

COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

- POLITIEKE COMMUNICATIE • ECONOMIE VAN DE FILM • ZENDGEMACHTIGDE VERENIGINGEN (EEN CONTROVERSE) • OVERHEIDSVOORLICHTING EN NIEUWSMEDIA
- RECHT OP ANTWOORD • KRONIEK VAN DE MEDIAWERELD • KUNSTFOTOGRAFIE
- UNIVERSITAIRE P.R. • RECENSIES • INHOUD TIJDSCHRIFTEN

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN
E. VAN EVENSTRAAT 2A
3000 LEUVEN

JAARGANG 5
NR 1
LENTE 1975

COMMUNICATIE

(voorheen
«Informatiebulletin
CeCoWe»)

**Driemaandelijks tijdschrift
voor massamedia
en cultuur.**
Een uitgave van
Centrum voor Communicatie-
wetenschappen,
E. Van Evenstraat 2 A
3000 Leuven.
Verschijnt 4 x per jaar.
5de jaargang nr. 1
LENTE 1975

Hoofdredacteur : W. Van der biesen

Redactiesecretaresse : Mevr. M. Mommens

Kernredactie : G. De Meyer, W. Van der biesen,
L. Van Poecke

Redactieraad : W. De Greef, G. De Meyer, G. Fau-
connier, A. Hendriks, K. Huybrechts,
P. Ickx, D. Lauwaert, P. Marck, J.M.
Peters, W. Van der biesen, J. Van
Heddegem, L. Van Poecke, A. Ver-
helle

Abonnementen : De abonnementsprijs bedraagt
200 fr. voor een jaargang (4 nummers) - studenten
betalen 100 fr. De prijs voor losse nummers is 75 fr.
Betaling kan geschieden op nr. 431-0370171-86 van
de Kredietbank te Leuven, t.n.v. K.U.L., Centrum
voor Communicatiewetenschappen, Leuven.
Abonnementen worden automatisch verlengd, tenzij
men een maand vóór het einde van de jaargang
opzegt.

Alle briefwisseling i.v.m. redactie, administratie, boe-
ken ter recensie, advertenties enz., gelieve men te
richten aan COMMUNICATIE, Centrum voor Com-
municatiewetenschappen, E. Van Evenstraat 2 A,
B-3000 - Leuven, tel. 016-22.10.70.

Advertentietarief wordt op aanvraag toegezonden.
Getekende artikels verbinden alleen de schrijvers.

INHOUD 75.1 :

- 1 **Ten Geleide** - Wim Van der biesen
- 2 **De Interventie van de Omroep in de Politiek** -
Jay Blumler
- 10 **De Economie van de Filmindustrie** - Karel
Huybrechts
- 20 **Zendgemachtigde Verenigingen : Pro en Contra**
Herman Van Pelt en Luk Boone
- 24 **Overheidsvoorlichting en Nieuwsmedia** - Guido
Fauconnier
- 25 **Een Belangrijke Uitspraak over het Recht op**
Antwoord - Jos Lievens
- 26 **Persconcentratie**
- 26 **Communicatiefje**
- 27 **Feiten uit de Mediawereld** - Wim Van der biesen
- 29 **Een historiek van de Fotografie als artistieke**
Uiting - Karel Meuleman
- 32 **Universitair Beleid en Geschreven Pers** - Jo
Hendricx
- 33 **Uit de Literatuur**
- 35 **Uit de Tijdschriften**
- 40 **Berichten Centrum voor Communicatieweten-**
schappen

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

ten geleide

**een nieuwe
lente,
een nieuwe
titel,
eenzelfde
geluid**

Voor U, geachte lezer en lezeres, ligt het eerste nummer van de vijfde jaargang van — voorheen — het «Informatiebulletin CeCoWe». Ter gelegenheid van het eerste lustrum werd ons blad herdoopt en kreeg, na lang wikken en wegen in de schoot van de redactie, de titel «COMMUNICATIE», «TIJDSCHRIFT VOOR MASSAMEDIA EN CULTUUR».

De motieven van deze naamverandering zijn van velerlei aard. Als meest doorslaggevende reden kan hier het feit worden aangehaald dat het «etiket» een onvoldoende of zelfs helemaal geen inzicht gaf in de «lading»; voor niet-ingewijden was de vroegere titel nietszeggend. De oorspronkelijke doopnaam lag in de lijn van de bedoelingen van het gestencild periodiek waarmee in oktober 1969 gestart werd en dat een bescheiden huisorgaan wou zijn voor wie min of meer met het Centrum voor Communicatiewetenschappen vertrouwd was.

Intussen werd in april 1973 een «tweede stap» gezet. Mede dank zij de toenemende belangstelling van de abonnees werd toen overgeschakeld op een gedrukte vorm. Dit had o.a. tot gevolg dat de openbaarheid, zowel binnen als buiten de grenzen, vergrootte. De redactie was dan ook van mening dat moest uitgekeken worden naar een titel die de identificatie van het tijdschrift (en z'n inhoud) zou vergemakkelijken.

