

sterrencultus in de Amerikaanse tv-journalistiek

mieke ceulemans

Gedurende de lente- en zomermaanden van 1976 gonsde de Amerikaanse perswereld van min of (meestal) meer kritische commentaren op de aanstelling van Barbara Walters als co-anchor (1) van de ABC-Evening News Show. (2) De term 'show' is hier inderdaad niet misplaatst. De nieuwsprogramma's op de Amerikaanse televisie worden beheerst door dezelfde harde commerciële wetten als de ontspanningsprogramma's: Amerikaanse TV-programma's worden essentieel geconcipeerd voor een massapubliek, dat de reclaimedollars moet aantrekken. Om zich te verzekeren van een trouw en liefst massaal publiek tracht elke nieuwsshow een eigen imago te creëren. Een veelbeproeft en blijkbaar geslaagde formule is het gebruik van een anchorman of -vrouw - een journalist(e) met ster-allures, die het nieuws aan elkaar praat en de stijl van het programma bepaalt. De anchorperson fungeert tevens als identificatiefiguur voor het publiek. Het meest illustere voorbeeld van dergelijke sterreporters is Walter Cronkite van het CBS-Evening News.

Sinds enkele maanden zijn de spaarzaam bevolkte rangen van deze exclusief mannelijke journalistieke elite aangevuld met een vrouw. Het aanbod, waarmee ABC (American Broadcasting Company) Barbara Walters weglakte bij het concurrerende netwerk NBC (National Broadcasting Corporation), beliep 1 miljoen dollar. Hierdoor wordt Walters de duurste TV-anchorwoman en wellicht de meest betaalde journaliste in de VSA. De re-

acties in de pers en van Barbara Walters' mannelijke collega's bleven dan ook niet uit. **Time Magazine** gewaagde van «a violation of the male air». De Long Island krant **Newsday** blokletterde: «The News Starring Barbara Walters. Is Barb worth a million?» (2) Bovenstaande citaten vormen slechts een greep uit de overal opduikende perscommentaren op het gebeuren. Zij illustreren echter de dubbele aanleiding tot de beroering in de perswereld: het feit dat een vrouw het mannelijke heiligdom van de top-journalistiek was binnengedrongen en het ongeëvenaarde super-salaris dat haar was aangeboden.

Vrouwen zijn inderdaad praktisch volledig afwezig op de hoogste niveaus van de omroeporganisaties in de V.S.. Zij zijn wel ruim vertegenwoordigd in de lagere jobcategorieën en beginnen in beperkte mate ook door te dringen tot de zichtbare groep van de on-air reporters. (3) (4)

Barbara Walters is in zoverre een unicum dat zij de eerste permanente anchorvrouw is van een netwerknieuwsprogramma. Vrouwelijke journalisten beschouwen Barbara Walters' aanstelling als een doorbraak, die -naar zij hopen- baanbrekend zal zijn voor vrouwen in de media. Het mannelijke pers-establishment is echter niet overtuigd van Walters' journalistieke competentie en protesteert verontwaardigd tegen de verweving van journalistiek met show-business. Met haar astronomische salaris van 1 miljoen dollar overschreed Barbara Walters blijkbaar de onduidelijke lijn

tussen pure journalistiek en showbusiness. Het is echter twijfelachtig dat de drie network-anchors hun jaarwedde van tussen de 300.000 en 400.000 dollars uitbetaald krijgen louter voor hun kwaliteiten als nieuwslezers. De topjournalisten van de Amerikaanse televisie worden betaald voor het imago dat zij uitstralen. Door hun speciale, zij het ongedefinieerde kwaliteiten slagen zij erin een massaal kijkerspubliek - en dus de grote adverteerders - aan te trekken. Het feit dat ABC bereid is jaarlijks een miljoen dollars neer te tellen voor een journaliste, van wie als enige tegenprestatie verwacht wordt dat zij de ABC Evening News ratings met enkele of zelfs één punt zal doen stijgen bewijst eens te meer dat journalistiek showbusiness is.

