromme pas nadat de onafhankelijkheid van de redactie van "La Dernière Heure" door de raad van bestuur werd gewaarborgd.

*

Op 6 mei 1987 legde de Franse socialistische krant LE MATIN de boeken neer. De oplage ging de laatste jaren stelselmatig de dieperik in — in mei was de oplage gezakt tot 80.000 exemplaren — en de verliezen stapelden zich op. Toen de raad van bestuur geen overnemers vond, kreeg een groep journalisten en medewerkers de toestemming een laatste reddingspoging te ondernemen. Begin augustus waren de 10 miljoen Franse frank die deze "groep van 10" zich tot doel had gesteld, nog steeds niet bij elkaar gebracht....

*

In uitvoering van de wet van 6 februari 1987 betreffende de radiodistributie- en teledistributienetten en betreffende de handelspubliciteit op radio en televisie, besliste de nationale regering op 5 juni 1987 dat de commerciële zender TVI, de groep van RTL en AUDIOPRESSE (met daarin de meeste Franstalige dagbladen) OMROEPRECLAME mag uitzenden voor het gehele Franstalige landsdeel. Daardoor is het de RTBF niet toegestaan commerciële reclamespots uit te zenden. In een K.B. (3 augustus, B.S. 20/8/87) werden ook de voorwaarden vastgelegd, waaraan de omroepreclame op radio en tv moet voldoen: de reclamespotjes dienen te worden gegroepeerd in tijdsblokken. De totale duur mag een jaarlijks gemiddelde van 12 minuten per uur zendtijd en een maximum van 6 min. per tijds-

blok niet overschrijden. Tegelijk verscheen een K.B. tot regeling van de samenstelling en de werkwijze van de Raad voor handelspubliciteit op radio en televisie, die op de naleving van de wetgeving terzake zal moeten toezien.

*

Volgens gegevens van de Dienst KIJKEN LUISTERGELD waren er in België begin 1987 nog 247.703 gezinnen die alleen voor een huisradio betalen (en dus zeggen dat ze geen televisietoestel bezitten). Anderzijds zouden er nog 5.300.000 Belgen zijn die alleen zwart-wit kijken, terwijl er 370 auto's rondrijden met een ingebouwd tv-toestel. Het klinkt erg ongeloofwaardig dat er nog 700.000 Belgen zijn die alléén tv-tax betalen en dus blijkbaar geen enkel radio-toestel in hun woning zouden hebben. Dit laatste heeft de Staatssecretaris van P.T.T. Mevr. D'Hondt ertoe aangezet het luistergeld voor een huisradio af te schaffen, en het betreffende bedrag bij het kijkgeld te voegen. Dit betekent een gevoelige werkverlichting voor de dienst (2,6 miljoen minder inschrijvingen), en derhalve heel wat meer tijd voor het opsporen van zwartkijkers. Deze laatsten kunnen zich tot 1 november 1987 in regel stellen; daarna worden de controles verstrengd en de boetes fors verhoogd. Van de amnestieperiode verwacht de staatssecretaris een extra opbrengst van 600 miljoen BF.

*

De PRIVATISERING VAN TF 1, Frankrijks grootste tv-zender, is een feit. "Betonkoning" FRANCIS BOUYGUES beslechtte in april 1987 de strijd om TF 1 in zijn voordeel. De groep rond Bouygues, zelf eigenaar van een grote aannemersmaatschappij, die verder ook de Britse persmagnaat Maxwell, les Editions mondiales, enkele kleinere uitgeverijen en een paar banken omvat, haalde het op de multimediaricus Hachette. Hachette was als grootste kanshebber getipt, maar de Franse Commissie voor

de Communicatie (CNCL), die de knoop moest doorhakken, gaf de voorkeur aan de garanties die Bouygues bood inzake het aandeel van Franse producties in en de samenstelling van het totale programmapakket. Hachette was overigens de enige andere kandidaat; er moest drie miljard Franse frank worden neergeteld voor TF 1, en daarvoor kreeg de koper slechts een zendvergunning voor 10 jaar, wat Bouygues zelf de overname als een riskante operatie deed omschrijven. Bouygues kwam intussen samen met de CNCL, die hem op de PDG-stoel van TF 1 bracht, al in een kwaad daglicht te staan met de AFFAIRE POLAC. Polac, die elke zaterdagavond enkele miljoenen kijkers voor de buis gekluisterd hield met zijn beeldenstormersprogramma "droit de réponse", werd door Bouygues — op aanstoten van de CNCL — bij TF 1 aan de deur gezet na twee uitzendingen waarin hij eerst zijn broodheer en daarna de CNCL op een weinig vleierende manier ter sprake bracht.

*

De START van R.T.L. - T.V.I., de commerciële zender voor de Franstalige gemeenschap, is niet erg vlekkeloos verlopen. Na een gestoorde transmissie van haar eerste uitzendingen op 12 september 1987, te wijten aan een technische panne bij de R.T.T., stuit de zender nu ook op wettelijke problemen. De verspreiding van haar programma's via de Vlaamse kabel wordt door de oppositiepartijen in de Vlaamse Raad als een inbreuk gezien op het kabeldecreet én als een discriminatie voor andere commerciële zenders die nog geen toegang kregen tot de Vlaamse kabelnetten. Daarnaast hebben ook de verbruikersverenigingen klacht neergelegd, omdat volgens hen R.T.L. de nationale wetgeving op de omroepreclame met de voeten treedt, door haar programma's telkens op het uur te onderbreken voor korte nieuwsflashes, omgeven door re-claims pots.

*

Op 24 augustus 1987 werd radiojournalist DANIEL BUYLE op voorstel van administrateur-generaal Cas Goossens door de raad van bestuur van de BRT ontslagen. Buyle was al sinds 19 mei geschorst "wegens overtreding van de voorschriften inzake vorm en inhoud van het radiojournaal." De zaak verwekte heel wat beroering, ook en vooral omdat de afhandeling ervan zo in de openbaarheid verliep. De directe aanleiding tot de schorsing en later dus ook het ontslag vormden enkele journaalen die te lang uitliepen, het feit dat Buyle wat te ver in het vaarwater van zijn collega's van Aktueel verzeilde, en twee montages die in bepaalde kringen in het verkeerde keelgat schoten. Volgens de BRT-directie waren dit echter de druppels die de emmer deden overlopen; er zouden al sedert '79 problemen zijn gerezen tussen Buyle en zijn oversten m.b.t. de werkafspraken, wat de "onzeggelijke" man al verscheidene waarschuwingen en sancties had opgeleverd. Spoedig bleek dat niet iedereen het zo had begrepen. Buyle zelf stapte naar de rechtbank — vruchteloos, zoals later zou blijken — om in kort geding de schorsing ongedaan te laten maken, terwijl een deel van zijn collega's d.m.v. prikacties hun ongenoegen kenbaar maakten. Voor dat deel van de buitenwacht dat zich achter Buyle schaarde, leed het geen twiifel dat met Buyle in feite de kritische journalistiek op de tocht werd gezet. Het argument dat de straf niet in verhouding stond tot de feiten, ging nog zwaarder doorwegen toen Buyle op 24 augustus ook werkelijk werd ontslagen. De procedure die daarbij door de raad van bestuur werd gevolgd, werd ook het voorwerp van kritiek. De raad van bestuur legde inderdaad een andersluidend advies van de Tuchtraad naast zich neer, en hoorde het "Adviescollege voor de objectiviteit" zelfs helemaal niet. Op dat laatste punt moest de raad van bestuur wel terugkrabbelen, nadat regeringscommissaris Op de

Beeck hieromtrent beroep had aangekend bij voogdijminister Dewael. Het adviescollege weigerde echter een uitspraak te doen "na de feiten". Het ontslag zorgde voor een heropflakkeren van de acties rond de zaak Buyle. De prikacties op de BRT namen toe, Buyle zelf trok nog maar eens naar de rechtbank en tekende nu ook beroep aan bij de Raad van State, terwijl er zelfs heuse benefiets werden georganiseerd ten voordele van de gebroedroefde journalist. Nadat minister Dewael half september echter verklaarde dat "het ontslag rechtsgeldig tot stand was gekomen", en er dus geen onmiddellijke kentering meer te verwachten was, doofde het protest langzaam uit.

*

Op 1 september werd STUDIO BRUSSEL officieel een nationale radiozender. Via zenders in Schoten, Genk en Egem is ons "nationaal popstation" nu in heel Vlaanderen te beluisteren. Een en ander zette wel kwaad bloed bij een aantal vrije radio's, want Studio Brussel zendt uit op frequenties die eerder aan niet-openbare radio's waren toegekend. Die namen uiteraard niet dat ze uit de ether werden gedrukt, en stapten een voor een naar de rechter. Op haar beurt dagvaardde de BRT dan weer het Vlaamse ministerie van Cultuur en de PTT.

In feite heeft iedereen boter op het hoofd in deze zaak. De BRT heeft volgens een internationale afspraak uit '84 recht op de zone van 100 tot 104 MHz op de FM-band, maar er is nog geen K.B. dat haar ook daadwerkelijk de toestemming geeft om op die golflengte uit te zenden. Een handvol vrije radio's heeft een voorlopige vergunning om de zone tussen 100 en 102 MHz onveilig te maken, maar dat is dan weer in strijd met hogervermelde internationale overeenkomst. Ook de PTT en het ministerie van Cultuur zijn dus met de vinger te wijzen: de PTT maakte er met het huidige frequentieplan duidelijk een potje van, terwijl Cultuur er mede

voor verantwoordelijk is dat een definitieve regeling op zich laat wachten. Het laat zich aanzien dat de moeilijkheden zeker nog tot eind januari zullen aanslepen. Dan loopt de voorlopige erkenning van de vrije radio's af, wat het gemakkelijker maakt hen zich naar een nieuw frequentieplan te laten schikken. Daarin zullen bepaalde zenders onvermijdelijk frequenties — en dus zendtijd — moeten delen.

*

Parallel met de bespreking van de BRT-doorlichting in de Vlaamse Mediaraad hebben de verschillende VLAAMSE PARTIJEN in de mediacommissie van de Vlaamse Raad hun voorstellen neergelegd m.b.t. de toekomst van de OPENBARE OMROEP.

Voor de SP blijft de openbare omroep de onmisbare basis van ons omroepbestel. Naar het intern beheer toe pleit men voor een afschaffing van levenslange benoemingen in topfuncties. Naast een voldoende hoge dotatie kunnen ook reclame, sponsoring en een bijdrage uit het kijk- en luistergeld ter financiering worden aangewend. De informatiediensten moeten worden versterkt, de zendtijd op TV 1 moet worden uitgebreid en TV 2 dient te worden uitgebouwd tot een volwaardig net.

Voor de VU dient de BRT zich duidelijker te profileren als gemeenschapsomroep. Het bevorderen van de eigen Vlaamse beeldcultuur is hiervoor een dwingende opdracht. 90% van het kijken en luistergeld vormt de basis van de financiering, naast andere mogelijke inkomstenbronnen met uitsluiting van commerciële handelsreclame. TV 2 moet een volwaardig net worden. De nieuwdienst wordt best bevolkt door contractuelen, waarbij een deontologische kamer toeziet op de naleving van de objectiviteit.

De CVP beschouwt de BRT als een onvervangbaar cultuurinstrument dat dient uit te munten door een kwalitatief en verscheiden aanbod, objectiviteit en levensbeschouwelijke 'niet-discrimina-

tie'. Daartoe moet de BRT haar middelen liefst uitsluitend uit openbare gelden halen (vast % van het kijk- en luistergeld). De BRT dient op twee volwaardige kanalen uit te zenden en een goede samenwerking na te streven met de nieuwe commerciële zender. Inzake naleving van de objectiviteit beklemtoont de CVP de eindverantwoordelijkheid van de administrateur-generaal terzake.

De PVV, die aanvankelijk met twee nota's naar buiten trad (één van BRT-bestuursraadslid Vernick en één van fractievoorzitter Denys) pleit in tegenstelling tot de andere partijen voor het behoud van de BRT op slechts één net. Dit moet mogelijk worden door het beperken van de zendtijd voor derden en het privatiseren van de instructieve omroep (schooluitzendingen). De financiering mag uitsluitend geschieden met overheidsgelden in de vorm van financiële enveloppes. De geschillenraad, bevoegd voor o.m. de controle op de naleving van de objectiviteitsverplichting door de niet-openbare televisieverenigingen, zou ook over de BRT toezicht terzake kunnen uitoefenen. Voor creatieve functies, inclusief journalisten, dienen contractuelen te worden aange-trokken.

AGALEV tenslotte pleit voor een versterking van de BRT. Dit zien ze gerealiseerd door een beperking van de invloed van de administrateur-generaal, het behoud van het vast dienstverband voor BRT-journalisten en een uitbreiding van de nieuwsdienst. De zendtijd voor derden zou moeten worden herverdeeld ten gunste van kleinere politieke fracties, de nieuwsdienst en de instructieve omroep. Een vaste BRT-dotatie dient de BRT de nodige middelen te verschaffen en maakt het mogelijk om het kijk- en luistergeld af te schaffen. De BRT dient daarnaast ook actief deel te nemen aan een Europese zender en minder geweld op haar scherm te tonen.

*

De juridische touwtrekkerij tussen de BRT en de Vlaamse UITGEVERS omtrent het al of niet mogen uitzenden van de zgn. NIET-COMMERCIELE RECLAMESPOTS gaat nog steeds verder. Een eerdere uitspraak van de Kamer van Koophandel, die de uitgevers in het gelijk had gesteld en de BRT verplichtte tot een dwangsom van 250.000 frank per uitgezonden spot, werd door het Hof van Beroep ongedaan gemaakt, daar de BRT volgens het Hof niet kan worden beschouwd als een handelaar. Daarop hebben de uitgevers hun zaak aanhangig gemaakt bij de rechtbank van eerste aanleg, om een vonnis over de grond van de zaak af te dwingen. Alhoewel deze procedure erg veel tijd in beslag zal nemen, hebben de uitgevers door deze stap het voorstel tot godsvrede afgewezen, dat minister Dewael had geformuleerd: "niet-commerciële reclamespots op de BRT tot aan de start van de commerciële zender".

*

Op 24 september 1987 werd de 'CONSEIL SUPERIEUR DE L'AUDIOVISUEL' door de Franstalige gemeenschap geïnstalleerd. Dit adviesorgaan, voorzien in het recente decreet op de audiovisuele sector, bestaat uit 30 leden. Zij representeren zowat de belangrijkste actoren en sectoren binnen het Franstalige audiovisuele landschap: de beeldindustrie, auteurs, pers, televisiestations, private radio's, kabeldistributiemaatschappijen... op een wijze die rekening houdt met de politieke evenwichten binnen de Franstalige gemeenschapsraad. De eerste taak van deze adviesraad bestond erin de culturele en financiële voorwaarden vast te leggen tegen dewelke commerciële omroepen op de kabel kunnen worden toegelaten. Afgezien van de nieuwe situatie gecreeërd door de privatisering van TF 1, hebben nog andere — voornamelijk buitenlandse — omroepen hun kandidatuur ingediend om tot de Waalse kabelnetten te worden toegelaten: het Franse vijfde net 'La Cinq' (Her-

sant-Berlusconi), het jeugdkanaal Canal J, de muzieksatellietzender M.T.V. en vier initiatieven inzake betaaltelevisie: Canal Plus, Film Net, TV club en Stars Cable.

Met de publikatie in het Belgisch Staatsblad (15.10.87) van de UITVOERINGSBESLUITEN VAN HET KABELDEKREET werd in Vlaanderen een punt gezet achter de constructie van het legistische kader dat in onze gemeenschap de weg vrij moet maken voor omroepinitiatieven naast de BRT. De uitvoeringsbesluiten bepalen de voorwaarden en procedures voor het verlenen, opschorten en intrekken van de erkenning van 'NIET-OPENBARE TELEVISIEVERENIGINGEN' en de duur van zulk een erkenning (18 jaar voor de Vlaamse commerciële zender, 9 jaar of

minder voor de andere N.O.T.'s). Daarnaast wordt aan de mogelijk op te richten Vlaamse commerciële zender, regionale of lokale televisies of initiatieven voor doelgroepen-tv of betaalomroep ook een verplicht aandeel eigen culturele produkties opgelegd, dat stapsgewijze, na vijf jaar, in de programmering zou moeten worden opgenomen (50% voor de Vlaamse commerciële zender, 75% voor lokale, regionale of doelgroepentelevisie, 10% voor betaalomroep). In een laatste besluit worden enkele beperkte regels uitgewerkt i.v.m. de informatievoorziening (te verzorgen door beroepsjournalist(en)). De uitvoeringsbesluiten zijn tot stand gekomen na een spoedadvies van de pas geïnstalleerde mediaraad en haar comité van experts, een niet opgevolgde kritiek van de Raad van State, een stemming in de Vlaamse Raad en de uiteindelijke bekrachtiging door de Vlaamse Executieve.

W. HESLING EN J.M. PETERS

AUDIOVISUELE RETORIEK

230 Biz. 500 BF

een uitgave van:
Centrum voor Communicatiewetenschap
E. Van Evenstraat 2A
B-3000 Leuven

uit
de
tijdschriften

CAHIERS DU CINEMA

Revue mensuelle
Uitgegeven door:
Editions de l'Etoile, s.a.r.l.,
9, passage de la Boule-Blanche,
F-75012 Paris.
ISSN 0757-8075

Nr. 389, novembre 1986.

Thierry CAZALS, *L'orage des sentiments*, 5.
Thierry CAZALS et Alain PHILIPPON, *L'émotion pure: entretien avec Olivier Assayas*, 8
Thierry CAZALS, *Rencontre avec Ann-Gisel Glass: L'art de la fugue*, 13.
Alain PHILIPPON, *Sur la terre comme au ciel*, 15
Alain PHILIPPON, *Rencontre avec Denis Lavant: Le musicien funambule*, 19.
Serge TOUBIANA, *A comme Anna: entretien avec Juliette Binoche*, 21.
Alain PHILIPPON, *La cérémonie du plan: entretien avec Jean-Yves Escoffier*, 25.
Jean Yves ESCOFFIER, *Carte blanche: esquisses et notes de travail*, 27.
Bill KROHN, *Le pacte avec le diable (journal de voyage)*, 35.
Marc CHEVRIE, *Les lambeaux de la nuit*, 43.
Marc CHEVRIE, *Les figures de la peur: entretien avec Georges Franju*, 45
Lannis KATSAHNIAS, *Western et spaghetti*, 48.
Jonathan ROSENBAUM, *Pour quitter quelque chose: entretien avec Jim Jarmusch*, 50.

Nr. 390, décembre 1986.