De verandering van de titel betekent echter geenszins dat de formule of het concept van het blad essentieel gewijzigd wordt. Ons eerste en voornaamste opzet blijft de lezers zo goed en zo volledig mogelijk op de hoogte te houden van wat er in de wereld van de massamedia reilt en zeilt. Wel zullen wij, naast de verslagen van wetenschappelijk onderzoek, in de mate van het mogelijke wat meer aandacht besteden aan de actualiteit. In dit nummer vindt men daarvan reeds een eerste voorbeeld in de vorm van een controversiële stellingname in verband met de problematiek rond de mogelijke oprichting van zendgemachtigde verenigingen. Bovendien is het de bedoeling dat, onder de titel «Communicatiefje» de (massa)communicatie ook eens langs de meer luchtige en satirisch-ludieke kant zal bekeken worden.

Ook zouden wij graag onze lezers nog dichter bij het blad willen betrekken. We houden ons dan ook aanbevolen voor Uw wensen, suggesties, opmerkingen en commentaren die wij met genoegen voor publikatie in aanmerking zullen nemen.

Tenslotte hopen wij dat de verhoging van de abonnementsprijs (de eerste sinds 1969) U niet zal afschrikken. Ze heeft niets te maken met de nieuwe lente of met de nieuwe titel, maar alles met de inflatie (lees: stijging papier-, druk- en portokosten). Het was ook voor ons een spijtige noodzaak.

In ruil voor Uw vertrouwen en medewerking zullen de redactie en het Centrum voor Communicatiewetenschappen zich steeds meer inzetten om dit tijdschrift ten dienste te stellen van alle instanties en personen die begaan zijn met de (massa)communicatie en haar maatschappelijke implicaties.

**Dr. Wim Van der biesen.
Hoofdredacteur.**

In het kader van het Belgisch-Brits cultureel akkoord gaf Prof. dr. Jay BLUMLER, professor aan de University of Leeds en research director of the Centre for Television Research, op uitnodiging van het Departement Communicatiewetenschappen, respectievelijk op 4 en 5 december 1974 twee lezingen: «The Decline of Traditional Communication Patterns» en «The Evaluation of New Communication Roles» onder de algemene titel: «The Intervention of Broadcasting in Politics».

De eerste lezing vindt men hieronder. Zij werd in het Nederlands vertaald door Lieve BRAEKEN.

De tweede lezing wordt voor het volgend nummer gereserveerd.

de interventie van de omroep in de politiek

Jay BLUMLER

Mijnheer de Voorzitter, ik ben U en de universiteit van Leuven dankbaar omdat ik de mogelijkheid heb gekregen om met U van gedachten te wisselen over wat ik genoemd heb: «De interventie van de omroep in de politiek». Ik zal vooral spreken over ervaringen, onderzoeken en waarnemingen in Groot-Brittannië, maar opinies vanuit een andere context, bijvoorbeeld de Belgische, zijn zeer welkom: zo zullen we ideeën kunnen uitwisselen en nagaan of hetgeen ik zeg overeenstemt met of afwijkt van uw eigen ervaringen.

Vooraf wil ik laten opmerken dat ik vertrek vanuit een breed perspectief over het onderwerp. Wellicht reflecteert dit mijn opvatting dat een vruchtbaar idee over de rol van de massamedia in de politiek, in zekere mate tot stand komt door het beschouwen van de systemen. In een bepaalde maatschappij is er wat men zou kunnen noemen een politiek communicatiesysteem, dat minstens bestaat uit partijzegslieden, professioneel massamedia personeel en ontvangers, boodschappen die ze naar elkaar zenden en middelen waardoor deze boodschappen verspreid worden. Bovendien is er een soort politiek systeem waarmee ze in relatie staan, evenals opvattingen over communicatie, normatieve ideeën over de functies die politieke communicatie zou moeten vervullen en andere ideeën over de functie die ze momenteel uitoefent, waarvan enkele afkomstig zijn van onderzoeksresultaten.

In feite wil ik in een eerste deel beginnen met het normatieve niveau van het onderwerp en dit door U te vragen na te denken over hoe adequaat de politieke communicatie-overeenkomsten zijn die heden in de meeste Westerse democratische landen fungeren, of ze ons dienstbaar zijn dan wel of ze in bepaalde opzichten geherstructureerd moeten worden. Op dit ogenblik stel ik slechts de vraag, maar ik zal er in deel II op terugkomen.

Ik heb besloten de discussie op dit zgn. normatieve vlak te openen en te sluiten en wel om twee redenen. Een eerste komt voort uit het feit dat het proces van politieke communicatie over het algemeen, en het gebruik van de omroep in de politiek in het bijzonder, geladen is met conflicten en dubbelzinnigheden die nooit volledig kunnen vermeden worden. Laten we er in het kort enkele opsommen. De omroep krijgt haar uiteindelijke autoriteit van de Staat, maar de politieke inhoud representeert slechts een klein gedeelte van de totale output. Van de media wordt verwacht dat ze het publiek eveneens ontspanning geven en verstrooien, zowel amuseren als informeren. Politici schijnen te verwachten dat hetgeen zij doen en zeggen over de gehele lijn respectvol behandeld wordt, maar omroepspecialisten weten maar al te goed dat, zoals de Voorzitter van de B.B.C. het onlangs uitdrukte: «langdradige programma's van sprekende politici door het publiek afgewezen

worden, hoe moeilijk dit ook door politici aanvaard wordt». Kiezers worden terzeldertijd aangetrokken en afgestoten door politieke gesprekken. Aangetrokken wanneer het om elementen gaat die hun leven kunnen beïnvloeden, afgestoten daar zoveel van hetgeen gezegd wordt onrealiseerbaar lijkt, vervelend en moeilijk te volgen is.

