

Tijdens de Studiedag Mediarecht, op 18 november 1983 door de Afdeling Publiek Recht van de Rechtsfaculteit en het Departement Communicatiewetenschappen te Leuven georganiseerd, werden in twee secties enerzijds het recht met betrekking tot pers, omroep en kabel en anderzijds het recht in de reclame bestudeerd. Dr. J. Ceuleers en Prof. G. Fauconnier waren respectievelijk voorzitter van genoemde secties, terwijl Dr. L. Neels als algemeen organisator de studiedag in- en uitleidde.

studiedag mediarecht: een terugblik

marc soumillion

De toehoorders van de eerste sectie werden aanvankelijk toegesproken door Prof. Vandenberghe van de K.U.L. In zijn referaat behandelde hij de aansprakelijkheid voor persartikelen of -bijdragen. Daarbij merkte hij op dat persmisdriven steeds vaker worden behandeld op grond van artikel 1382 van het Burgerlijk Wetboek. Hiertoe moet men vertrekken van drie uitgangspunten: het streven naar waarheidsgetrouwheid, het niet onjuist, vernederend of onnodig grievend zijn van informatie en de privacy, die echter ingeperkt kan worden in functie van het algemeen belang. Deze criteria werden door Jan Ceuleers nogal vaag genoemd en daarin zag hij een oorzaak van rechtsonzekerheid.

Prof. Van Isacker (R.U.G.) had het over het journalistenauteursrecht. Na gesproken te hebben over het integriteitsrecht, wat een absoluut recht is, en het exploitatierecht, wat geregeld zou moeten worden in het dienstcontract, spitste hij de aandacht toe op de rechtsproblemen inzake het interview. Hij ontwaarde een evolutie in de wijze van interviewen, die het toekennen van het controlerecht over het interview aan de ondervraagde rechtvaardigt. Tenslotte betoogde hij dat de rechtmatigheid van 'harde' interviews 'à la Maurice De Wilde' eerder als een ethisch dan als een juridisch probleem gesteld moet worden.

Nadat hij aangetoond had dat de Belgische kabelmaatschappijen tot op heden slechts één van hun drie mogelijke functies vervullen, namelijk het doorzenden van door anderen gemaakte en uitgezonden programma's, wierp Prof. Corbet (V.U.B.) twee belangrijke problemen op aangaande de kabeldistributie. Vooreerst vroeg hij zich af hoe 'openbare distributie' gedefinieerd dient te worden en vervolgens probeerde hij te bepalen hoe het auteursrecht best geregeld kan worden.

Het reclamerecht werd behandeld in de tweede sectie. Wettelijke bepalingen be-

treffende de handelsreclame zijn zowat overal te zoeken maar niet steeds te vinden. Een inventaris van de teksten die samen de wettelijke reglementering van de reclame uitmaken, beslaat meerdere bladzijden. Toch biedt de wet slechts een oplossing of een leidraad voor een gedeelte van de zeer diverse problemen die zich kunnen stellen aangaande de reclame. Dat bleek meteen uit de uiteenzetting van Dr. Stuyck (K.U.L. en E.H.L.), die handelde over 'De gebondenheid van de adverteerder aan zijn reclame'. Centraal in dit betoog stond de vraag in hoeverre een adverteerder aansprakelijk kan gesteld worden voor het feit dat een aantal in reclameboodschappen geformuleerde beloften na aankoop of consumptie van een goed of dienst niet zijn ingelost. De rechtspraak hieromtrent slaat alleen op reclameboodschappen die van informatieve aard zijn (vb: reisfolders). Bovendien bestrijken juridische uitspraken, aldus Dr. Ballon (K.U.L. en E.H.L.), voornamelijk, indien niet uitsluitend, het domein van het directe, praktische nut dat men van een goed of dienst kan genieten en houden ze geen rekening met eventuele andere, minder tastbare en vatbare aspecten ervan.

Diezelfde Dr. Ballon verzorgde daarop een uiteenzetting omtrent 'Aansprakelijkheid voor reclame'. Hij stelde dat misleidende, bedrieglijke, verwarring stichtende reclame en reclame die strijdig is met de wet, verboden zijn. Verder legde hij uit hoe de getrapte aansprakelijkheid, zoals die in de grondwet ingeschreven staat, ook van toepassing is op reclameboodschappen. Op dit stuk wordt de auteur omschreven als diegene die voordeel haalt uit de boodschap. Ook overliep hij de sancties die kunnen opgelegd worden aan diegene die aansprakelijk is voor een verboden reclameboodschap.