Serge TOUBIANA, *Le jour le plus long*, 5.
Charles TESSON, *Impressions de tournage*, 8
Charles TESSON, *L'inconscient du héros*, 11.
Alain PHILIPPON, *Qui tu hantes*, 17.
Hervé LE ROUX, *Rencontre avec Sandrine Bonnaire: Les moments d'abandon*, 19.
Alain PHILIPPON et Serge TOUBIANA, *Les constellations justes: entretien avec Michel Piccoli*, 21
Marc CHEVRIE, Alain PHILIPPON et Serge TOUBIANA, *La beauté en révolte: entretien avec Leos Carax*, 25.
Serge TOUBIANA, *Paysage pendant la bataille: entretien avec Gérard Depardieu*, 35.
Lannis KATSAHNIAS, *Man Ray cinéaste: Le chasseur de lumière*, 45.
Lannis KATSAHNIAS, *Mallet-Stevens, l'architecture du muet*, 48.

Nr. 391, janvier 1987.

- Charles TESSON, *Mission impossible*, 5.
Charles TESSON, *Comme un nageur solitaire: entretien avec Nanni Moretti*, 8.
Joël MAGNY, *Passé le pont*, 13.
Serge TOUBIANA, *Le miroir du temps*, 20.
Serge TOUBIANA, *Ce que couve l'immobilité des plantes*, 22.
Charles TESSON, *Les yeux plus gros que le ventre*, 25.
Charles TESSON, *Quelque chose qui n'a jamais existé: entretien avec David Cronenberg*, 28.
Thierry CAZALS, *Le scénario américain*, 31.
Bill KROHN, *L'oiseau noir*, 37.

Nr. 392, février 1987.

- Alain PHILIPPON, *L'heure juste*, 5.
Alain PHILIPPON et Serge TOUBIANA, *Le cinéma au risque de l'imperfection: entretien avec Eric Rohmer*, 8.
Antoine DE BAECQUE, *De la dégénérescence des êtres*, 15.
Joël MAGNY, *Le gambit du cavalier*, 19.
Serge TOUBIANA, *Drôles de pèlerins*, 23.
Marc CHEVRIE et Serge TOUBIANA, *Le soleil et la lune en même temps: entretien avec Jeanne Moreau*, 27.
Alain PHILIPPON, *La parole dans tous ses états*, 28.
Michel CHION, *L'homme qui vient de mourir*, 36.
Boleslaw EDELHAIT, *Entretien avec Andrei Tarkovski*, 36.
Andrei TARKOVSKI, *Eloge de l'homme faible*, 40.
Joël MAGNY, *Miroir de la vie*, 43.

Nr. 393, mars 1987.

- Alain PHILIPPON, *Le maître du jeu*, 5.
Marc CHEVRIE, *Le dernier des cow-boys*, 9.
David Jon WIENER, *La méthode Eastwood*, 12.
Marc CHEVRIE, *Entre-temps*, 17.
Marc CHEVRIE, *Si la mémoire existe: entretien avec Joao Botelho*, 20.
Thierry CAZALS, *Un monde à la démesure de l'homme*, 27.
Yann LARDEAU, *Les feuilletons de la "Cinq": Good bye human desire*, 35.
Jean-Paul FARGIER, *Fictions du zapping: Le zappeur Camembert*, 41.

Nr. 394, avril 1987.

- Alain PHILIPPON, *Sans feu ni lieu*, 5.
Alain PHILIPPON, *La liberté à l'envers: entretien avec Edouard Niermans*, 8.
Charles TESSON, *La planète-guerre*, 13.

Iannis KATSAHNIAS, *"I am reality": entretien avec Oliver Stone*, 17.

- Frédéric SABOURAUD, *La route des abeilles*, 21.
Frédéric SABOURAUD, *Mandrake et le fantôme: entretien avec Marcello Mastroianni*, 23.
Antoine DE BAECQUE, *La Dame de Musashino et Le Destin de Madame Yuki: Eaux profondes*, 29.
Bill KROHN, *La maison de Jacques Tourneur ou le cinéma américain au tournant des genres*, 33.
Iannis KATSAHNIAS, *Au pied u mur*, 43.
Charles TESSON, *Strauboscopia*, Philippe ARNAUD, *La Mort d'Empédocle, de J.-M. Straub et D. Huillet: L'heure de vérité*, 50.
Philippe ARNAUD, *Affaires publiques et Les Anges du péché: Bresson avant Bresson*, 53.

Nr. 395-396, mai 1987.

- Serge TOUBIANA, *La nouvelle économie du cinéma*, 6.
Charles TESSON, *Le goût français (le Top 50 des films à la télévision)*, 11.
Charles TESSON et Serge TOUBIANA, *La politique des producteurs: entretien avec Daniel Toscani du Plantier, Marin Karmitz, Georges Prost, René Bonnell*, 14.
Marc CHEVRIE, *La valeur-image*, 27.
Marc CHEVRIE et Frédéric SABOURAUD, *12 questions aux chefs-opérateurs: entretiens avec Philippe Rousselot, Renato Berta et William Lubchansky*, 31.
Frédéric SABOURAUD, *La couleur du temps*, 40.
Frédéric SABOURAUD, *La génération perdue*, 44.
Frédéric SABOURAUD, *Des auteurs dans le désert: entretien avec Salvatore Piscicelli*, 50.
Frédéric SABOURAUD, *Les TV commerciales de la barbarie à l'industrie: entretien avec Ricardo Tozzi*, 52.
Iannis KATSAHNIAS, *Happy Hour*; Don RANVAUD, *Cassandra ou la politique du pire*; Dominique JOYEUX, *HandMade ou le cinéma fait main*, 60.
Bill KROHN, *Lettre de Hollywood: Les indépendants et leurs sujets*, 70.
Yann LARDEAU, *Entre l'Est et l'Ouest*, 80.
Charles TESSON, *A la recherche d'un second souffle*, 88.
Jean-Paul AUBERT, *Lettre de Xian (Dans les montagnes sauvages)*, 94.
François ALBERA, *Voyage dans un cinéma en mutation*, 98.
Iannis KATSAHNIAS, *Des vérités et des mensonges (+ deux portraits porteurs d'espoir)*, 106.

Nr. 397, juin 1987.

- Frédéric SABOURAUD, Charles TESSON, Serge

TOUBIANA, *Cinq à la une (Sous le soleil de Satan, Les Ailes du désir, La lumière, Intervista, Les Yeux noirs)*, 6.

Marc CHEVRIE, Michel CHION, Iannis KATSAHNIAS, Joël MAGNY, Frédéric SABOURAUD, Frédéric STRAUSS, Charles TESSON, *Au fil du temps*, 18.

Laurent MONLAÛ, *Sandrine Bonnaire: un jour à Cannes (photographies)*, 28.

Iannis KATSAHNIAS, *Folies de femmes*, 24.

Michel CHION, *Il court, il court le signifiant*, 30.

Michel CHION, *Peter Greenaway, cinéaste conceptuel*, 31.

Marc CHEVRIE, *Il était une fois*, 35.

Marc CHEVRIE et Iannis KATSAHNIAS, *Oeil pour oeil*, 39.

Iannis KATSAHNIAS, *Comme des poissons bagarreux*, 42.

Iannis KATSAHNIAS et Serge TOUBIANA, *Entretien avec Patrice Chéreau*, 43.

Iannis KATSAHNIAS, *Stephen, Alan and David too*, 46.

Joël MAGNY et Frédéric SABOURAUD, *Nord Nord-Est*, 49.

Marc CHEVRIE, *Sept jours ailleurs*, 52.

Joël MAGNY, *D'incertains regards*, 54.

THE QUARTERLY JOURNAL OF SPEECH

Uitgegeven door:

Speech Communication Association,
5105 Backlick Road, Annandale, Va 22003
ISSN 0033-5630

Vol. 73, Nr. 1, February 1987.

Arthur E. WALZER, *Logic and Rhetoric in Malthus's Essay On the Principle of Population*, 1798, 1.

Lester C. OLSON, *Benjamin Franklin's Pictorial Representations of the British Colonies in America: A Study in Rhetorical Iconology*, 18.

Denise M. BOSTDORFF, *Making Light of James Watt: A Burkean Approach To the Form and Attitude of Political Cartoons*, 43.

J. Michael SPROULE, *Propaganda Studies in American Social Science: The Rise and Fall of the Critical Paradigm*, 60.

Celeste Michelle CONDIT, *Crafting Virtue: The Rhetorical Construction of Public Morality*, 79.

Vol. 73, Nr. 2, May 1987.

Maurice CHARLAND, *Constitutive Rhetoric: The Case of the Peuple Québécois*, 133.

Carole BLAIR and Martha COOPER, *The Humanist Turn in Foucault's Rhetoric of Inquiry*, 151.

Barbara WARNICK, *The Narrative Paradigm: Another Story*, 172.

Kuan-Hsing CHEN, *Beyond Truth and Method: On Misreading Gadamer's Praxical Hermeneutics*, 183.

Donald K. ENHOLM, David Curtis SKAGGS, and W. Jeffrey WELSH, *Origins of the Southern Mind: The Parochial Sermons of Thomas Craddock of Maryland, 1744-1770*, 200.

Ronald J. PELIAS and James VAN OOSTING, *A Paradigm for Performance Studies*, 219.

Vol. 73, Nr. 3, August 1987.

David S. BIRDSSELL, *Ronald Reagan on Lebanon and Grenada: Flexibility and Interpretation in the Application of Kenneth Burke's Pentad*, 267.

William F. LEWIS, *Telling America's Story: Narrative Form and the Reagan Presidency*, 280.

E. Culpepper CLARK and Raymie E. MCKERROW, *The Historiographical Dilemma in Myrdal's American Creed: Rhetoric's Role in Rescuing a Historical Moment*, 303.

Takis POULAKOS, *Isocrates's Use of Narrative in the Evagoras: Epideictic Rhetoric and Moral Action*, 317.

David A. BRENDERS, *Fallacies in the Coordinated Management of Meaning: A Philosophy of Language Critique of the Hierarchical Organization of Coherent Conversation and Related Theory*, 329.

PUBLIZISTIK

Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung

Uitgegeven door:

Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft

bij: Universitätsverlag Konstanz GmbH,

Postfach 6632, D-7750 Konstanz

ISSN 0033-4006

Jg. 32, Heft 2, April-Juni 1987.

Franz RONNEBERGER, *Versagt der Markt oder versagt die Wissenschaft in der Journalistenausbildung? Eine Entgegnung auf Stephan Ruß-Mohl*, 149.

Helmut LUKESCH, Karl-Heinz KISCHKEL, Wolfgang NÖLDNER, *Zur Beurteilung von Informationsquellen und Medien im Zusammenhang mit dem Reaktorunfall von Tschernobyl*, 154.

Angela FRITZ, *Vier Wochen mit Fernsehen. Be-*

richt über ein Beispiel zur Fernsehforschung in Familien, 159.

Rainer MATHES, *Der publizistische Konflikt um das Moderationsverbot für Franz Alt. Eine empirische Studie zur öffentlichen Konflikt-kommunikation*, 166.

Nikola IVANCEVIC, *Die Journalistenausbildung in Jugoslawien*, 180.

Wolfgang Dietrich NAHR, *Das Ende des Lizenzzwanges in Bayern. Zum Dilemma der kontrollierten Pressefreiheit unter der amerikanischen Militärregierung*, 194.

Annemarie KLEINERT, *Balzac — erst Journalist, dann Schriftsteller. Die Jugendjahre von 1819 bis 1822*, 206.

Jg. 32, Heft 3, Juli-September 1987.

Hannes HAAS, *Die hohe Kunst der Reportage. Wechselbeziehungen zwischen Literatur, Journalismus und Sozialwissenschaften*, 277.

Adrienne CORBOUD, Michael SCHANNE, *Sehr gebildet und ein bißchen diskriminiert. Empirische Evidenzen zu "weiblichen Gegenstrategien" und individuellen Erfolgen schweizerischer Journalistinnen*, 295.

Michael HALLER, *Wie wissenschaftlich ist Wissenschaftsjournalismus? Zum Problem wissenschaftsbezogener Arbeitsmethoden im tagesaktuellen Journalismus*, 305.

Rainer GEIßLER, Horst PÖTTKER, *Theodor Geigers Geschichte der Werbung*, 320.

Hans-Bernd BROSIUS, Sabine HOLICKI, Thomas HARTMANN, *Einfluß der Gestaltungsmerkmale von Wahlplakaten auf Personenwahrnehmung und Kompetenzzuschreibung*, 338.

Wilmont HAACKE, *Flechtheims und Wedderkops "Der Querschnitt"*, 354.

MEDIASPOUVOIRS

Politiques, Economies et Stratégies des Médias (vroeger Presse Actualité)

Uitgegeven door:

Bayard-Presses

10 rue de l'Amiral d'Estaing,

F-75016 Paris

ISSN 0762-5642

Nr. 7, Juin 1987.

François DE CLOSETS, *Les erreurs de communication du Gouvernement*, 5.

Florence HAEGEL, *La grand-peur des sondages*, 10.

Jay ROSEN, *Opinion publique et ignorance privée*, 27.

Hubert COUDURIER et Jean-Yves CHALM, *Presse régionale: le prix de l'indépendance*, 34.

Régine CHANCIAC et Jean-Pierre JEZEQUEL, *Fictions télévisées: les trois coûts*, 43.

Gabriel TARDE, *De la foule au public*, 54.

Dossier Publicité: Les Années 90.

Jean-Louis MISSIKA, *Présentation*, 61.

Alain LE DIBERDER, *Les lois de l'abondance publicitaire*, 64.

Jean-Louis DESCOURS, *Le budget publicitaire de l'entreprise*, 76.

Christian BLACHAS, *Havas est-il trop gros?* 80.

Jean-Yves DUPEUX, *Le no man's land européen*, 89.

Jean LEBRUN, *L'avenir du message*, 93.

Antoine HENNIION et Cécile MEADEL, *Les ouvriers du désir*, 106.

Repères:

Robert SPIER, *Etats-Unis: Polémique en couleurs à Hollywood*, 126.

Jean-Claude SERGEANT, *Grande-Bretagne: Bye bye Fleet Street*, 133.

Marie-Thérèse ROCHE, *Europe: Télévision haute définition, un enjeu planétaire*, 139.

André de SEGUIN, *Brésil: Une nouvelle puissance dans le monde des médias*, 144.

Nr. 8, Septembre 1987.

Michel WIEVIORKA et Dominique WOLTON, *Les terroristes et les journalistes*, 5.

Elisabeth BALLAGUY, *Le Figaro, France-Soir, et La 5*, 16.

John ROKICKI, *La publicité dans l'Empire romain*, 25.

Jacques DURAND, *Vers une mesure internationale de l'audience de la télévision*, 35.

Pierre LAZAREFF, *Information, déformation, malformation*, 47.

Dossier Presse Écrite: Le Risque ou le Déclin.

Jean-Louis MISSIKA, *Présentation*, 55.

Albert du ROY, *La nécessaire contre-offensive de l'imagination*, 58.

Bertrand COUSIN, *L'avenir de la presse quotidienne*, 63.

André FONTAINE, *Le Monde se modernise*, 74.

Jean-Luc MARTIN LAGARDETE, *L'ascension silencieuse de la presse gratuite*, 80.

Paul MORGAN, *L'avenir est gratuit*, 87.

Jean-Marie CHARON, *Les quotidiens et le défi de la diversification*, 94.

Nadine TOUSSAINT DESMOULINS, *Les effets pervers des aides à la presse*, 104.

Erik LAMBERT, *Prix de vente des quotidiens: Le lecteur français est-il défavorisé?*, 111.

Philippe THUREAU-DANGIN, *Concentration, media in USA*, 117.

Repères :

Robert SPIER, *Etats-Unis : Nielsen en chute libre*, 125.

Jean-Claude SERGEANT, *Grande-Bretagne : Les médias en campagne*, 129.

Patricio TUPPER, *Pays en développement : TIPS, un réseau d'information Sud-Sud*, 135.

Baromètres :

Catherine GRÜNBLATT, *Patrick Sabatier et le public de La 5 (Données Médiamétrie)*, 154.

Evelyne DUCARROIR, *Audience de la presse française 1985-87 (Données CESP)*, 159.

Evelyne DUCARROIR, *Diffusion de la presse française 1983-86 (Données OJD)*, 165.

JOURNAL OF BROADCASTING & ELECTRONIC MEDIA

Uitgegeven door:

Broadcast Education Association,
Department of Communication,
The Ohio State University,
205 Derby hall, Columbus, Ohio 43120
ISSN 0021-938X

Vol. 31, Nr. 1, Winter 1987.

Thomas W. HAZLETT, *The Policy of Exclusive Franchising in Cable Television*, 1.

Gabriel WEIMANN, *Media Events: The Case of International Terrorism*, 21.

James T. TIEDGE and Kenneth J. KSOBIECH, *Counterprogramming Primetime Network Television*, 41.

Wolfgang HOFFMANN-RIEM, *National Identity and Cultural Values: Broadcasting Safeguards*, 57.

Felipe KORZENNY, Wanda DEL TORO, and James GAUDINO, *International News Media Exposure, Knowledge, and Attitudes*, 73.

Marilyn Lawrence BOEMER, *Correlating Lead-In Show Ratings with Local Television News Ratings*, 89.

Robert T. BLAU, *To Franchise or Not to Franchise: Is That Really the Question?* 95.

Michael O. WIRTH, *Comment on "The Policy of Exclusive Franchising in Cable Television"*, 98.

Vol. 31, Nr. 2, Spring 1987.

Raymond L. CARROLL, *Harry S Truman's 1948 Election: The Inadvertent Broadcast Campaign*, 119.

Judine MAYERLE, *Character Shaping Genre in Cagney and Lacey*, 133.

Margaret J. HAEFNER and Ellen A. WARTELLA,

Effects of Sibling Coviewing on Children's Interpretations of Television Programs, 153.

Beverly JAMES and Patrick DALEY, *Origination of State-Supported Entertainment Television in Rural Alaska*, 169.

Stephen R. ACKER and Steven R. LEVITT, *Designing Videoconference Facilities for Improved Eye Contact*, 181.

Wenmouth WILLIAMS, Jr. and Kathleen MAHONEY, *Perceived Impact of the Cable Policy Act of 1984*, 193.

Jinok SON, Stephen D. REESE, and William R. DAVIE, *Effects of Visual-Verbal Redundancy and Recaps on Television News Learning*, 207.

Vol. 31, Nr. 3, Summer 1987.

David L. SWANSON, *Gratification Seeking, Media Exposure, and Audience Interpretations: Some Directions for Research*, 237.