Dit zijn steeds terugkerende problemen. De hoofdreden echter waarom ik uw aandacht op enkele normatieve elementen wil vestigen komt voort uit mijn gevoel dat, ten minste in Groot-Brittannië, en mogelijk ook elders, deze moeilijkheden de jongste tijd zo levendig geworden zijn, dat het is alsof we in een crisis van politieke communicatie leven waarvoor niet gemakkelijk een oplossing kan gevonden worden. Laat ik in het kort vier symptomen van de Britse crisis vernoemen die een betekenisvolle indruk op me gemaakt hebben.

Ten eerste: het werkelijke proces van democratische politieke communicatie schijnt een toenemende slechte naam te krijgen en een eerder onsmakelijke reputatie. Dit was in Groot-Brittannië opvallend duidelijk tijdens de verkiezingscampagne van september en oktober van verleden jaar. Het publiek klaagt niet alleen over de ene of de andere karakteristiek van de campagne, de ene of andere voorstelling, de ene of de andere stijl van argumenten, maar het misnoegen is daarentegen vaak algemeen

en gericht op het communicatieproces van de verkiezingscampagne zelf. Een schrijver in **The Guardian** bijvoorbeeld verwees naar «deze dwaze en belachelijke verkiezing». Een andere medewerker aan deze krant schrijft: «Een soort onbuigzaam fatalisme houdt het land in stand wanneer er verkiezingen komen. Zoals bij twee familiefeesten in één maand tijds, waarvan het tweede meer stoïcisme vraagt dan vrolijkheid en champagne.»

De financiële krant, **The Economist**, begon op 5 oktober met de nuchtere vaststelling dat «Britannië een slechte verkiezing zou doormaken». Bij de aanvang van de campagne begon een hoofdartikel in de **Times**, getiteld «De onechte verkiezing», met het commentaar dat «Indien het begin van de verkiezingscampagne enig resultaat zou gehad hebben, dit is dat het publiek zich nog nuttelozer voelt». Een schrijver van het wekelijks omroepmagazine **The Listener** erkende, na gezocht te hebben naar excuses voor de vergissingen van de verkiezingspolitici, dat de verkiezingstijd niet het juiste ogenblik was om excuses aan te bieden, daar «je uiteindelijk kunt stellen dat het hun fout is dat er een verkiezing is».

Verkiezingen zijn er voor en door politici. En een hoofdartikel in een populaire krant, **The Sun**, verklaarde, één dag vóór de verkiezingen, ronduit dat «we gedurende drie weken opgejaagd werden door politici van alle partijen die een groot deel nonsens uitkraamden die duizelde van irrelevantie. Overmorgen moet het gedaan zijn met die onzin». Dit alles toont een zeker verlies aan vertrouwen aan in de verkiezingstaal en in politieke argumenten. Dit kan zorgwekkend zijn in een regeringsvorm waarbij de regeerders hoofdzakelijk moeten steunen op een beïnvloedingsmethode, eerder dan op dwangmiddelen om de steun te krijgen die ze nodig hebben om effectief te kunnen regeren.

Alle argumenten die ik aanhaalde werden in kranten of tijdschriften gepubliceerd. Maar op de tweede plaats blijkt uit de onderzoeksgegevens met grote zekerheid dat er in de Britse verkiezingen over het algemeen een verminderend respect is voor belangrijke vormen van politieke communicatie. Na de verkiezingen van februari in Groot-Britannië, bij voorbeeld, stelde het Departement voor Publiek Onderzoek van de B.B.C. vast dat 66% van een nationale steekproef erover klaagde dat er door televisie en radio te veel tijd besteed werd aan de verkiezingen (31% ging zover te protesteren tegen 'veel te

veel' tijd besteed aan de campagne), terwijl dit 47% was tijdens de verkiezingen van 1970 (waar 17% klaagde over veel te veel verkiezingsuitzendingen). Toen dit onderzoek uitgevoerd was bleven de resultaten niet onopgemerkt; integendeel, het werd als een invloedrijke feedback naar de beleidsmensen van de B.B.C. gezien, die als gevolg hiervan besloten te pogen het aantal verkiezingsuitzendingen die tijdens de oktoberverkiezing op antenne zouden gaan tijdens de piek-uren opvallend te verminderen. Nochtans noteerde het Departement voor Publiek Onderzoek in een van haar latere publikaties, ondanks deze inspanning tot reductie, toevallig als neerslag daarvan, dat ten minste evenveel personen opnieuw klaagden over te veel politieke uitzendingen op de televisie in de oktobercampagne als er in februari gedaan hadden; ze waren nog steeds niet gesust.