Diezelfde commercialisatie van de informatie wordt eveneens scherp aan de kaak gesteld door ex-TV-vedette Sally Quinn in haar autobiografisch boek. (5) In een poging om het CBS-ochtendnieuwsprogramma nieuw leven in te blazen werd Sally Quinn enkele jaren geleden weggehaald bij de prestigieuze krant **The Washington Post**. De eigenlijke bedoeling was de concurrentiepositie van CBS te verstevigen tegenover de gelijktijdig uitgezonden NBC-Today Show, waar Barbara Walters toen success oogstte als gastvrouw. De CBS-managers hadden echter geen rekening gehouden met het feit dat Sally Quinn, een gereputeerde dagbladjournaliste, geen enkele TV-ervaring bezat. De promotie in Hollywood-stijl van haar TV-debuut

was er alleen op gericht een nieuwe TV-vedette te creëren, die de kijkers 'en masse' naar CBS zou brengen. De opgeblazen publiciteit enerzijds en het totaal gebrek aan voorbereiding anderzijds leidde tot de onvermijdelijke anti-climax, die Sally Quinn uiteindelijk terug in de geschreven pers deed belanden. Dit onverkwikkelijke avontuur wijst er nogmaals op dat journalistieke bekwaamheid niet de enige en zelfs niet de eerste vereiste is «to make it» in de TV-journalistiek. Deze sterrencultus is typerend voor de Amerikaanse TV-journalistiek - maar niet exclusief. Ook in Europa, en met name in Frankrijk, is men zich bewust van het belang van de per-

soonlijkheid van de TV-journalist. Jean-Maurice Monnoyer in *Le Monde* spreekt van «une présence plastique du présentateur». (6) In een onderzoek naar de journalistieke stijl van een aantal Franse TV-reporters, stelt hij dat «la performance», de taal, de gedragingen en de fysiek van de journalist deel uitmaken van de boodschap. De journalist kan zelf niet verdwijnen achter zijn rol. Nochtans meent Monnoyer dat er een onderscheid dient gemaakt tussen «l'information à visage humain», die essentieel eigen is aan het TV-medium, en de promotie van een imago. Dat laatste gebeurt in de VSA, maar volgens de auteur evolueert de Franse

TV-informatie niet noodzakelijk in die richting.

(1) anchor = de topjournalist van de TV-nieuwsredactie, die het nieuwsteam domineert en rond wie het ganse nieuwsprogramma is opgebouwd

(2) J. HENNESSEE, The Press's very own Barbara Walters Show, in *Columbia Journalism Review*, July/August 1976, vol. 1, 2, blz. 22-25.

(3) E. STRAINCHAMPS (ed.), *Rooms with no view*, New York, 1974.

(4) on-air reporter = reporter die zichtbaar is op het TV-scherm tijdens zijn/haar verslag

(5) S. QUINN, *We're going to make you a star*, New York, 1975

(6) J.M. MONNOYER, Les 'télé-types' de l'information, in *Le Monde*, 10-11 oktober 1976.

de visuele stijl van televisie - voetbal

herman van pelt

Er zijn genoeg redenen aan te geven waarom de wetenschappelijke aandacht ook op het televisievoetbal gericht zou kunnen worden. Ten eerste kan men een onderwerp, waaraan binnen de omroepprogrammaschema's zo'n belangrijke plaats wordt toegedacht, en waar zoveel mensen tevreden naar kijken, moeilijk onbelangrijk noemen. Ten tweede geeft het voetbal een uitstekend voorbeeld van de werking van de televisie als medium. Er zijn maar weinig mensen die beseffen dat ze op televisie niet naar een voetbalwedstrijd kijken, maar naar een met allerlei «middelen» georganiseerd verslag van een voetbalwedstrijd. En dat is heel wat anders. Het volgende is een zeer kort gehou-

den bewerking van een hoofdstuk uit de door het British Film Institute uitgegeven *Television Monograph* nr. 4: «Football on Television» door Tom Ryall.

Het analyseert vanuit het in de taalwetenschappen veel opgang makende structuralisme de visuele stijl van de TV-voetbalwedstrijd Joegoslavië-Schotland tijdens de wereldkampioenschappen van 1974.

Er wordt, schrijft Ryall, gezegd dat de televisiewerkelijkheid gekenmerkt wordt door het feit dat de gebeurtenis die op de beeldbuis wordt gebracht «puur» door het «oog» van de camera aan het publiek wordt gepresenteerd. Deze opvatting gaat volgens hem voorbij aan het feit dat de televisie beel-

den van de werkelijkheid geeft, telkens van een werkelijke gebeurtenis. Deze tekens vormen gezamenlijk de «code» van de televisie, codes die op een heel eigen manier een gebeurtenis kunnen structureren.

Een uitzending van een voetbalwedstrijd probeert te suggereren «hier is een voetbalwedstrijd», maar in feite is het natuurlijk «een bepaalde kijk op een voetbalwedstrijd» of misschien zelfs «een bepaalde kijk op het voetbal».

De kern van het probleem ligt voor Ryall in de uitwerking van de relatie tussen de objectieve werkelijkheid (de voetbalwedstrijd, de sportactualiteit die moet worden overgebracht) en aan de andere kant het «beeld con-