Lewis DONOHEW, Philip PALMGREEN, and J.D. RAYBURN II., *Social and Psychological Origins of Media Use: A Lifestyle Analysis*, 255.

Rebecca B. RUBIN and Michael P. MCHUGH, *Development of Parasocial Interaction Relationships*, 279.

Robert ABELMAN, *Religious Television Uses and Gratifications*, 293.

Austin S. BABROW, *Student Motives for Watching Soap Operas*, 309.

Michael J. PORTER, *A Comparative Analysis of Directing Styles in Hill Street Blues*, 323.

Terry L. CHILDERS and Dean M. KRUGMAN, *The Competitive Environment of Pay Per View*, 335.

FILM QUARTERLY

Uitgegeven door:

The University of California Press,
Berkeley, California 94720
ISSN 0015-1386

Vol. XL, Nr. 1, Fall 1986.

David EHRENSTEIN, *Raoul Ruiz at the Holiday Inn*, 12.

Robert BURGOYNE, *The Somatization of History in Bertolucci's 1900*, 15.

David PAUL, *The Lightship*, 17.

Louis MENASHE, *Rasputin*, 23.

Karen JAEHNE, *The Unknown Soldier's Patent Leather Shoes*, 24.

Vol. XL, Nr. 2, Winter 1986-87.

- Michael DEMPSEY, *Colorization*, 2.
Barbara QUART, *Agnes Varda: A Conversation*, 3.
Brenda BOLLAG, *Jim Jarmusch's Down by Law and Spike Lee's She's Gotta Have it*, 11.
Maurice YACOWAR, *The Canadian as Ethnic Minority*, 13.
Amy Lawrence, *Sorry, Wrong Number: The Organizing Ear*, 20.
Kathe GEIST, *Narrative Style in Ozu's Silent Films*, 28.
Marsha KINDER, *Jose Luis Borau On the Line of the National/International Interface in the Post-Franco Cinema*, 35.
Brooke JACOBSON, *A Great Wall and Dim Sum*, 48.
Peter BRUNETTE, *Working Girls*, 54.
Alain WILLIAMS, *Family Life*, 56.
HARVEY NOSOWITZ, *Signal — Germany on the Air*, 58.

Vol. XL, Nr. 3, Spring 1987.

- Michael DEMPSEY, *All the Colors: Bertrand Tavernier Talks About Round Midnight*, 2.
Lynda K. BUNTZEN, *Monstrous Mothers: Medusa, Grendel, and now Alien*, 11.
Michael ANDEREGG, "Every Third Word a Lie.:" *Rhetoric and History in Orson Welles's Chimes at Midnight*, 18.
Scott MacDONALD, *Morgan Fisher: An Interview*, 24.
Maurizio VIANO, *Sid and Nancy*, 33.
Thomas DOHERTY, *The Fly*, 38.
Ellen DRAPER, *Sherman's March*, 41.
William JOHNSON, *Gringo*, 44.
David PAUL, *Forget Mozart*, 47.

Vol. XL, Nr. 4, Summer 1987.

- Michael DEMPSEY, *Light Shining in Darkness: Roland Joffe on The Mission*, 2.
Maurizio VIANO, *Something Wild*, 11.
Scott MACDONALD, *American Dreams*, 16.
Peter BRUNETTE, *Stammheim*, 20.

MASSACOMMUNICATIE

Wetenschappelijk kwartaaltijdschrift voor Communicatie en Informatie
Uitgegeven door:
Stichting Onderzoek Massacommunicatie (SOM),
Postbus 258, NL-6500 AG Nijmegen

Jg. 14, Nr. 5-6, 1986.

- Lee BECKER/Nick JANKOWSKI, *Use and assessment of cabletext services — Report of a telephone survey conducted under a random sample of a Amsterdam cable television subscribers*, 245.
Folke GLASTRA/Erik KATS, *Stijlfiguren in tegenopbaarheid — Ontwikkelingen in de praktijk van de mediaprojecten*, 259.
Otto SCHOLTEN/Jan BREIMER, *Brinkmans bel-lenblazerij — over het weren van buitenlandse commerciële omroepstations*, 272.
Ben VROOM, *Pretesten met behulp van de plus-en-min methode*, 283.
Wim BEKKERS/Henk VAN ZURKSUM, *Luisteren naar radioluisteraars — Bijdrage van de NOS-Afdeling Kijk- en Luisteronderzoek aan de discussie over het radiobestel op de lange termijn*, 291.
Tom VAN DER VOORT, *Verhoogt televisiegeweld op termijn de agressie — Een reactie op de panelstudie van Wiegman et. al.*, 300.
SOM, *De versplinterende markt; sommatie '87 — Veranderingen in het mediagebruik, fragmentatie, individualisering en segmentatie*, 306.

Jg. 15, Nr. 1, 1987.

- Dirk DE GROOFF, *De technografische analyse van de gedrukte en de elektronische krant als informatie- en reclamedragers*, 3.
Harry BOUWMAN, Paul NELISSEN, & Uta MEIER, *Culturele Indicatoren, 1980-1985*, 18.
Peter DEJAEGER & Peter DHONDT, *Stentorstemmen en gefluister, De buitenlandse nieuwstroom bij Belga, een input-output analyse*, 36.
Richard ALBRECHT, *Über den ethnische Witz, zu einer Form unmittelbarer alltäglicher und zumeist öffentlich verdeckt bleibender Kommunikationsformen*, 48.
Gerrit VAN DER RIJST & Nel STEVENS, *De impact van de withuiskrant, de effectiviteit van een patiëntenkrant als gezondheidsvoorlichtingsinstrument*, 55.
Marcel VOUIJS, Tom VAN DER VOORT & Hans BEENTJES, *De geschiktheid van verschillende typen vragen om de kijktijd en leestijd van kinderen te meten, een validatie-onderzoek*, 65.
Liesbeth VAN ZONEN, *Gevolgen van de introductie van de Sterreclame, een voorbeeld van Box Jenkins interventie-analyse*, 81.
- Jg. 15, Nr. 2, 1987.
- Hans BEENTJES & Tom VAN DER VOORT, *De invloed van het televisiekijken op de jeugd*, 107.
Harry VAN DEN BERG & Cees VAN DER VEER, *Achtergrondmuziek bij televisiedocumentaires*, 135.

Puk VAN MEERGEREN & Cees VAN WOERKUM, *Waar woorden tekort schieten, over het belang en de functies van grafische vormgeving*, 156.
Frans CRONE, *Het einde van een periode, de internationale nieuwsfotomarkt in beweging*, 166.
André VAN GAGELDONK, Frans LEEUW & Peter DEKKER, *Analyse van voorlichtingsveronderstellingen: methodische aspecten en resultaten uit een gevalstudie*, 175.

Jg. 15, Nr. 3, 1987.

Joan HEMELS, *Abonneeverzekering en oplagemarketing*, 207.
Gerard HULSEN & Cees VAN WOERKUM, *Instrumentele beleidsmatige voorlichting, een schets*, 221.
Wim VAN OORSHOT & Harry BOUWMAN, *Ouderen en voorlichting: verslag van een verkennend onderzoek*, 240.
Liesbeth VAN ZONEN & Joke HERMES, *Kerels en carrière: over vrouwenbladen en het ontbreken van mannenbladen*, 257.
Charles FORCEVILLE, *Metafoor en maatschappij*, 268.

COMMUNICATIONS

Internationale Zeitschrift für Kommunikationsforschung.

Uitgegeven door:

Deutsche Gesellschaft für Kommunikationsforschung
en Internationale Vereinigung für Kommunikationswissenschaft.

bij:

Verlag Hans Richarz, Postfach, 1165,
D-5205 St. Augustin 1
ISSN 0341-2059.

Jg. 13, Heft 1, 1987.

Dennis M. ADAMS und Mary FUCHS, *The Power of Electronic Images: Changing our Relationship to Knowledge*, 7.
Douglas A. BOYD, *Radio and Television Audience Research in the Middle East: Why Don't the Arabs do it?* 13.
Wolfgang FUCHS, *Lokale Presse und Organisation. Ergebnisse einer empirischen Studie über die Entstehung publizistischer Aussagen*, 29.
Herman SANTY, *Das Fernsehen — Verbreitungsmechanismus von Kultur*, 43.
Alan M. FROMMER, *La BBC et l'Etat britannique. Une étude de la relation entre les appareils d'Etat et les appareils d'information*, 57.
Francis BALLE, *Les formes de la communica-*

tion. De l'échange confidentiel à la communication de masse, 71.

Jürgen ZEH, *Sprachgebrauch im Wandel. Zum Einsatz der Kohorten-analyse in Sprachsoziologie und Kommunikationsforschung*, 83.
Ahmad MAHRAD, *Zur Rolle und Entwicklung der kommunistischen Medienpolitik im Iran*, 109.
Christof SCHORSCH, *Selbstorganisation und Vernetzung. Anmerkungen zur Ökologie der Kommunikation*, 131.

Jg. 13, Heft 2, 1987.

Franz MERDIAN, *Zur Konnotation der Einstellungsperspektive*, 7.
Kirsten KONERMANN, *Telearbeit — neue Form der Arbeitsflexibilisierung*, 27.
Muhammad KHALID, *Radio Broadcasting in Pakistan — Promise and Performance — (1947-1977)*, 43.
Dov SHINAR, *Improving Aging-Related Communications: An Action-Research Approach*, 51.
Remy RIEFFEL, *Les Médiateurs et l'Ecueil de la Médiocratie: l'exemple français*, 67.
Friedrich KNILLI, *Antisemitism for Entertainment: A Case Study of the German Feature Film "Jud Süß" (1940)*, 81.
Hartmut ESPE and Margarete SEIWER, *Television Viewing Types, General Life Satisfaction and Viewing Amount: An Empirical Study in West Germany*, 95.
Hans COMBECHER, *Ursachen deutschen Kommunikationsversagens gegenüber Niederländisch*, 111.
Uwe SANDER und Ralf VOLLBRECHT, *Aufwachen und Leben in medialen Umwelten*, 121.
Richard ALBRECHT, *F. A. Voigts Deutschlandberichte im "Manchester Guardian" (1930-1935)*, 135.

MEDIEN UND ERZIEHUNG

Zweimonatsschrift für audiovisuelle Kommunikation.

Uitgegeven door:

Jugend Film Fernsehen Institut
Leske Verlag + Budrich GmbH,
Gerhart-Hauptmann-Str. 27
D-5090 Leverkusen 3.
ISSN 0176-4918

Jg. 31, Nr. 1, 1987.

Lothar MIKOS, *Fernsehserien. Ihre Geschichte, Erzählweise und Themen*, 2.
Ortwin THAL, *Louis Malle: Alamo Bay*, 17.

Margret KÖHLER, *Louis Malle: God's Country*, 20.

Reinhold RAUH, *Hector Babenco: Kuß der Spinnefrau*, 22.

Peter KREMSKI, *James Ivory: Zimmer mit Aussicht*, 26.

Horst ESSER, *Andrej Tarkowskij: Opfer*, 31.

Margret KÖHLER, "Damals war es eine starke Schwarz-weiß-Malerei". *Die Videobewegung im Jahr 1987*, 36.

Margret KÖHLER, *Medienwerkstatt Freiburg: Geisterfahrer*, 42.

Reinhold RAUH, *Medienwerkstatt Franken: Noch leb' ich ja — ein AIDS-Kranker erzählt*, 43.

Jg. 31, Nr. 2, 1987.

Qualität und Quantität der Bilder. Das Informationszeitalter verändert das Kino Die Filmfestspiele Berlin: 37. Internationaler Wettbewerb / 17. Internationales Forum des jungen Films, 66.

Angelika DIEZINGER, *Liebe, Macht, Erkenntnis oder Liebe macht Erkenntnis? Einforderung einer Wissenschaft, die ein menschlicher und nicht ein männlicher Entwurf ist*, 100.

Jg. 31, Nr. 3, 1987.

Karl STOCKER, *Tote oder lebendige Museen?* 130.

Albert OTTENBACHER, *In eigener Regie. Ausstellungen durch Schülerinitiativen*, 136.

Susanne RÄCH, *Der Computer als didaktisches Medium im Museum. Am Beginn des visuellen Zeitalters in der Wissensvermittlung*, 143.

Georg HARTWAGNER, *Kunst im Netzwerk. Eine Ausstellung zur computergestützten Interpretation*, 149.

Susanne RICK, *Jim Jarmusch: Down by Law*, 151.

Roland WEINICKE, *Jean-Jacques Beineix: Betty Blue, 37,2° am Morgen*, 154.

Ortwin THAL und Horst ESSER, *David Lynch: Blue Velvet*, 157

Wolf SCHARTZ, *Werner Nekes: Was geschah wirklich zwischen den Bildern? / Uliisses*, 166.

Susanne RICK, *Paul Virilio: Krieg und Kino*, 171.

Hermann BARTH, *Werner Faulstich: Filmästhetik*, 175.

GAZETTE

International journal for mass communication studies.

Uitgegeven door:

Instituut voor Perswetenschap, Amsterdam

bij:

Martinus Nijhoff, Postbus 322,

NL - 3300 AH Dordrecht

ISSN 0016-5492

Vol. 38, Nr. 1-2-3, 1986.

Shailendra GHORPADE, *Retrospect and prospect: The information environment and policy in India*, 5.

Binod C. AGRAWAL, *Cultural response to communication revolution: Many modes of video use in India*, 29.

S.R. JOSHI, *Community TV: The Kheda experience*, 43.

Arbind K. SINHA, *Communication and rural development: The Indian scene*, 59.

S.A. AHMED, *The language press in India; A case study of Malayalam newspapers*

Mazharul HAQUE, *Is development news more salient than human interest stories in Indian elite press?*

B.S.S. RAO, *All India radio: The new challenges*.

Robert L. STEVENSON, *Radio and television growth in the third world, 1960-1985*.

Omar Souki OLIVEIRA, *Satellite TV and dependency: An empirical approach*,

Bella MODY, *The receiver as sender: Formative evaluation in Jamaican Radio*,

Marlene CUTHBERT, *Communication technology and culture: Towards West Indian policies*,

161.

Ralph D. BARNEY, *Media development in a transnational situation: A time-lag example (Media development over time)*, 171.

Salleh HASSAN, *Human resource development for broadcasting in Asia*, 187.

Vol. 39, Nr. 1, 1987.

John GROGAN and Charles RIDDLE, *South Africa's press in the eighties: Darkness descends*, 3.

Ikechukwu E. NWOSU, *Mass media discipline and control in contemporary Nigeria: A contextual critical analysis*, 17.

Oliver RATHKOLB, *Voice of America's political propaganda for Austria*, 31.

Gladstone L. YEARWOOD, *Cultural development and Third World cinema*, 47.

L. Erwin ATWOOD, *News of U.S. and Japan in each other's papers*, 73.

Leela RAO, *Indian film — A social science perspective*, 91.

Terri SCHULTZ-BROOKS, *American press coverage of President François Mitterand*, 103.

Norbert MUNDORF, *From traditional broadcasting to new technologies: A model for the transition in Western Europe*, 123.

Jürgen WILKE, *Foreign news coverage and international news flow over three centuries*, 147.

Mohammed A. SIDDIQI, *Indian ethnic press in the United States and its functions in the Indian ethnic community of the U.S.*, 181.

Robin E. MANSELL, *Information sector policy analysis, Conceptual Framework and a Canadian illustration*, 195.

Joon-Mann KANG, *Reporters and their professional occupational commitment in a developing country*, 3.

Jo Ellen FAIR, *The regulation of transborder data flows: An international law perspective*, 21.

Srinivas R. MELKOTE, *Biases in development support communication*, 39.

Qian SHAOCHANG, *People's Daily and China Daily, a comparative study*, 57.

S. Adefemi SONAIKE, *Going back to basics: some ideas on the future direction of Third World communication research*, 79.

Issam Suleiman MOUSA, *The Arab image: The New York Times, 1916-1948*, 101.

Muhammad Ibrahim AYISH, *The VOA Arabic Service: a study of new practices and occupational values*, 121.

A. Carlos RUOTOLO, *Professional orientation among journalists in three Latin American countries*, 131.

JOURNALISM QUARTERLY

Uitgegeven door:

Association for Education in Journalism,
School of Journalism, Ohio University,
Athens, Ohio 45701
ISSN 0022-5533

Stephen D. REESE, Pamela J. SHOEMAKER and Wayne A. DANIELSON, *Social Correlates of Public Attitudes Toward New Communication Technologies*, 675.

David WEAVER, Dan DREW and G. Cleveland WILHOIT, *U.S. Television, Radio and Daily Newspaper Journalists*, 683.

Randal A. BEAM, Sharon DUNWOODY and Gerald M. KOSICKI, *The Relationship of Prize-Winning to Prestige and Job Satisfaction*, 693.

Katherine C. MCADAMS, *Non-Monetary Conflicts of Interest for Newspaper Journalists*, 700.

Herbert H. HOWARD, *An Update on Cable TV Ownership: 1985*, 706.

Michele SIEMICKI, David ATKIN, Bradley GREENBERG and Thomas BALDWIN, *Nationally Distributed Children's Shows: What Cable TV Contributes*, 710.

Donald L. FRY and Virginia H. FRY, *Language Use and Political Environments in Media Coverage of 'Super Tuesday'*, 719.

Sandra E. MORIARTY and Gina M. GARRAMONE, *A Study of Newsmagazine Photographs of the 1984 Presidential Campaign*, 728.

Douglas P. KILIAN, *Impact of SEC Rule 10b-5 on Corporate Public Relations*, 735.

Michael RYAN, *Public Relations Practitioners' Views of Corporate Social Responsibility*, 740.

Kathleen L. ENDRES, *'Strictly Confidential': Birth-Control Advertising in a 19th Century City*, 748.

John C. SCHWEITZER, *How Valuable to an Advertiser Are Secondary Audiences?* 752.

Mary Alice SENTMAN, *When the Newspaper Closes: A Case Study of What Advertisers Do*, 757.

Starr D. RANDALL, *How Editing and Typesetting Technology Affects Typographical Error Rate*, 763.

Judee K. BURGOON, Michael BURGOON and David B. BULLER, *Newspaper Image: Dimensions and Relation to Demographics, Satisfaction*, 771.

J. David KENAMER, *Gender Differences in Attitude Strength, Role of News Media and Cognitions*, 782.

Robert H. BOHLE, *Negativism as News Selection Predictor*, 789.

William HANKS and Lemuel SCHOFIELD, *Limitations on the State as Editor in State-Owned Broadcast Stations*, 797.

John W. WRIGHT II and Lawrence A. HOSMAN, *Listener Perceptions of Radio News*, 802.