Maar ontevredenheid blijft niet alleen beperkt tot de massa, zij wordt eveneens in toenemende mate vastgesteld in hoge politieke kringen. Eigenlijk zijn er vele tekenen dat de ontevredenheid van politieke partijen over de verkiezingsuitzendingen door de omroep onverbiddelelijk groter en sterker wordt. Het is natuurlijk vanzelfsprekend dat na elke campagne een of andere partij, gewoonlijk de verliezende, klaagt dat een bepaalde vorm van de omroepvooroordelen oorzaak is van stemmenverlies. Hoe dan ook, er zijn enkele nieuwe trekken in dit klaagritueel binnengeslopen na recente campagnes. Een ervan is een tendens van boosheid van de partij gericht tegen de wijze waarop nieuwsfeiten in verband gebracht worden met verkiezingselementen en -argumenten in het televisie-nieuwsbulletin. In 1970 bij voorbeeld klaagde de Labour-partij erover dat een te grote aandacht aan ongunstige statistieken over de maandelijkse betalingsbalans de verkiezingsbalans in hun nadeel had doen doorslaan. En in februari 1974 was het de leider van de Conservatieve partij die in gelijkaardige termen erover klaagde dat de nieuwslezers misleidende publiciteit gaven aan statistieken en verklaringen, suggererend dat de staking van de mijnwerkers, die de verkiezing versneld had, meer de fout was van de regering dan van de vakbonden. En slechts enkele weken geleden nog deed het Nationaal Uitvoerend Comité van de Labour-partij, die de oktoberverkiezing uiteindelijk gewonnen heeft, niettemin zijn beklag over de vooringenomenheid van de B.B.C., die hun stemmen kostte tijdens de campagne. Nochtans scheen in dit ge-

val het beklag een diepere grond te hebben dan enkel de ontevredenheid over een afwijkende nieuws-presentatie. Labour keurde dan ook de «situatie in de omroep af, waarbij politici behandeld worden als 'puppets on a string', en waarbij de B.B.C. de hele campagne voorstelt alsof het een soort televisiespel is, volgens regels die zij bepaalt, terwijl ze ook de keuze van de spelers bepaalt die het spel interessant kunnen maken en de elementen waarrond een oplossing moet gezocht worden (*). En Labour besluit met de uitspraak: «We geloven dat politieke partijen verkiezingen moeten leiden op hun eigen democratische manier». Wat merkwaardig is aan deze bemerkingen is het feit dat ze meestal geen kritiek uitoefenden op de wijze waarop de omroepspecialisten hun rol veranderden in politieke communicatie, maar in plaats daarvan gericht waren op een ontkenning van de legitimiteit van deze regels zelf.

Vanzelfsprekend worden de omroepspecialisten op hun beurt woedender en angstiger over de aantijgingen als zouden ze politieke elementen op een oneerlijke en tendensieuze wijze weergeven. Hun verbijstering is wellicht begrijpelijk, daar ze dit in oktober ten minste uit de weg gingen. Ze probeerden verkiezingselementen in het nieuwsbulletin meestal exclusief ter sprake te laten komen tijdens een uitzending van partijboodschappen, daarbij elke discussie, commentaar of argumentatie overlatend aan de meer gespecialiseerde programma's over de lopende zaken op andere tijdstippen van uitzending. Maar zelfs deze inspanning behoeft hen niet voor kritiek. Evenmin als het publiek was uiteindelijk een politieke partij gesust. Wellicht is dat de reden waarom de Voorzitter van de B.B.C. mij in een recent privé-gesprek een tweetal hoofdkenmerken aanduidde, waarbij hij zijn eigen betrokkenheid bij de situatie uitte. Ten eerste benadrukte hij de boosheid van verscheidene producers van politieke programma's over de beschuldiging van vooroordelen. Maar daarbij drukte hij tevens grote verbijstering uit over de heibel waar het allemaal om ging. Hij vroeg mij of ik dacht dat Labour werkelijk geloofde wat het publiek aanklaagde, namelijk dat de omroep op grote schaal het democratisch proces verstoorde.

Het is duidelijk dat de verschillende symptomen van conflict als toevallig en beschouwend kunnen bekeken worden alsof ze eenvoudig een natuurlijke oplossing waren van deze belangenconflicten, die

onvermijdelijk geconcentreerd worden rond een dergelijk belangrijk sociaal proces als de politieke communicatie. Hoe dan ook, mijn mening is dat alle elementen in het politieke communicatiesysteem minder en minder bevrediging schenken over de wijze waarop dit systeem werkt, en men kan zich daarom afvragen hoelang we nog op deze manier kunnen verdergaan, omdat er overal meer wrevel ontstaat over datgene wat de essentie van de democratie kan zijn. In ieder geval is het noodzakelijk te trachten enige herstructurering van het politieke communicatiesysteem onder ogen te zien, een element waarnaar ik in deel II terugrijp.

De politieke communicatiecrisis — indien crisis geen te sterke uitdrukking is voor hetgeen we zoëven beschouwd hebben — concentreert zich nu duidelijk op de omroep als de voornaamste communicator van politiek nieuws en ideeën die voor iedereen beschikbaar zijn. In mijn eigen analyse krijgt de omroep nochtans een nog grotere rol toebedeeld, daar ik vermoed dat vele elementen van de huidige crisis hun oorsprong vinden in de dramatische interventie van de omroep in de politiek, een interventie die zowel direct als indirect diende om formele goed afgebakende lijnen en modellen van communicatie tussen politici, professionele mediamensen en ontvangers/kiezers af te breken.