Prof. Gotzen (UFSAL en K.U.L.), die het verband analyseerde tussen reclame en intellectuele rechten, stipte aan dat het auteursrecht, de Beneluxwet betreffende

tekeningen en modellen en het merkenrecht zowel bruikbaar zijn vóór als tegen de reclame. Zij kunnen ingeroepen worden ter bescherming van een reclameprodukt, maar zij kunnen ook (kunst)werken behoeden voor misbruik vanwege de reclamesector. Een mooie illustratie van dit laatste vormt een recente rechtszaak in Nederland naar aanleiding van het feit dat een uitgever de afbeelding van een pas verschenen boek in een advertentie heeft laten afdrucken. Het afdrucken vóór de kaft waarop een foto prijkt houdt echter in dat die foto zoveel maal meer vermenigvuldigd wordt. Daarom betekent de verspreiding van deze advertentie volgens de fotograaf die de foto voor de kaft maakte, een schending van zijn auteursrecht.(1)

De indruk die na deze Studiedag overheerst is, dat het mediarecht in het algemeen geen sluitend geheel vormt en niet steeds duidelijk overkomt. Beschouwen we bij wijze van voorbeeld het reclamerecht. Duidelijk worden de mankementen aan dit recht wanneer men bedenkt dat heel wat professionele reclamelieden naar dit Colloquium waren gekomen met zeer concrete juridische vragen waarop ze een antwoord verwachtten vanwege de aanwezige experts. Frappant was dat deze juristen niet steeds in staat waren een pasklaar antwoord te formuleren wat niet aan hen, maar aan de wettelijke lacunes en onduidelijkheden te wijten is. Een blik op de recente Belgische en buitenlandse actualiteit bevestigt deze indruk en leert ons dat vele mensen ontevreden zijn met de wettelijke reglementering van de reclame. Zo is in Frankrijk de discussie rond de vergelijkende reclame hoog opgeleaid en overweegt Mw. Lalmière, Staatssecretaris voor het Verbruik, deze reclamevorm te legaliseren nadat de hypermarkt 'Carrefour' en de Franse zakenman Bernard Tapie op dit stuk provocerende advertenties hadden gepubliceerd(2). Ook in België zou dit probleem wel eens aan de orde kunnen

komen. Citroën bijvoorbeeld plaatste in een advertentie, naast gegevens van het BX-diesel-model, een blanco strook met de vermelding: "De wet van 14 juli 1971, art. 20 verbiedt vergelijkende reclame die de concurrenten kan identificeren." (3) En wie heeft nog niets opgevangen over de onvrede van consumentenorganisaties met de tabak- en alcoholwetgeving die nochtans van recente datum is? (4) Hierbij dringt zich telkens weer de vraag op hoe ver men kan of moet gaan met de reglementering van allerlei reclameboodschappen.

De actualiteit én de Studiedag hebben ons geleerd dat het mediarecht een discipline is die nog in de kinderschoenen staat en bijgevolg vele kinderziekten vertoont. Vandaar wellicht dat ontmoetingen tussen praktici, academici en andere geïnteresseerden, zoals op deze Studiedag, verhelderend kunnen werken. Dat uitspraken die op soortgelijke fora worden gedaan blijkbaar toch ergens blijven naklinken om later ter staving of ter verduidelijking van een stelling of probleem weer op te duiken, mag blijken uit een artikel omtrent privacy van beklaagden in de misdaadverslaggeving, waarin de voor de organisatoren van deze Studiedag Mediarecht hartverwarmende zinssnede voorkomt: "...zoals onlangs nog werd benadrukt op een studiedag over mediarecht..." (5)

Recente publikaties:

- SERVAES, J.,
Communication and Development 160 Fr

- VERPOORTEN, B.,
De Vlaamse Film 300 Fr

- DE MEYER, G., FAUCONNIER, G.,
HENDRIKS, A.
Luisteren naar de vrije radio 500 Fr

Noten

(1) zie: *N.R.C.-Handelsblad.*, 21 november 1983, p. 2.

(2) Advertentie in: *Le Monde.*, 23 november 1983, p. 17.

DE MONTVALON, D., La 'pub' comparative bientôt permise en France?

In: *La Libre Belgique.*, 29 november 1983, p. 1.
DE LEOTARD, M.-L., Pub contre pub., In: *L'Express.*, 2 december 1983, p. 53-54.

(3) Advertentie in: *De Standaard.*, 18 november 1983, p. 5.

(4) Zie bijvoorbeeld: *De Standaard.*, 18 november 1983, p. 3.

CAMBIEN, K., Niet roken, dan ook niet drinken., In: *Knack.*, 30 november 1983, p. 20 en 25.

(5) P.G., 'Journalisten mogen privacy beklagden niet schenden', I: *De Morgen.*, 29 november 1983, p. 3.

Deze publikaties zijn te verkrijgen op het
Centrum voor Communicatiewetenschappen,
E. Van Evenstraat 2A, 3000 Leuven.
Tel. 016/22.10.70.