Alexis S. TAN, Sarrina LI and Charles SIMPSON, *American TV and Social Stereotypes of Americans in Taiwan and Mexico*, 809.

C. Richard HOFSTETTER and David M. DOZIER,

Useful News, Sensational News: Quality, Sensationalism and Local TV News, 815.

Ofer FELDMAN, *Japanese Politicians' Exposure to National and Local Dailies*, 821.

S. M. Mazharul HAQUE, *News Content Homogeneity in Elite Indian Dailies*, 827.

John HEWITT and Rick HOULBERG, *Local Broadcast News Editors and Managers: A Multiple Station, Single Market Study*, 834.

Garry D. GADDY and David PRITCHARD, *Is Religious Knowledge Gained From Broadcasts? 840*.
Albert GUNTHER and Dominic L. LASORSA, *Issue Importance and Trust in Mass Media*, 844.

George E. STEVENS, *Free-Lancers and the 'Work Made for Hire'*, 848.

Larry Z. LESILSE, *Newspaper Photo Coverage of Censure of McCarthy*, 850.

Vol. 64, Nr. 1, Spring 1987.

James S. ETTEMA and Theodore L. GLASSER, *Public Accountability or Public Relations? Newspaper Ombudsmen Define Their Role*, 3.

Thomas H. BIVINS, *The Body Politic: The Changing Shape of Uncle Sam*, 13.

Sharon DUNWOODY and Michael RYAN, *The Credible Scientific Source*, 21.

Tony RIMMER and David WEAVER, *Different Questions, Different Answers? Media Use and Media Credibility*, 28.

Gerald STONE, Barbara HARTUNG and Dwight JENSEN, *Local TV News and the Good-Bad Dyad*, 37.

Jane Delano BROWN, Carl R. BYBEE, Stanley T. WEARDEN and Dulcie Murdock STRAUGHAN, *Invisible Power: Newspaper News Sources and the Limits of Diversity*, 45.

William L. ROSENBERG and William R. ELLIOTT, *Effect of Debate Exposure on Evaluation of 1984 Vice-Presidential Candidates*, 55.

Alexis S. TAN, Gerdean K. TAN and Alma S. TAN, *American TV in the Philippines: A Test of Cultural Impact*, 65.

W. James POTTER, *News from Three Worlds in Prestige U.S. Newspapers*, 73.

Christine OGAN, *Coverage of Developmental News by Developed and Developing Media*, 80.

Caroline DOW, *Prior Restraint on Photojournalists*, 88.

Janay COLLINS, *Copyright and New Technology: Implications for Audiovisual Works*, 94.

Robert E. DRECHSEL, *Media Tort Liability for Physical Harm*, 99.

Robert F. COPPLE, *The Dynamics of Expression Under the State Constitutions*, 106.

J. David KENNAMER, *Debate Viewing and Debate Discussion as Predictors of Campaign Cognition*, 114.

Linly CHOU, George R. FRANKE and Gary B.

WILCOX, *The Information Content of Comparative Magazine Ads: A Longitudinal Analysis*, 119.

Judee K. BURGOON, Michael BURGOON, David B. BULLER and Charles K. ATKIN, *Communication Practices of Journalists: Interaction with Public, Other Journalists*, 125.

Douglas C. COVERT, *Maker and Viewer Disagreement in Aesthetics of Visual Composition*, 133.

Stephen D. REESE, John A. DALY and Andrew P. HARDY, *Economic News on Network Television*, 137.

Gary Warren MELTON and Gilbert L. FOWLER Jr., *Female Roles in Radio Advertising*, 145.

Donna M. RANDALL, *The Portrayal of Corporate Crime in Network Television Newscasts*, 150.

R.C. ADAMS and Marjorie J. FISH, *TV News Directors' Perceptions of Station Management Style*, 154.

Hunter P. MCCARTNEY, *Applying Fiction Conflict Situations to Analysis of News Stories*, 163.

J.T.W. HUBBARD, *Newspaper Business News Staffs Increase Markedly in Last Decade*, 171.

Peter GERLACH, *Research About Magazines Appearing in Journalism Quarterly*, 178.

Kevin W.J. MCCracken, *Australia and Australians: View from New York Times*, 183.

George E. STEVENS, *Free-Lancers and the 'Work Made for Hire'*, 187.

David A. WESSON and Eileen STEWART, *Gender and Readership of Heads in Magazine Ads*, 189.

Michael J. MURRAY and Sylvia E. WHITE, *VCR Owners' Use of Pay Cable Services*, 193.

Roy E. BLACKWOOD, *International News Photos in U.S. and Canadian Papers*, 195.

Ruth Ann RAGLAND, *How Mayor Candidates Seek Endorsements in New Mexico*, 199.

Lawrence C. SUTHERLAND, *How Texas Journalists View Status of FOI Act*, 202.

Tom W. SMITH, *How Comics and Cartoons View Public Opinion Surveys*, 208.

Marvin OLASKY, *Hawks or Doves: Texas Press and Spanish-American War*, 206.

Index to Volume 63, 262.

Vol. 64, Nr. 2/3, Summer-Autumn 1987.

Stephen LACY, *The Effect of Intra City Competition on Daily Newspaper Content*, 281.

J. David KENNAMER, *How Media Use During Campaign Affects the Intent to Vote*, 291.

Susan HENRY, *'Dear Companion, Ever-Ready Co-Worker': A Woman's Role in a Media Dynasty*, 301.

Don GRIERSON, *Battling Censors, Chiding Home Office: Harrison Salisbury's Russian Assignment*, 313.

Cecile GAZIANO and Kristin MCGRATH, *News-*

- paper Credibility and Relationships of Newspaper Journalists to Communities, 317.
- Philip J. TICHENOR, Clarice N. OLIEN and George A. DONOHUE, *Effect of Use of Metro Dailies on Knowledge Gap in Small Towns*, 329.
- Regina Ganelle SHERARD, *Fair Press or Trial Prejudice?: Perceptions of Criminal Defendants*, 337.
- Douglas ANDERSON, *How Managing Editors View and Deal With Newspaper Ethical Issues*, 341.
- John C. BUSTERNA, *The Cross-Elasticity of Demand for National Newspaper Advertising*, 346.
- Conrad SMITH and Tom HUBBARD, *Professionalism and Awards in Television New Photography*, 352.
- Thomas SKILL, James D. ROBINSON and Samuel P. WALLACE, *Portrayal of Families on Prime-Time TV: Structure, Type and Frequency*, 360.
- Nick TRUJILLO and Leah R. EKDOM, *A 40-Year Portrait of the Portrayal of Industry on Prime-Time Television*, 368.
- Diana C. REEP and Faye H. DAMBROT, *Television's Professional Women: Working with Men in the 1980s*, 376.
- W. James POTTER and William WARE, *Traits of Perpetrators and Receivers of Antisocial and Prosocial Acts on TV*, 382.
- David PRITCHARD, Jon Paul DILTS and Dan BIRKOWITZ, *Prosecutor's Use External Agendas in Prosecuting Pornography Cases*, 392.
- Mary-Lou GALICIAN and Norris D. VESTRE, *Effects of 'Good News' and 'Bad News' on News-cast Image and Community Image*, 399.
- James W. TANKARD, Jr., *Quantitative Graphics in Newspaper*, 406.
- David K. PERRY, *The Image Gap: How International News Affects Perceptions of Nations*, 416.
- Dave BERKMAN, *Politics and Radio in the 1924 Campaign*, 422.
- Jean FOLKERTS and Stephen LACY, *Weekly Editors in 1900: A Quantitative Study of Demographic Characteristics*, 429.
- Judee K. BURGOON, Michael BURGOON, David B. BULLER, Ray COKER and Deborah A. COKER, *Minorities and Journalism: Career Orientations Among High School Students*, 434.
- Ernest C. HYND, *Large Daily Newspaper Have Improved Coverage of Religion*, 444.
- Kenneth RYSTROM, *Apparent Impact of Endorsements By Group and Independent Newspapers*, 449.
- John S. DETWEILER, *Three Newsgathering Perspectives for Covering an Execution*, 454.
- Glenn GAMST, Tim ALLDRIDGE and Steve BUSH, *Effects of Targeted Sales Messages on Subscription Sales and Retention*, 463.
- Michael RYAN, *Organizational Constraints on Corporate Public Relations Practitioners*, 473.
- Bruce A. LINTON, *Self Regulation in Broadcasting Revisited*, 483.
- Harry W. STONECIPHER and Don SNEED, *Libel and the Opinion Writer. The Fact Opinion Distinction*, 491.
- Michael D. SHERER, *A Survey of Photojournalists and Their Encounters with the Law*, 499.
- Rita WOLF, Tommy THOMASON and Paul LAROCQUE, *The Right to Know vs. the Right of Privacy: Newspaper Identification of Crime Victims*, 503.
- Dan BERKOWITZ, *TV News Sources in News Channels: A Study in Agenda Building*, 508.
- Larry L. BURRISS, *How Anchors, Reporters and Newsmakers Affect Recall and Evaluation of Stories*, 514.
- Tony ATWATER, *Network Evening News Coverage of the TWA Hostage Crisis*, 520.
- Philip GAUNT, *Developments in Soviet Journalism*, 526.
- Anna-Karin FURHOFF and Lars FURHOFF, *Mortality Among Swedish Journalists*, 533.
- Jyotika RAMAPRASAD and Daniel RIFFE, *Effect of U.S.-India Relations on New York Times Coverage*, 537.
- Cheryl L. MARLIN, *Space Race Propaganda: U.S. Coverage of the Soviet Sputniks in 1957*, 544.
- Sandra E. MORIARTY, *A Content Analysis of Visuals Used in Print Media Advertising*, 550.
- Ron F. SMITH, *A Comparison of Career Attitudes of News-Editorial and Ad-PR Students*, 555.
- Joey REAGAN and Janay COLLINS, *Sources for Health Care Information in Two Small Communities*, 560.
- Stuart H. SURLIN, *Value System Changes by Students as Result of Media Ethics Course*, 564.
- Ray LAAKANIEMI, *An Analysis of Writing Coach Programs on American Daily Newspapers*, 569.
- Susan CAUDILL, Ed CAUDILL and Michael W. SINGLETARY, *Journalist Wanted: Trade-Journal Ads as Indicators of Professional Values*, 576.
- David O. WOLVERTON and Donald VANCE, *Newspaper Coverage of Proposals for Rate Increases by Electric Utility*.
- William B. BLANKENBURG, *Predicting Newspaper Circulation After Consolidation*, 585.
- Lionel GRADY, *How Voice Reports, Actualities Affect Recall of Radio News*, 587.
- J. Sean McCLENEGHAN, *Impact of Radio Ads on New Mexico Mayoral Races*, 590.
- Pamela J. SHOEMAKER, Stephen D. REESE, Wayne DANIELSON and Kenneth HSU, *Ethnic Concentration as Predictor of Media Use*, 593.
- Pia NICOLINI, *Puerto Rican Leaders' Views of English-Language Media*, 597.
- George F. STEVENS, *Media Defamation and the Free-Lance Writer*, 601.
- Douglas W. STANFIELD and James B. LEMERT,

Alternative Newspapers and Mobilizing Information, 604.

Daniel RIFFE, Donald SNEED and Roger L. VAN OMMEREN, *Deciding the Limits of Taste in Editorial Cartooning*, 607.

Charles R. BANTZ and Robert J. McFARLIN, Jr. *Broadcast Journalists' Education in a Metropolitan Setting*, 610.

Judy VANSLYKE TURK, *Sex-Role Stereotyping in Writing the News*, 613.

Robert G. PICARD, *The 98th Congress and Freedom of Information Issues*, 617.

Herbert H. HOWARD, Edward BLICK and Jan P. QUARLES, *Media Choices for Specialized News*, 620.

Clement Y.K. SO, *The Summit as War: How Journalists Use Metaphors*, 623.

Jean E. DYLE and Mark HARMON, *TV Guide: Images of the Status Quo, 1970-1979*, 626.

Charles OKIGBO, *Death and Funeral Ads in the Nigerian Press*, 629.

HUMAN COMMUNICATION RESEARCH

Uitgegeven voor:

The International Communication Association
door:

Sage Publications, Inc.
275 South Beverly Drive
Beverly Hills, CA 90212
ISSN 0360-3989

Vol. 13, Nr. 2, Winter 1986.

William B. GUDYKUNST and Tsukasa NISHIDA, *The Influence of Cultural Variability on Perceptions of Communication Behavior Associated with Relationship Terms*, 147.

Masayuki NAKANISHI, *Perceptions of Self-Disclosure in Initial Interaction: A Japanese Sample*, 167.

Timothy STEPHEN, *Communication and Interdependence in Geographically Separated Relationships*, 191.

James W. NEULIEP and Vincent HAZLETON, JR., *Enhanced Conversational Recall and Reduced Conversational Interference as a Function of Cognitive Complexity*, 211.

Starr Roxanne HILTZ, Kenneth JOHNSON and Murray TUROFF, *Experiments in Group Decision Making: Communication Process and Outcome in Face-to-Face Versus Computerized Conferences*, 225.

James G. CANTRILL and David R. SEIBOLD, *The*

Perceptual Contrast Explanation of Sequential Request Strategy Effectiveness, 253.

Mary D. ZALESNY and Richard V. FARACE, *A Field Study of Social Information Processing: Mean Differences and Variance Differences*, 268.

Vol. 13, Nr. 3, Spring 1987.

C. Arthur VANLEAR, JR., *The Formation of Social Relationships: A Longitudinal Study of Social Penetration*, 299.

Anthony MULAC, Lisa B. STUDLEY, John W. WIEMANN and James J. BRADAC, *Male/Female Gaze in Same-Sex and Mixed-Sex Dyads: Gender-Linked Differences and Mutual Influence*, 323.

Kathryn DINDIA, *The Effects of Sex of Subject and Sex of Partner on Interruptions*, 345.

Patricia Hayes ANDREWS, *Gender Differences in Persuasive Communication and Attribution of Success and Failure*, 372.

Steven BOOTH-BUTTERFIELD, *Action Assembly Theory and Communication Apprehension: A Psychophysiological Study*, 386.

Sonia M. LIVINGSTONE, *The Implicit Representation of Characters in Dallas: A Multidimensional Scaling Approach*, 399.

Vol. 13, Nr. 4, Summer 1987.

Laura STAFFORD, *Maternal Input to Twin and Singleton Children: Implications for Language Acquisition*, 429.

Deborah A. COKER and Judee K. BURGOON, *The Nature of Conversational Involvement and Nonverbal Encoding Patterns*, 463.

Alan L. SILLARS, Judith WEISBERG, Cynthia S. BURGGRAF, and Elizabeth A. WILSON, *Content Themes in Marital Conversations*, 495.

Ron TAMBORINI, James STIFF, and Dolf ZILLMAN, *Preference for Graphic Horror Featuring Male Versus Female Victimization: Personality and Past Film Viewing Experiences*, 529.

Robert P. HAWKINS, Suzanne PINGREE, and Ilya ADLER, *Searching for Cognitive Processes in the Cultivation Effect: Adult and Adolescent Samples in the United States and Australia*, 553.

Vol. 14, Nr. 1, Fall 1987.

Barbara J. WILSON, *Reducing Children's Emotional Reactions to Mass Media Through Rehearsed Explanation and Exposure to a Replica of a Fear Object*, 3.

W. James POTTER, *Does Television Viewing Hinder Academic Achievement Among Adolescents?* 27.

Robert A. BELL, Nancy L. BUERKEL-ROTHFUSS

and Kevin E. GORE, "Dit You Bring the Yarmulke for the Cabbage Patch Kid?" *The Idiomatic Communication of Young Lovers*, 47.

Barbara J. O'KEEFE and Steven A. McCORNACK, *Message Design Logic and Message Goal Structure: Effects on Perceptions of message Quality in Regulative Communication Situations*, 68.

Daniel J. CANARY and Brian H. SPITZBERG, *Appropriateness and Effectiveness Perceptions of Conflict Strategies*, 93.

JOURNAL OF COMMUNICATION

Uitgegeven door:

Annenberg School Press,
University of Pennsylvania,
3620 Walnut Street, Philadelphia, PA 19104
ISSN 0021-9916

Vol. 37, Nr. 1, Winter 1987.

Klaus Bruhn JENSEN, *News as Ideology Economic Statistics and Political Ritual in Television Network News*, 8.

Eli M. NOAM, *The Public Telecommunications Network: A Concept in Transition*, 30.

Walter S. BAER and Martin GREENBERGER, *Consumer Electronic Publishing in the competitive Environment*, 49.

Robert PEPPER and Stuart N. BROTMAN, *Restricted Monopolies or Regulated Competitors? The Case of the Bell Operating Companies*, 64.

A. Michael NOLL, *The Effects of Divestiture on Telecommunications Research*, 73.

Patricia AUFDERHEIDE, *Universal Service: Telephone Policy in the Public Interest*, 81.

Garth S. JOWETT, *Propaganda and Communication: The Re-emergence of a Research Tradition*, 97.

DE PERS - LA PRESSE

Uitgegeven door:

Belgische Vereniging van de Dagbladuitgevers, v.z.w.,
Belliardstraat 20, bus 5, B-1040 Brussel

Jg. 32, nr. 3 (127), juni 1987.

Jan Baert overleden, 1.

Frans Grootjans neemt afscheid, 2.

P. MASSON, *La nouvelle maquette de la Dernière Heure/Les Sports*, 3.

J. HEINEN, *Révolution d'octobre à "La Cité"*, 7. *La Meuse a 130 ans*, 11.

Herstructurering van de productie van dagblad-papier in België, 13.

D. DE GROOFF, *De krant van de toekomst, de toekomst van de krant*, 15.

Vlaanderen leeft, 19.

Le 39e congrès de la F.I.E.J., 21.

Où en est la liberté de la presse?, 23.

Presse et terrorisme, 27.

Futur environnement médiatique, 33.

A. HEARD, *Plume d'Or de la Liberté*, 37.

La publicité pour stimuler un marché libre, 39.

Nouveau directeur pour la F.I.E.J., 43.

Code à barres sur les bobines de papier journal, 43.

Beroepsprofielen in de grafische industrie, 45.

FILM EN TELEVISIE

Uitgegeven door:

Katholieke Filmliga,
Dwarsstraat 9, 1030 Brussel

Nr. 362-363, juli-augustus 1987.