Maar wat bedoel ik precies met **interventie**? Het Engelse woord heeft verschillende betekenissen die effectief in staat zijn onze onzekerheden te belichten over de manier waarop we op de meest geschikte wijze de betekenis kunnen vatten van het feit dat zoveel van de in- en outputs van het politieke proces uitgezonden zijn door grote communicatiebedrijven zoals radio en televisie. Ik meen dat we op zijn minst een onderscheid mogen maken tussen drie verschillende betekenissen waarbij het begrip 'interventie' toepasselijk is voor de rol die de massamedia spelen.

In het Oxford-woordenboek wordt één Engelse betekenis van 'interventie' eenvoudig omschreven als «bemiddelend agentschap»; «tussenkomen» wordt er beschreven als «tussen of in iets komen», «tussenbeide komen», «gebeuren of plaatsvinden tussen andere gebeurtenissen in». Volgens deze beperkte omschrijving van 'interventie' betekent de tussenkomst van een massamedium gewoon het inlassen van een kanaal waardoor boodschappen

moeten verspreid worden van de oorspronkelijke bronnen naar hun uiteindelijke ontvangers. Wanneer een dergelijke betekenis van 'interventie' gekozen wordt als analysemodel, dan zou de impact van een nieuw medium, zoals de televisie, beperkt blijven tot wat men zou kunnen noemen de rol van het kanaal van het communicatieproces. Deze rol brengt nu eenmaal een bepaald aantal selecties mee, maar laat de voorbereiding van de boodschappen en de uiteindelijke ontvangst door het publiek grotendeels onveranderlijk en intact.

Een tweede betekenis van 'interventie' in het woordenboek maakt een dynamischer en formatiever perspectief mogelijk, omdat er een omschrijving gegeven wordt van 'interventie' als «tussenkomen, stappen in of interfereren in gebeurtenissen om hun beloop of resultaat te beïnvloeden». Een dergelijke omschrijving van 'interventie' kan er wellicht toe bijdragen dat we op zoek gaan naar de wijze waarop het medium dat tussenkomen, individuen en groepen kan beïnvloeden en de wijze waarop het medium geholpen heeft het publiek aan zich te binden, en hoe het hun onderlinge relatie kan herstructureren. Niettemin drukt deze meer krachtige notie van 'interventie' niet volledig de verschillende toepassingsmogelijkheden uit. In het dagelijks woordgebruik wordt aan het woord 'interventie' soms de betekenis gegeven van vervanging of substitutie, alsof een nieuw en dominant communicatiemedium, uitgerust met gespecialiseerd personeel en met een bijzondere sub-cultuur van waarden, een bepaald aantal functies (en het daarbij behorende gezag) overneemt die vroeger aan andere machten toebehoorden. Een goede analogie voor deze vorm van interventie kan wellicht gevonden worden in een artikel verschenen in een recent nummer van **The Journal of Communication**, waarin de auteurs Williams en Pearce verwijzen naar wat ze eveneens 'interventie' noemen van de wetenschap als een informatiebron die sedert de zestiende eeuw progressief een verantwoordelijkheid op zich genomen heeft om de kosmische orde van de Westerse sociale systemen te verklaren, wat vroeger gebeurd door religieuze informatiebronnen. Natuurlijk boden de traditionele religieuze instituties, de Kerken, weerstand tegen deze inmenging, maar ze konden hun gezag uiteindelijk niet behouden. En met elke overwinning in deze ideologische strijd verwierf de wetenschap een groter gezag over elementen die de mensen nodig hadden om er opinies over te

kunnen hebben (?). Is het onrealistisch de huidige moeilijkheden tussen de politieke partijen en de massamedia in gelijkaardige termen te interpreteren? De concurrerende partijen die met elkaar in conflict zijn over de tegenstrijdige en specifieke beschouwingen, over de uiteindelijke politieke waarden, worden in macht ondermijnd door media-invloeden die impliciet een objectieve weergave van de universele beschouwingen eisen. Het is waar dat massa-media geen directe verantwoordelijkheid hebben en ook niet kunnen hebben om politieke doelstellingen te promoveren als het handhaven van de orde, de veiligheid en de uitbating van energiebronnen, maar ze kunnen niettemin beschouwd worden als een informatiebron die invloedrijke standpunten weergeeft over hoe deze doeleinden daadwerkelijk kunnen bereikt worden.

Maar hoe kunnen we kiezen tussen de verschillende opvattingen over de aard van de interventie van de massamedia in de politiek? Een antwoord op deze vraag draait uit op het toevoegen van een ander concept, daar de tweede en derde betekenis van interventie veronderstelt dat de media in een zodanige positie staan dat ze het mogelijk maken macht uit te oefenen, d.w.z. dat ze het gedrag van andere personen zodanig kunnen veranderen dat zij hun gedrag gaan wijzigen. Indien er enige invloed is, hoe en in welke mate kunnen we dan spreken over de macht van de massamedia, en hoe machtig kan een medium als de televisie dan zijn?

De literatuur over de media-analyse tendert naar een ontkenning van de idee dat de massamedia in een of ander opzicht machtig zijn. Deze ontkenning slaat op drie specifieke vormen. Volgens een bepaald standpunt zijn de massamedia geen onafhankelijke informatiebronnen, maar verwerven ze hun input ergens anders en zijn ze in grote mate beperkt in hun productieproces door de omringende machtsstructuur waarnaar ze zich moeten richten en waaraan ze zich moeten aanpassen. De politieke wetenschapper V.O. Key Jr., bijvoorbeeld, schreef in «**Public Opinion and American Democracy**»: «Noch radio noch televisie zijn in staat uit te groeien tot een onafhankelijke bron van informatie of interpretatie. Over het algemeen werden deze nieuwe instrumenten ondergebracht in een model van de oudere nieuwsmedia; ze zijn over het algemeen meer overbrengers van politiek nieuws dan scheppers. Als zodanig zijn

BOEKEN DIE UW AANDACHT VRAGEN !