Ronnie PEDE en Freddy SARTOR, *Cannes-tekeningen*, 9

Cis BIERINCKX, *Woody graaft autobio*, 16

Chantal MOENS, *Woody Allen: Superman of antiheld?*, 18

Geert NEYT, *Raising Arizona*, 20

Jules SEGERS, *Chronique d'une mort annoncée*, 21

Fränk RAATS, *Cannes, een persoonlijke belevenis*, 22

Dirk DUFOUR, *33ste Kurzfilmtage Oberhausen*, 23

Peter DAEMS, *84 Charing Cross Road*, 26

Freddy SARTOR, *Raul Ruiz - Macbeth*, 27

Jean-Pierre WAUTERS, *100 St. Lukas Brussel 19887-1987*, 32

Francis THEUNS, *De kunst van Jef Cassiers*, 38

Willem DE GEYNDT, *Televisie in de school*, 39

Concentra Groep

Wanneer inzichten, creativiteit en spijstechnologie
samengaan in doeltreffende communicatie!



Het Belang van Limburg/Hier-reclamebladen/Concentra Grafic/Concentra Post/
Concentra Computercenter, Herkenrodesingel 10, 3500 Hasselt, ☎ 011/29.42.11

Jet-Magazine, Bedrijfstraat 21, 3500 Hasselt, ☎ 011/22.58.77

Fotogravure Geelen, Bedrijfstraat 21, 3500 Hasselt, ☎ 011/21.01.06

Concentra Broadcasting Agency (Cobra), Bedrijfstraat 19, 3500 Hasselt, ☎ 011/22.00.22

CLP Ltd, College House, Wrightslane, Kensington W 85 SH, United Kingdom, ☎ 1-602.71.81

NV Concentra-Brussel, IPC, Karel de Grotelaan 1, bus 11, 1040 Brussel, ☎ 02/230.50.18

boek- besprekingen

Jo BARDOEL en Jan BIERHOFF (ed.),
Media in Nederland (feiten, analyses).
Groningen, Wolters-Noordhoff, 1987, 228 blz.
Jo BARDOEL en Jan BIERHOFF (red.),
Informatie in Nederland (theorie, achtergronden).
Groningen, Wolters-Noordhoff, 1987, 231 blz.

De boeken 'Media in Nederland' van Bardoel en Bierhoff zijn sinds hun eerste verschijnen in 1981 uitgegroeid tot een standaardwerk voor studenten journalistiek en communicatiewetenschappen en voor ieder die geïnteresseerd is in de Nederlandse media. Redenen daarvoor zijn o.a. de vlotte schrijfstijl, de overzichtelijke presentatie en de brede benadering van het onderwerp. Inmiddels is de vierde druk verschenen en die zet de traditie voort, al is de opzet volledig veranderd.

Het eerste deel 'Media in Nederland' geeft een overzicht van de ontwikkelingen in de wereld van de Nederlandse omroep, pers en nieuwe media (tot en met de nieuwe mediawet). Terwijl dit deel specifiek op Nederland gericht is (al zijn de problemen daar vergelijkbaar met die in België), is het tweede deel algemener van aard.

In dit deel gaan de auteurs dieper in op een aantal onderwerpen, gegroepeerd rond de thema's mediabeleid, theorievorming en praktijk. Vragen over de gevolgen van de steeds groter wordende informatiestroom op ons beeld van de werkelijkheid, ethische aspecten van informatie-verstrekking, de internationale informatie-uitwisseling, het belang van cultuur en de noodzaak tot bescherming ervan komen onder meer aan bod.

Het zijn echter vooral de inleidingen van de boeken, waarin de vinger gelegd wordt op heel wat problematische ontwikkelingen en brandende vraagstukken van nu. Zij kunnen stof leveren voor meerdere discussies en debatten, ook al omdat de auteurs hierin duidelijk stelling nemen. De twee delen geven samen een leesbaar en lezenswaardig overzicht, niet alleen van de situatie en problemen in Nederland, maar van tendensen, knelpunten en 'gordiaanse knopen' die zich overal op mediagebied voordoen.

M.W.

Peter NEDERHOED,
Helder rapporteren. Een handleiding voor het schrijven van rapporten, scripties, nota's en artikelen in wetenschap en techniek.
Deventer, Van Loghum Slaterus, 1987, 260 blz.

De verslaggeving is een essentieel onderdeel van het onderzoek: daarmee wordt het afgerond en verantwoord, stelt de auteur in de inleiding

van "Helder rapporteren". Nederhoed is docent 'schriftelijk rapporteren' zowel in het hoger beroeps onderwijs als van cursussen voor bedrijven en overheidsinstellingen, en dit boek is gegroeid uit de dictaten van die lessen (het beleefte inmiddels de derde druk). Doelgroep is iedereen die wel eens rapporten of verslagen moet maken. Het boek is tegelijkertijd een handleiding voor degenen die voor hun eerste opdracht staan (studenten of anderen), en een nuttig naslagwerk voor degenen die al vaker verslagen hebben geschreven (o.a. door de aanwezigheid van een hoofdstuk over spelling en het gebruik van leestekens, of door het overzicht van correctietekens voor het corrigeren van drukproeven). Een nuttig boek dat zeker voor studenten een goede hulp kan zijn.

M.W.

J. KATUS en W.F. VOLMER (red.),

Ontwikkelingslijnen van de overheidsvoorlichting,

Muiderberg, Dick Coutinho, 1985, 88 blz.

J.KATUS en L.C. BEETS (red.),

Actuele vraagstukken van de overheidsvoorlichting,

Muiderberg, Dick Coutinho, 1985, 118 blz.

Doorheen de jaren zijn de ideeën over overheidsvoorlichting (functies, grenzen, media) in Nederland geëvolueerd. "Ontwikkelingslijnen van de overheidsvoorlichting" geeft een beeld van die evolutie aan de hand van gedeelten uit de rapporten en verslagen van na de tweede wereldoorlog met betrekking tot overheidsvoorlichting en openbaarheid van bestuur. Het gaat om geselecteerde fragmenten uit de oorspronkelijke teksten, die door de auteurs in paragrafen zijn ondergebracht. Elke selectie is natuurlijk discutabel, maar de auteurs slagen wel in hun opzet: zij geven een overzichtelijk beeld van de ontwikkelingslijnen in de (actieve) overheidsvoorlichting in Nederland.

Dit boekje vormde tevens een basistekst voor een in 1985 gehouden symposium over 'actuele vraagstukken van de overheidsvoorlichting'. De inleidingen die op dat symposium zijn uitgesproken, zijn samengebracht in een andere Coutinho-uitgave. Daarnaast bevat deze uitgave ook een toespraak van Winsemius, waarnaar in de verschillende inleidingen verwezen werd, en een samenvatting van de symposiumdiscussie. Uit de teksten blijkt dat de 'actuele vraagstukken' voornamelijk draaien rond het al dan niet geoorloofd zijn van persuasieve overheidsvoorlichting (Pu-

blic Relations en Propaganda), en het al of niet nuttig zijn van een voorlichtingskamer.

M.W.

Hugo A. DE ROODE en Paul MERTZ (red.),

Communicatie: Ontwikkelingen en trends in organisatie en bedrijf - 1987.

Deventer, Kluwer, 1987, 185 blz., geïll.

De reeks waarin "Communicatie: ontwikkelingen en trends in organisatie en bedrijf - 1987" een eerste uitgave is, wil jaarlijks een beeld schetsen van actuele ontwikkelingen en trends in organisatie- en bedrijfscommunicatie in Nederland en België. De uitgaven zullen steeds vier delen bevatten.

1. 'Organisatie en bedrijfscommunicatie', met deze keer een aantal profielschetsen van de communicatie-eenheden van een aantal bedrijven,
2. 'Communicatie en beleid', waarin ontwikkelingen in voorlichting en Public Relations aan bod komen,
3. 'Marketingcommunicatie', met in dit nummer in het bijzonder aandacht voor reclame,
4. 'Raakvlakken met en invloeden op Communicatie'. Dit deel bevat artikelen over Public Affairs, communicatie-onderzoek, grafische vormgeving, creativiteit en organisatie-cultuur.

Het doel dat de auteurs/samenstellers zich met deze reeks gesteld hebben, is zeer ruim: men wil ontwikkelingen en trends in alle soorten van organisatie- en bedrijfscommunicatie signaleren, de basisinformatie van de diverse deeldisciplines verschaffen, raakvlakken met en invloeden op communicatie aangeven, theorie aan praktijk toetsen, dwarsverbanden aangeven voor de doelmatige communicatie van organisaties enz. (p.8). M.a.w. men wil eigenlijk alles signaleren wat er gebeurd is, gebeurt en kan of zal gebeuren in en rond alle soorten van communicatie in en rond organisaties en bedrijven. Een bijzonder ruim doel en het resultaat is er ook naar: in deze eerste uitgave komen allerlei soorten van communicatie aan bod, en nergens wordt een poging gedaan om enige duidelijkheid te brengen in de wirwar van termen (totale communicatie, geïntegreerde communicatie, beleidscommunicatie, management-communicatie, marketing-communicatie enz.). Het resultaat is dat het de lezer op den duur begint te duizelen, ook al omdat hij de indruk krijgt dat de verschillende auteurs het onderling niet altijd eens zijn over de inhoud van elke term.

Het belang van dit boek ligt hierin dat het vanuit de praktijk geschreven is, dat het een erkenning

is van het belang van communicatie voor een organisatie, en dat het een (zij het verward) overzicht geeft van de vormen die die communicatie in de praktijk allemaal kan aannemen en de wijzen waarop die communicatie georganiseerd wordt. Ook de noodzaak van een meer wetenschappelijke en geïntegreerde benadering wordt door sommige auteurs signaleerd.

Alles bijeen een zeer lezenswaardig boek vanwege de herkomst (nu eens niet vanuit de wetenschap), de actualiteit en de praktijkgerichtheid.

M.W.

Hannes HAAS (red.),

Mediensysteme. Struktur und Organisation der Massenmedien in den deutschsprachigen Demokratien.

Wien, Wilhelm Braumüller, 1987, 196 blz.

"Mediensysteme", het derde deel in de serie 'Studienbücher zur Publizistik- und Kommunikationswissenschaft', is, zoals de vorige delen, een verzameling van 'standaardartikelen', dit keer rond het onderwerp 'mediasystemen in Zwitserland, Oostenrijk, West- en Oost-Duitsland'. Ook de overzichten met aanvullende literatuur ontbreken niet. De auteurs zijn allen weer gerenommeerde *Duitstalige* communicatiewetenschappers (zonder uitzonderingen). Een aantal artikelen werden herschreven voor deze publikatie, en één is zelfs speciaal ervoor geschreven. De meerderheid van de bijdragen zijn echter al elders verschenen, en in die zin zal dit werk voor degenen die de Duitse 'Publizistik' volgen, niet veel nieuws bevatten. Dat is echter ook niet de opzet van deze reeks. De samenstellers willen immers door het bundelen van bestaande, belangrijke artikelen een handboek samenstellen en zo het opzoekwerk voor studenten en wetenschappers verlichten.

In dit boek behandelen de artikelen van het eerste hoofdstuk de media als maatschappelijk systeem, als onderneming, als cultuurdrager en als openbare instelling. In het tweede hoofdstuk komen de structuren en de ontwikkelingen in de duitstalige democratieën aan bod, en in een derde de vragen rond de complementariteit en concurrentie tussen de media. Het laatste deel bespreekt de functies van de media.

M.W.

Rainer FLÖHL en Jürgen FRICKE (red.),

Moral und Verantwortung in der Wissenschaftsvermittlung. Die Aufgabe von Wissenschaftler und Journalist.

Mainz, Von Hase & Koehler, 1987, 150 blz.

De discussie met betrekking tot wetenschapsjournalistiek heeft zich lang beperkt tot het bespreken van het gebrek eraan en de fouten erin. "Moral und Verantwortung in der Wissenschaftsvermittlung", een bundeling van referaten van een symposium, gaat verder. Men probeert de moraal die in de wetenschapsjournalistiek heerst, vast te leggen en een inzicht te krijgen in de verantwoordelijkheden van wetenschappers en journalisten terzake.

Wat betreft de wetenschappers wordt hun zelfbeeld beschouwd en wordt besproken hoever hun verantwoordelijkheid gaat: zijn zij slechts verantwoordelijk voor de correctheid van hun onderzoek of ook voor de communicatie ervan. Anderzijds komt ook de verantwoordelijkheid van de journalist in het algemeen en de wetenschapsjournalist in het bijzonder aan bod. Tenslotte wordt ingegaan op de botsingen tussen journalist en wetenschapper: is het een belangenconflict of een machtsprobleem?

Al met al een interessant boek omdat het zich bezighoudt met een nogal verwaarloosd terrein: ethiek en journalistiek.

M.W.

Akiba A. COHEN,

The television news interview.

Beverly Hills, Sage, 1987, 160 blz.

Eerst onderscheidt de auteur van "The television news interview" journalistieke en niet-journalistieke interviews op basis van doel, initiatiefnemer, rol, sociale status en geloofwaardigheid van de partners, representativiteit van de geïnterviewde, positie van de interviewer, openbaarheid e.d. Daarna gaat hij dieper in op wat het tv-interview van andere journalistieke interviews onderscheidt.

In het tweede hoofdstuk worden programma's gecategoriseerd op basis van de functie van het interview, het belang, aantal en duur ervan, hun graad van formaliteit en de personen die erin aan bod komen.

Ook de verschillende codes in tv-interviews komen aan bod: identiteitscodes, situationele codes, verbale en niet-verbale codes. Later worden die codes gebruikt om interviews op verschillende zenders te vergelijken.

Maar alvorens de auteur daartoe overgaat, onderneemt hij een poging om de regels van het tv-journaal-interview te herzien en samen te vatten op basis van de vermelde codes.

Het vierde hoofdstuk biedt een inhoudsanalyse van 514 interviews tijdens 12 nieuwsuitzendingen.

gen van drie Amerikaanse commerciële zenders. Algemene karakteristieken komen aan bod, evenals een analyse aan de hand van de vier genoemde codes.

In het vijfde hoofdstuk worden interviews in Groot-Brittannië, West-Duitsland, Israël en de USA op dezelfde manier vergeleken, na een korte beschrijving van het omroepsysteem in elk van die landen.

In het zesde hoofdstuk komen diverse interviewers zelf aan het woord, zij zetten uiteen wat ze doen, om welke redenen, en wat de gevolgen daarvan zijn voor de nieuwsuitzendingen in hun land. Hun grootste klacht m.b.t. interviews is de korte tijdsspanne waarover ze kunnen beschikken.

Het zevende hoofdstuk biedt een poging om de verschillen tussen de interviews in de tv-nieuwsuitzendingen in verschillende landen te verklaren d.m.v. sociale, culturele en politieke factoren; gedeeltelijk aan de hand van uitspraken van journalisten.

In het laatste hoofdstuk tenslotte geeft de auteur suggesties voor een meer vruchtbare benadering van het onderwerp. Hier mocht m.i. meer aandacht aan besteed zijn.

Dit is meteen mijn grootste kritiek op dit werkje. Wat wordt gesteld is vaak zeer interessant maar weinig uitgediept. Maar dat is dan waarschijnlijk wel weer wat dit boek zo leesbaar maakt.

M.-J. D.R.

Frank PARKER,

Linguistics for non-linguists.

London, Taylor & Francis, 1986, 239 blz.

"Linguistics for non-linguists" is bedoeld voor niet-linguïsten die op de een of andere manier toch met linguïstiek te maken hebben. De basiselementen van linguïstiek passeren een voor een de revue: theorie - pragmatiek, semantiek, morfologie, fonologie - en toepassingen - taalvariëteiten, taalverwerving en de neurologie van de taal. De auteursindex en vooral de uitgebreide onderwerpsindex maken het werk zeer bruikbaar. Het is geen inleiding tot de linguïstiek, maar het lezen ervan voor (of naast?) zo'n inleiding kan nuttig zijn.

In de inleiding wordt aan de hand van een analogie en een voorbeeld aangegeven wat linguïsten bestuderen en hoe ze daarbij te werk gaan. Bij ieder hoofdstuk worden oefeningen met oplossingen en bijkomende lectuur (primaire en secundaire) opgenomen. Telkens weer wijst de auteur op het feit dat zijn tekst slechts een summier - maar o.i. duidelijke en nuttige - weergave is

van de theorieën betreffende het behandelde onderwerp.

Een bescheiden maar belangrijk werk voor niet-linguïsten die een eerste kennismaking met de linguïstiek beogen. Een aangename kennismaking.

M.-J. D.R.

Paul KERR (Ed.),

The Hollywood Film Industry. A Reader.

London, Routledge & Kegan Paul, 1986, X + 290 blz.

"The Hollywood Film Industry" verzamelt een aantal bijdragen die Hollywood meer als een industrie dan als een verzamelwoord voor films en filmmakers willen bestuderen. Dit betekent niet dat hier gepoogd wordt een exhaustief beeld te schetsen van de Amerikaanse filmindustrie of van haar geschiedenis. De diverse bijdragen bieden een aantal "case studies" van items die gerelateerd zijn aan de Amerikaanse filmindustrie. In een inleiding schetst Kerr kort hoe diverse theorieën (de Frankfurter Schule; het realisme debat; de auteurspolitiek; de genrestudies; en de semiotische en psychoanalytische tekstanalyse) het industriële aspect van de Hollywoodcinema steeds weer hebben ontweken, en hoe een studie van de Hollywoodindustrie op deze bestaande theoretische achtergrond een belangrijke aanvulling zou kunnen bieden. Alle artikelen worden kort ingeleid door Paul Kerr, en aan het einde van het boek is een selectieve bibliografie opgenomen met teksten over de Amerikaanse filmindustrie.

Inhoudstafel: D.W. Griffith and the banks: a case study in film financing (Janet Wasko); Notes on Columbia Pictures Corporation 1926-1943 (Edward Buscombe); On the Town (Hugh Fordin); The Collapse of the Federated Motion Picture Crafts: a case study of class collaboration in the motion picture industry (Ida Jeter); Mass produced photoplays: economic and signifying practices in the first years of Hollywood (Janet Staiger); Color and Cinema: problems in the writing of history (Edward Branigan); Camera movement: the coming of sound and the classical Hollywood style (David Bordwell); Stardom as an occupation (Barry King); How to distribute a film (Lee Beaupré); The Picture Palace: economic sense or Hollywood nonsense? (Douglas Gomery); Out of what past? Notes on the B film noir (Paul Kerr); Shaping the film business in postwar Germany: the role of the US filmindustry and the US state (Thomas Guback).

P.C.

Robin WOOD,

Hollywood from Vietnam to Reagan.

New York, Columbia Press, s.d., X + 328 blz.