Waar blijf je met Ivan Illich ?, Situering en oefening.

Wat is de maatschappij-kritische optie van de auteur van «Ontscholing van de maatschappij», «Naar een nieuwe levensstijl» en «Energieverbruik en maatschappelijke tegenstellingen»? Wat kun je ermee doen ? 195 fr.

Energieverbruik en maatschappelijke tegenstellingen

door Ivan ILLICH, onze ver-keerde wereld.

De geïndustrialiseerde mens dreigt het slachtoffer te worden van het waandenkbeeld dat toenemend energieverbruik ook rechtvaardiger verhoudingen schept. 165 fr.

Naar een nieuwe levensstijl door Ivan ILLICH

Voorwaarden voor een gelukkiger samen-leven. Brillant en uitdagend vervolg van Illich's opzienbarende publikatie «Ontscholing van de maatschappij». 195 fr.

Een nieuw machtsmiddel ? «Grenzen aan de groei»

door Bruno FRITSCH

Een vakman van internationale faam daagt de «groei-begrenzers» uit. Zou beperking van de produktie de heerschappij van de welgestelden doen toenemen ? 290 fr.

De computermaatschappij door M. STONE en M. WARNER

Worden onze vrijheid en privacy erdoor beïnvloed ? «An unusual and fascinating book» (The Times Literary Supplement). 265 fr.

Barsten in de groei, een projekt van de Studiestichting voor Radikale Politieke Vernieuwing met een ten geleide van Sicco MANSHOLT.

Produktie en consumptie tegen de achtergrond van welzijn, derde wereld, milieu en macht. 135 fr.

Reflekties op de toekomst, nieuw sociaal, economisch, politiek handelen.

Acht auteurs van naam o.a. Prof. J. Tinbergen hebben dit belangrijke boek geschreven over de vraag hoe wij de snel veranderende informatie over de technologische vragen in onze samenleving kunnen verwerken. 195 fr.

Partijgangers der armen, avant-garde van Gods revolutie door dr. G. H. TER SCHEGGET

De praxis van Tsedeka futurologie is «in». Op zoek naar de komende stad — religie, pijnstillend middel — kritiek der godmenschkunde 165 fr.

Kom deze (en veel andere) boeken inkijken in onze afdeling «Geestes- en sociale Wetenschappen» (Kelderverdieping).



SINT-MICHIELSSTRAAT 1 - 3000 LEUVEN

radio en televisie in hun domein geen instituties geworden van politieke invloed». En de Scandinavische auteurs Hadenius, Weibull en Hoyer, hebben eveneens scepticisme laten blijken over de onafhankelijkheid en de macht van de media : «Ondanks de onzin over de vierde rege-ringsafdeling, blijven de massamedia een dienstverlenende instelling : ze produce-ren niets nieuws, ze brengen nieuws over anderen. Om dit te kunnen doen moeten de massamedia zich schikken naar instel-lingen waar informatiebronnen beschik-baar zijn en zijn ze aldus goed geplaatst om bepaalde elementen van politieke or-de te reproduceren. Tussen de techno-logische, economische en institutionele druk wordt de politieke communicatie ge-vormd» (?).

Voor mij zijn beschouwingen zoals deze nochtans niet doorslaggevend. Zelfs een groep die onderworpen is aan verschil-lende invloeden kan toegang hebben tot een eigen bron van macht, waarvan het gebruik het gedrag van anderen kan wijzi-gen. We moeten niet alleen rekening hou-den met die invloeden waaraan de media onderworpen zijn, maar ook met de moge-lijke bronnen van macht die zij nooit vol-ledig kunnen ontwijken. Vier dergelijke bronnen zijn noemenswaardig : de struc-turele, psychologische, technologische en normatieve.

De structurele basis van de macht van massamedia komt vooral uit hun unieke capaciteit aan de politici een publiek te geven dat in omvang en samenstelling on-mogelijk bereikt kan worden door om het even welk ander medium. Je kan ervan overtuigd zijn dat ondanks het feit dat vele politici af en toe klagen over het verval van openbare meetings in de te-levisie-eeuw, ze erg gevoelig zijn voor de mogelijkheid die de omroep hun biedt een groot deel van de kiezers te bereiken en dit op een en het zelfde moment. En zelfs indien de massamedia zelf niets kun-nen scheppen, kunnen ze door selectie helpen bepalen of bepaalde individuen en boodschappen, deze schaal van het pu-bliek bereiken die een politicus al dan niet wenst te bereiken. Dus wanneer de macht van de media in dit licht wordt be-schouwd dan is het uiteindelijk gevolg het tweesnijdend zwaard van de publiciteit : een macht die de aandacht kan leiden naar en openstellen voor beleid, beslissin-gen en gebeurtenissen die politici liever verzwegen zouden houden en die aanzien en reputatie kan opbouwen voor perso-nen en groepen die door de frequentie

en prominentie van hun verschijning in de media van belang zijn. Men kan hiermee de zogenoemde 'status-conferral' functie van de massa-communicatie vergelijken zoals Lazarsfeld en Merton ze lang geleden definieerden.