"Hollywood from Vietnam to Reagan" biedt geen chronologisch doorlopend overzicht van de Hollywood cinema van de jaren '70 tot op heden. Het boek is samengesteld uit een reeks van vroeger gepubliceerde essays, die slechts los aan elkaar zijn verbonden. Wood wil ook niet exhaustief alle genres, films of auteurs bespreken; zijn voorkeur gaat uit naar "auteur-regisseurs" als Scorsese, Cimino, De Palma, e.a., die op één of andere manier de gevestigde Hollywood cinema hebben uitgedaagd. Woods lectuur van de films uit deze periode is een persoonlijke lectuur, d.w.z. een politieke, ideologische lectuur. Vietnam en het Watergateschandaal hebben het vertrouwen in de Amerikaanse samenleving en de gevestigde maatschappelijke orde diep geschokt. Zich basierend op marxistische, feministische en psychoanalytische theorieën, poneert Wood dat deze ideologische crisis, die ertoe heeft bijgedragen dat bewegingen als het feminisme en de homoseksuele revolutie zijn ontstaan en sterker zijn geworden, hun weerslag vinden op verschillende vlakken in de Hollywoodfilm. De auteur stelt dat het einde van de Vietnamoorlog, en later de politiek van Carter en Reagan hebben geleid tot een "stoplappolitiek" ("papering the cracks"), die tevens op diverse manieren zichtbaar is in de films van de jaren '80.

In deze reeks essays behandelt Wood verder de horrorfilm van de jaren '80, de "fantasie cinema" van Lucas en Spielberg en het werk van enkele vrouwen regisseurs uit de jaren '70.

De hoofdstukken vertonen op verscheidene plaatsen een uitgesproken polemisch karakter en vervangen doorgaans beschrijving door evaluatie. Ondanks enkele nuancerings in de inleiding, situeren de verschillende besprekingen zich duidelijk in de context van de auteurspolitiek, die ook de vroegere geschriften van de auteur kenmerken.

P.C.

James VINSON (Ed.),

The International Dictionary of Films and Filmmakers:

Volume III: Actors and Actresses.

Chicago, London, St. James Press, 1986, X + 670 blz.

Van "The International Dictionary of Films and Filmmakers" is 'Actors and Actresses' het derde volume in een reeks van vier. Na de films (vol. I) en de regisseurs (vol. II) komen de acteurs aan de

beurt. Het vierde en laatste volume is getiteld "Writers and Production Artists". Bij de keuze van acteurs en actrices is gekozen voor een zo ruim mogelijk spectrum. In deze encyclopedie zijn derhalve naast Amerikaanse (inclusief Cubaanse, Mexicaanse, ...) acteurs ook Europese, d.w.z. Franse, Duitse, Engelse, Deense, Tsjechooslowaakse en andere Oost-Europese acteurs opgenomen. De Belgische en Nederlandse acteurs/actrices zijn echter wat in de vergeethoek geraakt.

Per acteur of actrice wordt eerst een bondige levensbeschrijving gegeven. In een tweede rubriek volgt een opsomming van de rollen die hij of zij hebben gespeeld. In een derde paragraaf tenslotte volgen enkele bibliografische referenties van boeken of artikels door en/of over de persoon in kwestie.

Naast de twee voorgaande volumes biedt ook dit derde een interessant naslagwerk aan een ieder die zich beroepshalve of uit liefhebberij voor film interesseert.

P.C.

Anthony SLIDE,

The American Film Industry. A Historical Dictionary.

New York, London, Greenwood Press, 1986, X + 431 blz.

"The American Film Industry" is een interessant naslagwerk, opgesteld als een woordenboek. Het biedt informatie over meer dan 600 items, gaande van Amerikaanse filmstudio's, tot produktie- en distributiemaatschappijen, technische vernieuwingen, filmseries en -genres, en industriële organisaties. Ieder item wordt gevolgd door een essay of korte beschrijving. Waar verschillende benamingen of titels in gebruik zijn, zijn deze opgenomen met een verwijzing naar de rubriek waar het item wordt besproken. Aan het einde van het naslagwerk is ook nog een korte bibliografie toegevoegd.

P.C.

Bernhard SPRINGER,

Narrative und optische Strukturen im Bedeutungsaufbau des Spielfilms.

Methodologische Überlegungen entwickelt am Film "Falsche Bewegung" von Peter Handke und Wim Wenders.

(Medienbibliothek: Serie B; Bd. 10).

Tübingen, Gunter Narr Verlag, 1987, 279 blz. (+ protocol).

"Narrative und optische Strukturen im Bedeutungsaufbau des Spielfilms" is de publikatie van een doctoraal proefschrift dat door Sprenger is voltooid in 1984 aan de Filosofische Faculteit Taal en Literatuurwetenschap II van de Ludwig-Maximilian Universiteit. De studie wil vernieuwend zijn op twee vlakken. In de eerste plaats meent de auteur dat de traditionele, vanuit de literatuurwetenschap overgenomen analyseinstrumenten ontoereikend zijn gebleken voor de studie van films en van audiovisuele teksten in het algemeen. In dit werk wil Sprenger pogen een specifiek filmisch analyseinstrumentarium op te bouwen. Hiertoe splijt Sprenger de studie op in twee delen, nl. de optische en de narratieve structuren. Elk deel wordt eerst voorafgegaan door een theoretisch gedeelte. De werkbaarheid van de voorgestelde instrumenten wordt vervolgens getoetst via de analyse van de film *Falsche Bewegung*.

Bij de studie van de optische structuren probeert de auteur diverse paradigma's te onderscheiden en deze in hun syntagmatische ordening te analyseren. Hierbij bouwt Sprenger vnl. voort op de semiotiek van Eco en van Metz, en op Lotmans topologisch metataal-begrip (cf. Lotmans *Aufsätze zur Theorie und Methodologie der Literatur und Kunst*, Kronberg, 1974). Het gebruik van symbolen, twee dimensionele schema's en tekeningen (storyboards) probeert aan de tekortkomingen van de natuurlijke taal als beschrijfinstrument tegemoet te komen; dergelijke "hulpmiddelen" illustreren tegelijkertijd de moeilijkheden om een filmische tekst op een adequate manier te beschrijven. (Zie hiervoor ook de aanmerkingen i.v.m. de leesbaarheid van het protocol (de beschrijving) van de film *Falsche Bewegung*).

Ook de studie van de narratieve structuren concentreert zich op de syntagmatische organisatie van paradigma's. Hier baseert Sprenger zich vnl. op auteurs als Propp, Bremond, Jacobson, maar ook Lotman en leermeester Prof. Dr. Michael Titzman. Met begrippen als "propositie", "situatie", "situatie-opeenvolging", ... probeert Sprenger de studie van de narratieve structuren op een abstracter niveau te situeren, om zo categorieën te bekomen, die niet alleen toepasbaar zijn op films, maar op alle artistieke teksten.

Aan het einde van de studie is ook nog een bibliografie toegevoegd.

P.C.

John CORNER (Ed.),

Documentary and the Mass Media

(Stratford-upon-Avon Studies, Second Series).
London, Edward Arnold (Publishers) Ltd., 1986,
XIV + 178 blz.

"Documentary and Mass Media" verzamelt een aantal artikelen die de documentaire benaderen vanuit diverse invalshoeken. Een eerste groep bevat vnl. historisch gerichte artikelen, die het maken van een documentaire plaatsen in een ruimer socio-politieke en culturele context (cf. Scannell, Chaney en Pickering, en Bell). Een tweede groep studies concentreert zich op specifieke documentaires of op documentaire kenmerken, alhoewel ook hier politieke en sociale factoren niet worden uitgesloten (cf. Sorensson, Silverstone, en Nichols). Een derde groep bijdragen legt minder de nadruk op de tekstanalyse dan op één of ander specifiek soort extra-tekstueel onderzoek (cf. Collins en Richardson). Het artikel van Vaughan tenslotte snijdt dwars door deze invalshoeken heen en biedt een aantal argumenten en bedenkingen die kunnen leiden tot het herdenken van een paar belangrijke aspecten van het tegenwoordig vigerende "documentaire"-concept.

Inhoudstafel: "The Stuff of Radio": Developments in Radio Features and Documentaries Before the War (Paddy Scannell); Authorship in Documentary: Sociology as an Art Form in Mass Observation (David Chaney en Michael Pickering); The Documentary Aesthetics of Humphrey Jennings (Bjorn Sorenssen); The Origins of British Television Documentary: The BBC 1946-55 (Elaine Bell); The Agonistic Narratives of Television Science (Roger Silverstone); Questions of Magnitude (Bill Nichols); Seeing is Believing: the Ideology of Naturalism (Richard Collins); Documentary Meanings and the Discourse of Interpretation (John Corner en Kay Richardson); Notes on the Ascent of a Fictitious Mountain (Dai Vaughan).

P.C.

James MONACO,

The Connoisseur's Guide to the Movies.

New York, Oxford, England, Facts On File Publications, 1985, 313 blz.

De "Connoisseur's Guide" verzamelt 1463 titels van films. De titel en het beperkt aantal films duiden er reeds op dat het hier om een erg selectieve keuze gaat. Iedere film wordt voorafgegaan door een teken dat staat voor een waardering van de film. Veertig titels worden beschouwd als "ware meesterwerken", waaronder *The Big Sleep*, *A Bout de Souffle*, *Casablanca* en *Citizen Kane*. De enige gegevens (buiten de titel van de film) die systematisch worden vermeld, zijn het land van herkomst en het productiejahr. Bij heel wat titels valt zelfs de korte inhoud weg, en moet

de lezer het stellen met Monaco's persoonlijke opinie over de film.

Dit boek is duidelijk één van de minder ernstige ondernemingen van de auteur van *How to Read a Film*. Wie graag wil weten welke films James Monaco goed en welke hij slecht vindt, kan bij deze "Connoisseur" terecht. Wie zich echter meer voor de films zelf interesseert, verwijzen wij liever naar de laatste editie van de Speelfilm Encyclopedie (uitg. Rostrum).

P.C.

László HALASZ (Ed.),

Literary Discourse. Aspects of Cognitive and Social Psychological Approaches, (Research in Text Theory/Untersuchungen zur Texttheorie, vol. XI).

Berlijn, New York, Walter de Gruyter, 1987, 242 blz.

"Literary Discourse" is het elfde in een reeks van twaalf volumes uitgegeven bij de Gruyter rondom teksttheorie. De twaalf bijdragen voor dit volume zijn afkomstig van Amerikaanse en Hongaarse psychologen, en baseren zich op de notities die zijn voorgedragen tijdens een congres dat in september 1983 plaatsvond in Budapest, en dat handelde over sociale perceptie en het begrijpen van maatschappelijke interactie in literatuur.

Vanuit teksttheoretisch oogpunt benaderen deze onderzoekers het literair discours vnl. vanuit het standpunt van de receptie. Doelstelling is na te gaan hoe bij de mens het proces van informatieverwerking zich voltrekt, en dat m.n. bij de receptie van een literaire tekst. Een eerste reeks artikelen houdt zich vnl. bezig met het begrijpen van literaire teksten, het waarden en genieten van literatuur, en de mogelijkerwijs vergelijkbare informatieverwerking en literaire waardering door computers of artificiële intelligentie in het algemeen. Een tweede reeks artikelen bestudeert de plaats van het kortverhaal in de psychologie van de literatuur. Resultaten van dit onderzoek baseren zich zowel op inhoudsanalyse als op sociologische benaderingen van teksten (bv. personagetekeningen; maatschappelijke interactie; ...) en socio-culturele factoren die de perceptie/receptie van het kortverhaal medebepalen. Een laatste groep teksten tenslotte concentreert zich op vragen zoals het meten van de populariteit van literaire teksten en de interpretatie (psychoanalytische en andere) van zowel literaire als niet literaire (bv. visuele) teksten.

Iedere bijdrage wordt besloten met een bibliografie. Inhoudstafel: Cognitive and Social Psychological Approaches to Literary Discourse. An Overview

(László Halász); Artificial Intelligence and Literary Appreciation: How Big is the Gap? (Robert P. Abelson); Schemas for Literary Communication (Robert de Beaugrande); On Formal- and on Content-Based Models of Story Memory (Csaba Pléh); Understanding and Enjoying (János László); The Short Story: Its Place in the Psychology of Literature (Martin S. Lindauer); Social Perception and Understanding of Interaction in the Short Stories Entitled "Everything that rises must converge" and "Brutes" (Barbarians) (László Halász); Narrative Pattern Analysis: a Quantitative Method for Inferring the Symbolic Meaning of Narratives (Colin Martindale); A Personality Assessment Approach to the Study of Literature (Ravenna Helson); Shakespeare's Plays and Sonnets: Correlates of Differential Greatness (Dean K. Simonton); Psychoanalytical Text Theory and Literary Interpretation (Antal Bókay); Life vs. Art: the Interpretation of Visual Narratives (Larry Gross).

P.C.

Lise ADDA,

Télévision par câble et télévision publique aux Etats-Unis.

Aubervilliers, La documentation française, Problèmes politiques et sociaux, n° 465, 3 juni 1983, 40 blz.

'La documentation française' levert met de regelmaat van een klok dossiers af, die de lezer op enkele bladzijden een grondige inzicht bieden in de behandelde problematiek. 'Télévision par câble et télévision publique aux Etats-Unis' vormt geen uitzondering. Zoals steeds is dit dossier een analyse van verschillende bronnen.

In een eerste hoofdstuk wordt de kabeltelevisie in de Verenigde Staten besproken. De economische structuur, financiering en het programma-aanbod van de kabelmaatschappijen wordt doorgeleefd.

In een tweede hoofdstuk wordt het Public Broadcasting System behandeld, de Amerikaanse openbare televisie. Ook hier krijgt de lezer een overzicht van de structuur, de financiering en het programmatorische aspect van openbare televisie in het land dat doorgaat als de bakermat van de deregulering. Bijkomend worden de rol en de toekomstmogelijkheden van de openbare televisie in de States kort belicht.

Beide systemen worden in het derde hoofdstuk met elkaar geconfronteerd.

Tenslotte wordt in een laatste hoofdstuk kort ingegaan op de kansen en mogelijkheden die door de nieuwe technologieën op het niveau van de televisie geboden worden. Meer concreet wordt

de vraag gesteld of deze nieuwe technologieën ook zullen leiden naar een nieuwe vorm van televisie-activiteit.

K.V.

Huib WIJFJES,

Hallo, hier Hilversum. Driekwart eeuw radio en televisie.

Weesp, Fibula-Van Dishoeck, 1985, 119 blz.

Huib Wijfjes bespreekt in "Hallo, hier Hilversum" 75 jaar Nederlandse omroep.

Een droge geschiedschrijving is het allerminst geworden.

Het doel van de schrijver was inzicht te verschaffen in het ontstaan van de door veel mensen van nu als uiterst verwarrend omschreven situatie op omroepgebied. De auteur komt tot de conclusie dat feitelijk slechts één vraag de omroepgeschiedenis beheerst: wie mag wat en wanneer laten horen en zien? Deze vraag loopt dan ook als een rode draad doorheen de uiteenzetting.

Nieuwe ontwikkelingen, zowel op maatschappelijk als op technisch gebied, plaatsten de vraag telkens in een ander daglicht, en verhinderden volgens de auteur de definitieve oplossing ervan. De keuze tussen een levensbeschouwelijk of commercieel stelsel, de discussie over de voor- en nadelen van een staats- of een privé-omroep, de rol van staat en bedrijfsleven: alle worden in dit boek levendig belicht.

Wijfjes is erin geslaagd de Nederlandse omroepgeschiedenis op een bijzonder heldere wijze te belichten. Zelfs het gebrek aan affiniteit, dat wij als Vlaamse lezer doorgaans ervaren wanneer het gaat over de 'petites histoires' van de Nederlandse omroep, blijft in dit geval achterwege door Wijfjes' klare kijk op en relativering van de rol van deze gebeurtenissen in de ontwikkeling van de Nederlandse omroep.

K.V.

Chris KELLY,

The Telebook. What goes on behind the screen?

Oxford/Toronto/Melbourne, Oxford University Press, 1986, 94 blz.

"The Telebook" presenteert een inside-kijk op de Britse televisie.

In een reeks van korte artikels, verlucht met zeer veel foto's en tekeningen, wordt de lezer een blik achter de schermen van BBC en ITN geboden. Uiteenlopende items als sport, soaps, nieuws, reclame, Open Universiteit en kijk- en luistercijfers

worden, zij het kort en met weinig diepgang, aangeraakt.

Het boek is gericht op jongere lezers, en wenst deze een inzicht te geven in het reilen en zeilen van de televisie in Groot-Brittannië. Daarin is het zeker geslaagd. Het grote aantal besproken - of beter 'aangehaalde' - items heeft echter geleid tot een gebrek aan diepgang. We vrezen dat ook de jongere lezers in zekere mate onbevredigd zullen zijn na het lezen van Kelly's boek.

K.V.

Renate SEYDEL en Bernd MEIER,

Marlene Dietrich. Eine Chronik ihres Lebens in Bildern und Dokumenten.

Berlin, Henschelverlag Kunst und Gesellschaft, 1986, 304 blz.

Het fotoboek "Marlene Dietrich. Eine Chronik ihres Lebens in Bildern und Dokumenten" is een schitterend document. De 304 bladzijden werden gevuld met foto's en afbeeldingen, beginnend bij het geboortecertificaat van Marie Magdalene Dietrich (27 december 1901) en eindigend bij wat ongeveer de laatste officiële foto van Marlene Dietrich moet zijn, in 1983.

De foto's werden met zorg van begeleidend commentaar voorzien. Soms zijn het bemerkingen van la Dietrich zelf, soms stonden collega's of mensen uit haar omgeving de schrijvers te woord.

Voor ieder die nog in de ban kan raken van echt en onvervalst 'stardom', is dit boek een absolute 'must'.

K.V.

Jürg FRISCHKNECHT (Hrsg.),

Kalte Kommunikation. Der Millionenpoker um Videotex und andere Neue Medien.

Basel, Lenos Verlag, 1985, 256 blz.

In "Kalte Kommunikation. Der Millionenpoker um Videotex und andere Neue Medien" wordt het medialandschap in Zwitserland en een aantal omringende landen bediscussieerd, waarbij de nadruk, zoals de titel trouwens reeds aangeeft, ligt op de rol van de nieuwe media, met name videotex. In verschillende bijdragen wordt de media- en sociaal-politieke omgeving beschreven, waarin videotex in Zwitserland tot stand kwam en aan het komen is. De nadruk ligt daarbij echter op vragen die ook in een meer internationale context van belang zijn en - spijtig genoeg - te weinig gesteld worden:

- hoe zal het medium gefinancierd worden?

- binnen welke communicatiecultuur moet videotex gesitueerd worden?
- welke is de rol van aspecten als de beveiliging van de persoonlijke levenssfeer en het verlies aan arbeidsplaatsen?
- hoe kadert videotex binnen de mediapolitieke opties die een land, in casu Zwitserland, neemt?

In de verschillende bijdragen treedt één kwestie met nadruk op de voorgrond: wie heeft behoefte aan videotex, de aanbieder of de consument. Voor de auteurs is het antwoord duidelijk: videotex is een medium dat bij uitstek de producent dient, en dat voorlopig weinig oog heeft voor de noden en behoeften van de consument.

K.V.

Siegfried ZIELINSKI,

Zur Geschichte des Videorecorders.

Berlin, Wissenschaftsverlag Volker Spiess, 1986, 408 blz.

In het relatief lijvige "Zur Geschichte des Videorecorders" wordt de ontstaansgeschiedenis van de videorecorder belicht. Het werk behandelt in monografie-vorm de ontwikkeling, commercialisering en tenslotte verspreiding van een van de belangrijkste elementen van de moderne entertainment-industrie.

Deze uiteenzetting had gemakkelijk kunnen plaatsgrijpen binnen een strikt geschiedkundig en/of technologisch kader. Wat Siegfried Zielinski onderscheidt van zijn minder originele collega's, is dat hij het ontstaan van de videorecorder niet los beschouwt van de sociologische, politieke en culturele omgeving. De geschiedenis van de videorecorder werd op deze manier opengetrokken naar een breder communicatiewetenschappelijk en zelfs maatschappelijk kader. De VCR wordt, samen met de bioscoop en de televisie, in de context van de globale 'Unterhaltungsindustrie', dus meer als sociaal-economisch dan als technologisch fenomeen, behandeld. Dit betekent concreet dat de geschiedenis van de videorecorder gekaderd wordt binnen het verluik televisie - geschiedenis - cultuur - techniek.

Nadat de auteur de uiteenzetting op deze manier heeft gesitueerd, wordt onder de vorm van vijf niveaus de feitelijke geschiedenis van de videorecorder behandeld. Elk van deze niveaus wordt beschreven vanuit een zgn. 'zwaartepunt', een kern waaromheen de discussie draait. De niveaus en hun respectievelijke zwaartepunten zijn:

1. het niveau van de uitvinding: over de geschie-

- denis van de registratie van televisiebeelden tot het eerste prototype van de videorecorder;
2. het niveau van de vernieuwing: de doorbraak van de videorecorder als distributiemiddel in de Amerikaanse commerciële televisie;
3. het eerste verspreidingsniveau: de videorecorder als nieuw middel voor de productie en distributie van programma's buiten het kader van de televisie-uitzendingen van de Amerikaanse networks;
4. het tweede verspreidingsniveau: de videorecorder als polyvalente communicatietechniek los van de massamediale televisie;
5. het hoogste verspreidingsniveau: de videorecorder als produkt van de entertainmentindustrie in de Duitse Bondsrepubliek.

In de slothoofdstukken worden nog twee bijzondere aspecten van de videorecorder behandeld: de VCR als weergavemiddel van nationale en internationale audiovisuele produkten en de videorecorder als audiovisuele tijdsmachine.

De collectie van vaak unieke beelddocumenten, met name over de beginjaren van de videorecorder, geeft een bijzondere meerwaarde aan Zielinski's boek, dat zich al onderscheidt door de diepgang van de uiteenzetting en de helderheid van de structuur.

K.V.

Cedric CULLINGFORD, Children and television.

Aldershot, Gower, 1984; 239 pp., f 15.45.

Cullingford heeft in "Children and television" op een groots opgevatte wijze de impact van televisie op kinderen onderzocht. Zijn onderzoek omvatte een steekproef van meer dan 5000 kinderen uit Groot-Brittannië en de VSA. Toch is het geen opeenstapeling van cijfers en tabellen geworden. Als er iets niet voorkomt in dit werk zijn het juist cijfers. Cullingford koos voor een theoretische benadering met een uitgebreid literatuuronderzoek, en verwees de empirische gegevens naar de bijlagen. In de plaats komen vele uitspraken van kinderen zelf, antwoorden op de open vragen, die beter dan wat ook een indruk geven van hoe kinderen televisie ervaren.

"I like Starsky because he is like my brother who is older than I am" (girl, 11) (p. 25).

Het kind staat centraal in dit boek. Dit wordt het best geïllustreerd door de titels van de vier delen waaruit het boek bestaat: What children expect from television; What children see in television; What children learn from television en What children take from television.

Hieruit blijkt ook dat Cullingford kinderen niet beschouwt als passieve slachtoffers van een

almachtig medium. Hij doet vaak een beroep op oude onderzoeken en theorieën om zijn stellingen te staven. Vroegere besluiten worden echter niet kritiekloos overgenomen, en vaak worden ze op een verrassende wijze ingepast in recentere bevindingen.

Dit boek benadert heel goed de gulden middenweg tussen een waarschuwend pessimisme over de negatieve invloed en een blind optimisme in de positieve bruikbaarheid van televisie. Het verliest geen tijd aan nodeloze inhoudsanalyses, maar behandelt de relatie tussen kind en televisie in zijn totaliteit. "Children can make what they wish out of any programme they see; to understand response we need to look further at the nature of learning rather than the content presented" (p. 188). Dit boek is een goede stap op weg naar een beter begrip van het complexe geheel van gedragingen en van de respons van kinderen op televisie.

B.K.

John MURRAY en Gavriel SALOMON,
The future of children's television. Results of the Markle Foundation/Boys Town Conference.

Boys Town (Neb.), Boys Town in samenwerking met de Markle Foundation, 1984, 174 blz., 5\$ (+ 2\$ verzendingskosten, 4.50/ luchtpost).

In maart 1982 conferereerden een 30-tal onderzoekers over kinderen en televisie. Er werd uitvoerig gediscussieerd over de stand van zaken op het gebied van het onderzoek naar de impact van televisie op kinderen. "The future of children's television" is een weerslag van deze conferentie, maar geen gewoon congresverslag.

In het eerste gedeelte worden 10 achtergrondpapers gegeven, die elk een bepaald deelaspect aan bod laten komen. Niet alle bijdragen staan op gelijke hoogte, maar gezamenlijk bieden ze een goed overzicht van de reeds afgelegde weg op onderzoeksgebied. De bibliografieën bij elk artikel vormen tevens een basis voor een diepgaandere kennismaking.

Het tweede gedeelte bespreekt de resultaten van de conferentie. Dit beperkt zich tot een globale bespreking, aangevuld met een samenvatting van de twee gastsprekers (Robert Pepper en Judah Schwartz) over de toekomstige ontwikkelingen. Afgesloten wordt met een aantal kritische reflecties van enkele deelnemers enige tijd na de conferentie. Zo'n terugblik relativeert de mogelijkheden van dergelijke bijeenkomsten, en de persoonlijke commentaren bieden soms verrassende opmerkingen. Om slechts één te citeren, deze observatie van Andrew Collins: "Relatively few

people now working in television research (...) read and/or cite each other's research. I mention this because it seems to me to indicate that, for a relatively focused research area, there is little progressive accumulation of empirical knowledge. (...) At this point, researchers in the field seem to be operating autonomously, sometimes in parallel, with the result that the field is gaining coherence at too slow a pace" (p. 165). Voor wie dergelijke zaken wil vermijden, of gewoon voor wie zich wil bijwerken op het gebied van kinderen en televisie, is dit boek een aanrader.

B.K.

Ian HARTLEY,
Goodnight children ... Everywhere. An informal history of children's broadcasting.
New York, Hippocrene Books, 1985, 165 blz., f 9.50.

In iedere volwassene schuilt een kind. Ian Hartley richt zich tot dit kind om hem te volgen op een "nostalgic trip into my own and I hope, your childhood memories" (blz. 9). Men kan goede herinneringen hebben aan zijn jeugd en aan de kinderprogramma's uit die tijd, maar dit is meestal niet voldoende om een goed boek te schrijven. Gelukkig is het verleden van de Britse omroep rijkelijk gevuld met kwalitatief hoogstaande uitzendingen, en beperkt Hartley zich niet tot zijn eigen herinneringen. Hierdoor wordt "Goodnight children ... Everywhere" ook voor de niet-betrokken lezer een aangename kennismaking met radio- en televisieprogramma's uit vervlogen tijden. De BBC en later ook ITA (nu IBA) verzorgden immers pionierswerk op radio- en televisiegebied en vormen nog steeds voor velen een voorbeeld.

Dit alles kan echter niet verhinderen dat 'Goodnight children' soms vervalt tot een saaie opeenstapeling van namen en programmatitels. Daarbij komt dan nog dat je als niet-Brit helemaal niet vertrouwd bent met in Groot-Brittannië populaire kinderliedjes en -verhalen, waar vaak naar verwezen wordt. Vooral voor radio wordt duidelijk dat kinderprogramma's zeer cultuurgebonden zijn. Dit geldt in mindere mate voor televisie: Ivanhoe met Roger Moore en de Thunderbirds kenden immers ook bij ons succes.

Naast dit cultuurgebonden aspect komt nog een teveel aan nodeloze informatie die het boek moeilijk leesbaar maken. Het ontbreken van enige ordening maakt het dan weer ongeschikt als naslag- of referentiewerk. Wat overblijft zijn de vele anecdotes en interessante wetenswaardigheden, die samen een nostalgische terugblik bieden op zo'n 60 jaar radio en televisie voor kinderen.

B.K.

Werner MUELLER and Manfred MEYER,
Children and Families Watching Television. A Bibliography of Research on Viewing Processes.

München, K.G. Saur, 1985, 159 blz.

"Children and Families Watching Television" is de Engelstalige versie van 'Kind und Familie vor dem Bildschirm'. 454 boeken, artikels e.d. uit het Duits, Engels en Frans taalgebied werden opgenomen. Deze bibliografie is weliswaar beperkt in omvang, maar daardoor blijft het werk overzichtelijk. Naast de handige indeling in hoofdstukken bevat iedere referentie daarenboven een aantal trefwoorden, zodat het zoekwerk naar de geschikte boeken aanzienlijk vereenvoudigd wordt. Deze bibliografie hoort thuis in de reeks Engelstalige publikaties van het Internationale Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen, een heterogene reeks, maar kwalitatief zeker de moeite waard.

B.K.

Tannis MacBeth WILLIAMS, (Ed.),
The impact of television. A natural experiment in three communities.

Orlando, Academic Press, 1986, 446 blz.

Nu vrijwel ieder huisgezin over televisie beschikt, wordt het steeds interessanter om niet-televisie bezitters te bestuderen. Uitgezonderd enkele studies uit de beginjaren van televisie bestaan er geen uitvoerige vergelijkende onderzoeken. Het is dan ook op toevallige wijze dat Williams en haar collega's een dergelijk onderzoek in het begin van de jaren 70 konden uitvoeren.

In een Canadese stad was televisie-ontvangst praktisch onmogelijk. Buiten dit opmerkelijk feit verschilde ze in niets van andere naburige steden. Toen ook in deze stad kabeltelevisie zou komen, werd besloten zo snel mogelijk een groots opgezet onderzoeksproject uit te voeren. De bevolking van 'Notel', de stad zonder televisie, werd vóór en na de invoering van de kabel onderzocht op zeer uiteenlopende gebieden. Ter vergelijking werden 'Unitel' en 'Multitel', vergelijkbare steden met respectievelijk één en verschillende tv-zenders, onderzocht.

Volgende aspecten kwamen aan bod: leesvaardigheid van kinderen, cognitieve ontwikkeling, vrijetijdsactiviteiten, media-gebruik, agressie bij kinderen en gedrag van volwassenen. Door de vergelijking van de verschillende steden kan vrij duidelijk de invloed van televisie aangetoond worden.

Een belangrijke vaststelling is de indirecte invloed van televisie door 'vervanging' (displace-

ment). Televisie vervangt niet alleen direct of indirect productieve activiteiten, maar ook 'niets doen'. Wat gesuggereerd wordt, is dat televisie een machtige gedragsbepaalster is door het feit dat ze een beperking stelt aan mogelijke alternatieve gedragingen. Williams besluit dat het netto-effect van Noord-Amerikaanse televisie op regelmatige kijkers, en in het bijzonder kinderen, negatief is.

Hierbij moet opgemerkt worden dat deze invloed in de eerste plaats bepaald wordt door de 'aanwezigheid' van televisie en in veel mindere mate door de 'inhoud' van de televisieprogramma's. De unieke opzet van deze studie maakt dit boek vrijwel tot verplichte literatuur voor iedereen die zich bezig houdt met de effecten van televisie.

B.K.

Christopher DUNKLEY,
Television today and tomorrow. Wall to wall Dallas?

Harmondsworth, Penguin Books, 1985, 160 blz.

In "Television today and tomorrow" worden op een bondige en overzichtelijke wijze de verschillende argumenten pro en contra openbare televisie en pro en contra commerciële televisie in een historisch perspectief geplaatst. Het feit dat de discussie vanuit een Britse invalshoek belicht wordt, doet geen afbreuk aan de waarde van dit boek. Zij die geloven dat het Britse omroepbestel een ideaal is, en zij die zweren bij deze of gene omroepvorm, vinden hier voldoende stof tot nadenken.

B.K.

Keith ROE,
Mass Media and Adolescent Schooling: Conflict or Coexistence?

244 blz.

Ulla JOHNSON-SMARAGDI,

TV Use and Social Interaction in Adolescence. A Longitudinal Study.

239 blz.

Beide: Stockholm, Almqvist & Wiksell International, 1983.

"Mass Media and Adolescent Schooling: Conflict or Coexistence?" en "TV Use and Social Interaction in Adolescence", zijn deelrapporten van het 'Media Panel', een Zweeds onderzoeksprogramma dat de invloed van de media op jongeren over een langere periode wil nagaan.

Het interessante aan deze studies is dat een ruime populatie over verschillende jaren op een

grondige en wetenschappelijke wijze gevolgd wordt.

Johnsson-Smaragdi gaat in laatstgenoemd rapport meer in op het ruimere media-gebruik bij adolescenten, terwijl Roe zich in het eerstgenoemde beperkt tot de muziekbeluistering. Opmerkelijk is Roe's benadering door het vooropstellen van de schoolresultaten als verklarende factor voor het mediagebruik, i.c. muziekbeluistering, en niet omgekeerd schoolresultaten te zien als gevolg van mediagebruik. Een thesis die door vele cijfers ondersteund wordt. Het biedt een verfrissende kijk op traditionele verklaringsmodellen.

Beide werken steunen op dezelfde onderzoeksgegevens en maken gebruik van hetzelfde analysemodel. Het empirisch cijfermateriaal staat niet op zichzelf, maar dient om de uitvoerige theoretische opbouw te ondersteunen.

B.K.

X.,

Les belles affiches du Cinéma 1910-1949.

Paris, Atlas, 1986, 159 blz.

Het schitterend prentenboek "Les belles affiches du Cinéma 1910-1949" is een feest voor elke (nostalgische) film liefhebber. Naast de afbeelding van een honderdtal filmaffiches (van D.W. Griffith over Valentino, Casablanca tot Ingrid Bergmann's Jeanne d'Arc) vindt men van elke film een uitgebreide beschrijving, acteurs, producer e.d.

Een zeer verzorgd naslagwerk voor film- en affieliefhebbers.

L.D.

Anne VAN DER MEIDEN,

Public relations: Een kennismaking.

Muiderberg, Coutinho, 1987, 137 blz.

Dat Van der Meiden een instituut is op vlak van de studie van PR, was reeds lang geen geheim meer. "Public Relations: Een kennismaking" is een uitstekende illustratie daarvan. Op zeer ver-

staanbare, haast verhalende wijze geeft de auteur een vrij volledig overzicht van het enorme spectrum van elementen waarmee de PR van binnenuit en naar buiten toe verbonden is.

Na een omschrijving van karakter, niveaus, geschiedenis, doelstellingen, taken en toekomst van de PR gaat de auteur over naar de meer pragmatische kanten, zoals de planning van een PR-taak, alsook de verschillende types van uitwerking en toepassingsvelden.

Zoals altijd besteedt Van der Meiden ook een deeltje aan meer ethische beschouwingen rond het vak, en onzes inziens zeer interessant voor communicatiewetenschappers is beslist het deeltje waarin hij de relatie legt met aanverwante vormen van communicatie zoals propaganda en marketing. Een ideaal werkje voor wie wil kennismaken met een boeiend en zeer gevarieerd vak.

L.D.

VEREIN FÜR DAS DEUTSCHTUM IM AUSLAND
E.V. (Hrsg.),

Leitfaden der deutschsprachigen Presse im Ausland

Berlin/Bonn, Westkreuz-Verlag, s.d., 84 blz.

In dit repertorium zijn 238 buiten de Duitstalige landen in het Duits verschijnende periodieke publikaties opgenomen. 53 hiervan zijn kranten, de andere zijn tijdschriften die ten minste twee keer per jaar verschijnen. De meeste Duitstalige kranten in het buitenland vindt men in de Verenigde Staten (16), de meeste weekbladen in Zuid-Tirol (57). In andere landen overwegen dan weer tijdschriften van verenigingen en van kerkelijke gemeenten. Wat het totale aantal Duitse periodieke publikaties betreft, komt België op de derde plaats met 31 titels (3 kranten en 28 tijdschriften). In de inleiding wijzen de samenstellers erop dat de rol van de Duitstalige media in het buitenland door economische factoren, door een vermindering van de Duitse emigratie en door een nieuw identiteitsgevoel van de latere generaties is verminderd en dat hun bestaansbasis kleiner is geworden. Toch blijven ze belangrijk als schakel tussen de emigranten en de Duitse taal en cultuur.

G.R.

Als het om boeken gaat ...