De **psychologische** basis van de macht van de media komt voort uit de geloofwaardigheid en het vertrouwen bij het publiek, die verschillende media verworven hebben tijdens hun ontwikkeling. Zonder twijfel is het beeld dat de producers hebben over de verwachtingen van het publiek waarnaar zij zich richten, van cruciaal belang voor vele mediafuncties. Natuurlijk kunnen ze vergissingen begaan of falen in de interpretatie of de bevrediging van de verwachtingen, maar zelfs dan zullen ze de reactie van het publiek willen begrijpen en trachten hun vergissingen te herstellen, in de hoop de band van psychologische geloofwaardigheid waar te maken bij hen die regelmatig hun uitzending volgen. En dit is een bron van macht, omdat het geloof in de media door het publiek gekanaliseerd kan worden in het voor- of nadeel van de politici en politieke partijen, afhankelijk van de wijze waarop ze voorgesteld worden in de massamedia. Een interessant teken van deze bron van macht is, hoe in **partij**-uitzendingen in Groot-Britannië de presentatie die door **media**-specialisten werd ontwikkeld, vaak overgenomen wordt om zo voordeel te halen uit het vertrouwen dat het publiek in hen gesteld heeft. Op die wijze kan een partij-uitzending afgestemd zijn op een tamelijk onafhankelijk interview van een partijleider door een bekend journalist. Een meer conventionele toespraak in de omroep kan kracht bijgezet worden door allerlei aanhalingen van massamedia bronnen — alsof zij zich verheugen in een gezag dat hoger staat dan de sponserende partij.

Een derde bron van macht, vooral in de beginperiode van een nieuw medium in ontwikkeling, is het **technologische aspect**. Dit komt voort uit de specialisatie van het mediapersoneel, verworven door training, ervaring, en parate kennis van de gangbare produktie-opvattingen over welke stijl van presentatie het meest geliefd is. Eveneens een bijdrage tot deze bron van macht is de training in het gebruik van radio en televisie die politieke partijen soms hun leidende zegsman laten volgen. Dergelijke training kan echter zelden opwegen tegen het professionalisme en de psychologische zekerheid van het mediapersoneel.

Ten slotte is er een **normatieve** basis van de macht van massamedia die doorslaggevend kan zijn, in het bijzonder in tijden van conflict, wanneer politici interventie van de media onaangenaam vinden. Dit komt voort uit het respect dat in democratische landen bestaat voor bepaalde leerstellingen van de liberale filosofie, zoals meningsvrijheid en behoefte aan specifieke organen om de burgers te beschermen tegen mogelijke fouten van de politieke machthebbers. Dit leidt tot het legitimeren van de onafhankelijke rol van de media op het politiek vlak en tot het beschermen van openlijke aanvallen om hen onder politieke controle te brengen.

Niets van hetgeen we tot nog toe gezegd hebben had de bedoeling te impliceren dat in het optreden van een conflict de macht van de media onveranderlijk zal overheersen over andere machthebbers. Maar deze specificatie van de macht van de media lijkt voldoende om een actieve opvatting bij te treden van datgene wat plaatsvindt wanneer een massamedium in de politiek 'intervenieert'. Het is eveneens interessant te noteren dat in alle vier gevallen de televisie kan gezien worden als het machtigste medium: zij bereikt het grootste publiek, haar uitzendingen worden in ontvangst genomen met een groter vertrouwen dan voor enig ander medium; zij is gebaseerd op het nieuwste, het meest verwijderde en de meest gespecialiseerde vorm van communicatie-technologie; en in vele democratische landen werden constitutionele voorzieningen getroffen speciaal om de liberale vrijheden te weerspiegelen. Hierdoor wil men de onafhankelijkheid van de omroep beschermen voor de overheersing van specifieke belangen van een bepaalde politieke, economische of sociale groep.

Een andere belangrijke reden om te ontdekken dat massamedia een onafhankelijke macht hebben komt voort uit de zienswijze over hun ideologische functie, zoals deze vaak voorgesteld wordt door marxistische studenten. Hun visie komt erop neer dat de media zodanig in de maatschappij geïntegreerd zijn dat ze als vanzelfsprekend hulp, comfort en steun geven aan de heersende ideologie van de sociale orde, aan haar dominerende meningen en daardoor aan de bestaande rijkdom, inkomens en andere waarden. Dit leidt dan tot een consensus over hetgeen leden van die gemeenschap verondersteld worden te aanvaarden als de eeuwige waarheden van sociale en politieke organisatie en ideologie. Professor Ralph Mill-

band van de universiteit te Leeds schreef dat:

«... in werkelijkheid de communicatie-agentschappen en speciaal de massamedia, ondanks het bestaan van verschillende standpunten, een doorslaggevende rol spelen in het legitimeren van de kapitalistische maatschappij» (*).

Natuurlijk, zo gaat hij verder:

«De massamedia kunnen niet enkel en alleen conservatieve stemmen laten horen. De media kunnen wel — en ze doen dit ook — een conformiteitsklimaat bevorderen, niet door een totaal negeren van afwijkende meningen, maar door het weergeven van deze standpunten alsof ze een eigenaardige ketterij zijn, of, nog efficiënter, door ze voor te stellen als irrelevante buitenissigheden die door ernstige en verstandige personen kunnen verworpen worden daar ze geen invloed hebben».