Standaard Boekhandel

ALGEMENE EN WETENSCHAPPELIJKE BOEKHANDEL



NAAMSESTRAAT 57
LEUVEN 016/23 98 21

ingezonden boeken (Bespreking naar mogelijkheid)

- BEACHAM, D. en BEACHAM, W., *Wordperfect voor PCDOS en MSDOS*. Schoonhoven, Academic Service, 1987, 317 blz., Fl. 55.
- BEHEYDT, Ludo, *Jeugd en televisie*. Brussel, BRT-Persdienst, 1986, 152 blz., BF 398.
- BILLIG, Michael, *Arguing and thinking. A rhetorical approach to social psychology*. Londen, Cambridge University Press, 1987, 290 blz., £ 25.
- BOEREBOOM, Marcel, *Handboek van de muziek-geschiedenis*. 4 Delen. Vijfde volledig herziene en aangevulde druk van Jan Maddens, Kapellen, De Nederlandsche Boekhandel, 1985, BF 1.580.
- BOUWMAN, Harry, *Televisie als cultuurschepper*. Amsterdam, VU Boekhandel, 1987, 217 blz., Fl. 37,50.
- BROPHY, Peter, *Management Information and Decision Support Systems in Libraries*. Hampshire, Gower, 1986, 158 blz., \$ 32,50.
- BROWN, Mark E., *Geheugentraining. Het korte en lange termijngeheugen, het visuele geheugen, de snelle herinnering, geheugensystemen, het onthouden van feiten en namen, geheugenontwikkeling, de geheugentest*. Woluwe, Elsevier, 1987, 196 blz., BF 380.
- CHOAT, Ernest et al., *Teachers & Television*. Londen, Croom Helm, 1987, 162 blz., £ 19,95.
- CHRISTIANS, Clifford G. & ROTZOLL, Kim B. & FACKLER, Mark, *Media Ethics. Cases and moral reasoning*. Second edition, Londen, Longman, 1987, 344 blz., £ 12,95.
- COHEN, Raymond, *Theatre of power. The art of diplomatic signalling*. Londen, Longman, 1987, 229 blz., £ 5,95.
- CORNER, John (Ed.), *Documentary and the Mass Media*. Londen, Edward Arnold, 1986, 178 blz., £ 9,95.
- CORRIGAN, Timothy, *New German film. The displaced image*. Austin, University of Texas Press, 1987, 213 blz., \$ 10,95.
- DANGER, E.P., *Selecting Colour for Print*. Hampshire, Gower Technical Press, 1987, 164 blz., \$ 63,00.
- DE ROODE, Hugo A. & MERTZ, Paul, *Communicatie '87. Ontwikkelingen en trends in organisatie en bedrijf*. Deventer, Kluwer, 1987, 187 blz., 2500 BF.
- DELAHAIE, Henri & PAOLETTI Félix, *Informatique et libertés*. Paris, La Découverte, 1986, 127 blz.
- DENNING, Michael, *Cover stories. Narrative and ideology in the British Spy thriller*. Londen, Routledge and Kegan, 1987, 168 blz., £ 6,95.
- DEUTELBAUM, M. & POAGUE, L. (Eds.), *A Hitchcock reader*. Ames, Iowa State University Press, 1987, 355 blz., \$ 19,95.
- DIEKERHOF, Els & ELIAS, Mirjam & SAX, Marjan, *Voor zover plaats aan de perstafel. Vrouwen in de dagbladjournalistiek, vroeger en nu*. Amsterdam, Meulenhoff, 1986, 215 blz., BF 695.
- DIRICKX, Y.M.I. en BAAS, S.M. en DORHOUT, B., *Operationele research*. Schoonhoven, Academic Service, 1987, 374 blz., Fl. 60.
- DUTTON, Brian, *The Media*. Londen, Longman, 1986, 106 blz.

- FALKENSTEIN, Henning, *Hans Magnus Enzensberger, reeks: Köpfe des 20. Jahrhunderts*. Berlin, Colloquium Verlag, 1977, 86 blz., DM 12,80.
- FEENEY, Mary (Ed.), *New Methods and Techniques for Information Management*. Londen, Taylor Graham, 1986, 364 blz., £ 25.
- FLÖHL, Rainer en FRICKE, Jürgen (Hrsg.), *Moral und Verantwortung in der Wissenschaftsvermittlung. Die Aufgabe von Wissenschaftler und Journalist*. Mainz, Hase & Koehler Verlag, 1987, 149 blz., DM 24.
- FLYNN, Roger R., *An Introduction to Information Science*. Marcel Dekker, New York, 1987, 793 blz.
- FRISCHKNECHT, Jürg (Hrsg.), *Kalte Kommunikation. Der Millionen-Poker um Videotext und andere neue Medien*, 1985, 256 blz., DM 34.
- GEBHARDT, Hartwig e.a., *Presse und Geschichte II. Neue Beiträge zur Historischen Kommunikationsforschung*. München, Saur, 1987, 425 blz., DM 98.
- GOSLICH, Lorenz, *Zeitungs-Innovationen*. München, Saur Verlag, 1987, 198 blz., DM 46.
- GOTTSCHLICH, Maximilian (Hg.), *Politik und Massenkommunikation. Ansichten zu einem komplexen Verhältnis*. Wenen, Hermann Böhlau, 1986, 191 blz., DM 26.
- GRAHAM, Cooper C., *Leni Riefenstahl and Olympia*. Filmmakers n° 13. Londen, The Scarecrow Press, 1986, 323 blz., \$ 32,50.
- GRANT, Barry Keith (Ed.), *Film genre reader*. Austin, University of Texas Press, 1987, 425 blz., \$ 14,95.
- GREWE-PARTSCH, Marianne (Hg.), *Mensch und Medien. Zum Stand von Wissenschaft und Praxis in nationaler und internationaler Perspektive. Zu Ehren von Hertha Sturm*. Londen, Saur, 1987, 349 blz., DM 98.
- GRIFFITHS, P.M. (Ed.), *Information management*. Oxford, Pergamon Infotech Limited, 1987, 362 blz., \$ 428.
- HAWTHORN, Jeremy (Ed.), *Propaganda, Persuasion and Polemic*. Londen, Edward Arnold, 1987, 176 blz., £ 9,95.
- HENNINGSEN, Dagmar & STROHMEIER, Astrid, *Gewaltdarstellungen auf Video-Cassetten. Ausmass und Motive jugendlichen Gewaltvideokonsums*. Bochum, Studienverlag Brockmeyer, 1985, 153 blz.
- HIEBERT, R., UNGURAIT, D.F. e.a., *Mass media. An introduction to modern communication*. Londen, Longman, 1985, 684 blz., £ 17,95.
- HUBER, Rudolf, *Redaktionelles Marketing für den Lokalteil. Die Zeitungsregion als Bezugspunkt journalistischer Themenplanung und -recherche*. München, Minerva, 1986, 122 blz., DM 52.
- JARVIE, Ian, *Philosophy of the film. Epistemology, ontology, aesthetics*. Londen, Routledge & Kegan Paul, 1987, 392 blz.
- JOST, François, *L'oeil - caméra. Entre film et roman*. Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1987, 162 blz.
- KAPLAN, Alice Yaeger, *Reproductions of banality. Fascism, literature, and French intellectual life*. Minneapolis, University of Minnesota Press, 1987, 214 blz., \$ 14,95.
- KATUS, J. en BEETS, I.C. (Red.), *Actuele vraagstukken van de overheidsvoorlichting*. Muiderberg, Dick Coutinho, 1985, 118 blz., Fl. 24,50.
- KATUS, J. en VOLMER, W.F. (Red.), *Ontwikkelingslijnen van de overheidsvoorlichting*. Muiderberg, Dick Coutinho, 1985, 88 blz., Fl. 19,50.
- KEMPS, *International film & television year book 1986/87*. 31st edition, USA, Wildwood Publ., 1986, 1005 blz., \$ 40.
- KEPLEY, V. J.R., *In the service of the state. The cinema of Alexander Dovzhenko*. Londen, University of Wisconsin Press, 1986, 190 blz., \$ 24,50.
- KIM, Young Yun, *Interethnic communication. Current research*. Londen, Sage, 1986, 248 blz., \$ 14,95.

- KIMBERLEY, Robert (Ed.), *Integrating Text with non-Text. A picture is worth 1k words*. Londen, Taylor Graham, 1986, 120 blz., £ 15,00.
- KINNARD, Roy and VITONE, R.J., *The American films of Michael Curtiz*. Londen, The Scarecrow Press, 1986, 155 blz., \$ 15.
- KLEINSTEUBER, Hans J. & McQUAIL, Denis & SIUNE, Karen (Eds.), *Electronic Media and Politics in Western Europe*. Frankfurt/Main 1, Campus Verlag, 1986, 316 blz., DM 48.
- KUHN, A., *The power of the image. Essays on representation and sexuality*. Londen, Routledge, 1985, 146 blz.
- LARY, N.M., *Dostoevsky and Soviet film. Visions of demonic realism*. New York, Cornell University Press, 1986, 279 blz., \$ 21,45.
- LE DIBERDER, Alain & COSTE-CERDAN, Nathalie, *La télévision*. Paris, Ed. La Découverte, 1986, 127 blz.
- LEVINAS, Emmanuel, *Ethisch en oneindig. Gesprekken met Philippe Nemo*. Kapellen, De Nederlandsche Boekhandel, 1987, 96 blz., 295 BF.
- LIEBAERS, H. & HAAS, W.J. & BIERVLIET, W.E. (Eds.), *New information technologies and libraries*. Nederland, Kluwer Academic Publishers, 1985, 362 blz., Fl. 135.
- LIVO, Norma J. en RIETZ, Sandra A., *Storytelling. Process & practice*. Londen, Libraries Unlimited, 1986, 462 blz., \$ 30.
- MALKIEWICZ, Kris, *Film lighting. Talks with Hollywood's cinematographers and gaffers*. New York, Prentice Hall, 1986, 198 blz., \$ 19,95.
- MANOFF, Robert Karl & SCHUDSON, Michael (Eds.), *Reading the news. A pantheon guide to popular culture*. New York, Pantheon, 1986, 246 blz., \$ 9,95.
- McPHAIL, Thomas L., *Electronic colonialism. The future of international broadcasting and communication*. Londen, Sage, 1987, 310 blz., £ 14,95.
- McQUAIL, Denis, *Mass Communication Theory. An introduction*. Londen, Sage, 1987, 352 blz., £ 7,95.
- McTEAR, Michael, *The articulate computer*. Oxford, Basil Blackwell, 1987, 240 blz., £ 27,50.
- MICHALET, Charles-Albert, *Le drôle de drame du cinéma mondial. Une industrie culturelle menacée*. Paris, La Découverte, 1987, 214 blz.
- MILROY, Lesley, *Observing & analysing natural language*. Oxford, Basil Blackwell, 1987, 230 blz., £ 8,95.
- MOI, Toril (Ed.), *French feminist thought*. Oxford, Basil Blackwell, 1987, 260 blz., £ 8,95.
- MONAGHAN, James, *Grammar in the construction of texts*. Londen, Frances Pinter, 1987, 155 blz., £ 22,50.
- MOORE, Dick, *Twinkle, Twinkle, Little Star*. Londen, Harper & Row, 303 blz., Fl. 49,80.
- NEDERHOED, Peter, *Helder rapporteren. Een handleiding voor het schrijven van rapporten, scripties, nota's en artikelen in wetenschap en techniek*. Deventer, Van Loghum Slaterus, 1987, 260 blz., 830 BF.
- OOMKES, Frank R., *Communicatieleer*. Meppel, Boom, 1986, 399 blz., BF 1.393.
- PARKER, Frank, *Linguistics for Non-linguistics*. Londen, Taylor & Francis Ltd., 1986, 246 blz., £ 15,50.
- RAUS, H. (Ed.), *De achterkant van het nieuws*. Leuven, Infodok, 1987, 158 blz.
- RONNEBERGER, Franz, *Kommunikationspolitik als Gesellschaftspolitik*. Mainz, v. Hase & Koehler Verlag, 1980, 359 blz.
- ROSE, Brian G., *Television and the performing arts. A Handbook and Reference Guide to American Cultural Programming*. Londen, Greenwood Press, 1986, 270 blz., £ 27,95.
- SAUERBIER, S.D., *Wörter, Bilder und Sachen*. Heidelberg, Carl Winter Verlag, 1985, 329 blz., DM 94.
- SCHMIDBAUER, Michael, *Die Geschichte des Kinderfernsehens in der Bundesrepu-*

- blik Deutschland*. Eine Dokumentation, Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsfernsehen n° 21, Londen, Saur, 1987, 187 blz., DM 32.
- SCOTT, George M., *Principles of Management Information Systems*. New York, McGraw-Hill, 1986, 618 blz., DM 43.
- SLESS, David, *In search of semiotics*. New Jersey, Barnes & Noble Books, 1986, 192 blz., £ 19,95.
- SLIDE, Anthony, *The American Film Industry. A historical dictionary*. Londen, Greenwood Press, 1986, 440 blz., £ 38,80.
- STEVENS, R., *Understanding computers. A user-friendly guide*. Oxford, Oxford University Press, 1986, 218 blz., £ 12,50.
- VAN DER MEIDEN, Anne, *Public Relations. Een kennismaking*. Muiderberg, Coutinho, 1987, 137 blz., Fl. 22,50.
- WARD, Jean & HANSEN, Kathleen A., *Search strategies in mass communication*. Londen, Longman, 1987, 274 blz., £ 12,50.
- WEISCHENBERG, Siegfried & HERRIG, Peter, *Handbuch des Bildschirm-Journalismus. Elektronische Redaktionssysteme. Grundlagen, Funktionsweisen, Konsequenzen*. München, Ölschläger, 1985, 234 blz., DM 30,80.
- WETZEL, Kraft e.a. (Red.), *Neue Medien contra Filmkultur?* Berlijn, Spiess, 1987, 260 blz., DM 28.
- WHITE, Brenda (Ed.), *Information for all: access and availability*. Londen, Taylor Graham, 1987, 245 blz., £ 15,00.
- WILKIN, Luc (Ed.), *Technologies de l'information. Aspects humains et sociaux*. Bruxelles, Université de Bruxelles, 1986, 240 blz.
- WOOD, Ananda, *Knowledge before printing and after. The Indian Tradition in Changing Kerala*. Londen, Oxford University Press, 1985, 199 blz.
- X., *Les belles affiches du cinéma 1910-1949*. Paris, Librairie du cinéma, 159 blz.
- X., *Popmuziek Jaarboek 1987*. Amsterdam, Loeb, 1986, 152 blz., Fl. 34,90.

De Vlaamse Film

◇◇◇ Een naslagwerk

NASLAGWERK
OVER DE
VLAAMSE FILM



C.I.A.M.
Martelarenplein 21
1000 Brussels



Dit naslagwerk zet alle Vlaamse films chronologisch op een rij.

795 blz.,
met talrijke z/w foto's
Formaat 205 x 155 mm,
2450 fr.



U kan dit naslagwerk bestellen door vooraf 2.450 fr. (verzending gratis) te storten op rekeningnummer 035-0468390-18

Naslagwerk Naslagwerk over de Vlaamse film: [leiding: Johan J. Vincent; samenst.: Paul Geens; eindred.: André Vandebunder; fotogr.: Anton Wilsens] - Brussel: C.I.A.M., cop. 1986 - 795 p.: ill: 22 cm. - Met lit. opg., reg. ISBN 90-71778-01-0

Dit zeer gedegen naslagwerk brengt op encyclopedische wijze het verhaal van de Vlaamse filmgeschiedenis. Het is een eerste serieuze poging tot een basiswerk over de Vlaamse film. In een beschouwend artikel gaan twee auteurs in op de totstandkoming van overheidsinstellingen voor financiering van speelfilms. Hoofdbestanddeel van dit werk is een chronologisch overzicht (1920-1987) van lange films. Er is geen onderscheid gemaakt van genres (fictie, documentaire). Er is alleen rekening gehouden met lange films. De filmcredits worden vermeld, een korte neutrale filmbeschrijving, en onder de kop 'notities' staan enige citaten uit interviews met de regisseur, of een van zijn naaste medewerkers, over de thematiek en het ontstaan van de film. En tenslotte een bibliografie. Achterin is een alfabetische lijst opgenomen van Vlaamse regisseurs met persoonlijke gegevens en hun beroepsactiviteiten. In handig woordenboekformaat en geïllustreerd met zwart/wit foto's. Onmisbaar als film naslagwerk.
Marion Derksen.

Artikels in *Communicatie* zijn geschreven in de voorkeurspelling en dienen de redactie te bereiken in getypte vorm met dubbele interlinie en minimum 4 cm linkermarge op DIN A4 formaat.

Het artikel dient op een redelijke manier gestructureerd te worden in onderdelen, die niet genummerd worden, maar wel van tussentitels worden voorzien. Citaten dienen aangeduid te worden met enkele aanhalingstekens, citaten in citaten met dubbele. Langere citaten worden opgenomen zonder aanhalingstekens en dienen van de rest van de tekst geïsoleerd te worden door middel van tussenwit. Datgene wat cursief gedrukt dient te worden, wordt onderstreept. Voetnoten worden doorgenummerd en achteraan de tekst samengebracht onder de titel *Noten*. Tabellen en grafieken worden genummerd en krijgen een korte titel. Grafieken, figuren, modellen en andere illustraties (b.v. foto's) moeten fotografisch overgenomen kunnen worden.

Geciteerde auteurs en hun werk worden in de tekst als volgt opgenomen: McQuail (1975:14) stelt dat ...; ... heel wat auteurs hebben hierop gewezen (Fishman 1971; Gillis, Bourhis en Taylor 1977; Stewart 1968). De letters a, b, c ... worden gebruikt om verschillende werken aan te duiden die eenzelfde auteur gedurende hetzelfde jaar heeft gepubliceerd, b.v. (Bernstein 1959a, 1959b). Alle geciteerde werken dienen achteraan, na de voetnoten en onder de titel *Literatuurlijst*, alfabetisch als volgt gerangschikt te worden, waarbij bij boeken, indien nodig, het volume en bij tijdschriftartikels de jaargang en tussen haakjes het nummer van het tijdschrift worden vermeld:

Bernstein, B. (1959a), A public language: some sociological implications of a linguistic form, British Journal of Sociology, 10 (4): 311-326.

Bernstein, B. (1959b), Soziokulturelle Determinanten des Lernens, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 4 (1): 52-79.

Bernstein, B. (1971), Class, codes and control, vol. 1: Theoretical studies towards a sociology of language. London, Routledge & Kegan Paul.

Giles, H., Bourhis, R.Y. en Taylor, D.M. (1977), Towards a theory of language in ethnic group relations, pp. 307-348 in Giles, H. (Ed.), Language, ethnicity and intergroup relations. London, Academic Press.

McQuail, D. (1975), Communication. London-New-York, Longman.

"Mijn bank is altijd op z'n best"

Het Gemeentekrediet bestaat 125 jaar. In de loop van al die jaren werd een netwerk uitgebouwd van 1300 bankkantoren. Ook u vindt in uw buurt een specialist die u een volledige bank-service biedt.

De grote keuze in betaaldiensten maken het u heel wat eenvoudiger. De talrijke spaarformules leveren een hogere interest op. Kredietvormen scheppen nieuwe mogelijkheden. En door het gebruik van de meest geperfectioneerde technieken verlopen de verrichtingen probleemloos en snel.

Breng een bezoek aan een agent van het Gemeentekrediet. Hij zal u warm en hartelijk ontvangen, als een goede buur. U vindt zijn adres in de Gouden Gids onder rubriek "Banken."



Gemeentekrediet
de bank op z'n best