Persoonlijk meen ik dat aan de moeilijkheden die inherent zijn aan deze visie te vaak kritiekloos werd voorbijgegaan. Over enkele tamelijk belangrijke aangelegenheden bijvoorbeeld, kan er misschien geen consensus bestaan om de media in een bepaalde maatschappij te handhaven. Enkele moeilijkheden die de massamedia nu ondervinden kunnen precies een gevolg zijn van het feit dat de kloof breder wordt en de opinies over bepaalde beslissingen zodanig gepolariseerd zijn dat het nu voor radio en televisie moeilijker wordt dan in het verleden om een evenwicht te bereiken. In Groot-Britannië bijvoorbeeld, bestaat er zeker geen consensus tussen de politieke partijen over dergelijke essentiële aangelegenheden als het afbakenen van de publieke en private eigendom van industriële sectoren in de gemengde economie. Meer nog, er is over te discussiëren of minstens op enkele gebieden de massamedia recent een bestaande consensus zouden verdreven hebben, zoals de ruchtbaarheid die aan de bewegingen voor vrouwenemancipatie gegeven werd en de aandacht besteed aan de problemen van marginale groepen die vroeger niet werden getolereerd en die nu met een groter begrip en sympathie behandeld worden.

Maar zelfs in gevallen waarbij het mogelijk is te beweren dat massamedia inderdaad het handhaven van een ideologische consensus over dominante sociale en politieke meningen bevorderen, zullen zij zich noodzakelijk moeten bekommeren om, zoals een Amerikaans politoloog, Frank Wolf, recent vastgesteld heeft, «de poging ideologische orthodoxie te verzoenen met politieke feiten» (*). Wat betekent dit? Zijn



**CONCENTRA
GROEP**

herckenrodesingel 10,
3500 hasselt tel. 011-22.59.11

HET BELANG VAN LIMBURG

het grootste regionale dagblad
in België
dagelijks 300.000 lezers

10 reclame-weekbladen
gratis in alle bussen
249.277 ex.

Concentra Grafic
offsetdrukkerij
voor drukwerken met standing

Concentra Post
distributie reclamefolders
wekelijks huis aan huis in gans
limburg

jet^{limburg}

weekblad
voor informatie en reclame
in offset met 4 kleuren
gratis in alle bussen
190.779 ex.

standpunt is dat geen enkele dominante ideologie automatisch en direct bekwaam is om exact te kunnen bepalen hoe aan de problemen van en in de politieke realiteit het hoofd kan geboden worden. Eigenlijk is dit de reden waarom autoritaire regimes één heersende partij nodig hebben om voor hun specifieke gemeenschappen te kunnen beslissen welke beleidslijnen exact gevolgd moeten worden. En in liberale-pluralistische gemeenschappen rijzen binnen de dominerende ideologie problemen van interpretatie, adoptie en keuze in het bepalen van actiemiddelen, alsook van het bepalen van straf en beloning voor de acteurs waarbij de media een beslissende rol kunnen spelen. Frank Wolf stelde :

«Het is in deze specifieke, maar significante betekenis dat gezegd kan worden dat de media macht uitoefenen — ze stellen tegenover de wensen van andere politieke acteurs... bepaalde standaarden en principes waarvan de schending gestraft wordt door het uit te zenden en door kritiek ... steunend op de inhoud van de dominerende ideologie kan elke kritiek voor toestanden waarbij de andere politieke acteurs betrokken zijn ofwel afbrekend, ofwel triviaal zijn. Door dergelijke argumentatie wordt de rol van de media in de V.S.A. in het Watergate-schandaal begrijpelijk».

Een derde hoofdreden om de macht van de media te minimaliseren is minder theoretisch en meer empirisch dan de twee andere die we tot nog toe besproken hebben. Zij is vervat in een reeks van overbekende, vaak gepubliceerde en dikwijls herhaalde veralgemeningen van onderzoeksresultaten over de effecten van communicatieboodschappen bij kijkers en luisteraars. In feite werd de idee van het zich blootstellen aan massamedia-boodschappen over politieke en andere vragen, onthuld in de literatuur. Ik heb enkele voorbeelden samengebracht uit bekende werken, die, daarvan ben ik overtuigd, ook U doen denken aan formuleringen die U meermaals ontmoet hebt bij Uw eigen lectuur :

«... massacommunicatie is relatief machteloos bij gedragseffecten op korte termijnen en ... sociale veranderingen treden vaker op ondanks de massamedia dan dank zij de media ;

... indien ik U een overzicht zou geven van de belangrijkste resultaten van veertig jaar onderzoek van de massamedia dan zou ik U kortweg het volgende zeggen : de effecten van de massamedia zijn te verwaarlozen ;

... de vastgestelde impact van de massamedia om te beïnvloeden lijkt tamelijk zwak ;

... een groot aantal onderzoeken werd uitgevoerd om de effecten van de massamedia na te gaan. Het resultaat was tamelijk pijnlijk voor de voorstanders van de media, daar er weinig zekerheid bestaat over veranderingen van opinies, en nog minder over gedragsveranderingen ;

De opvatting dat informatiecampaagnes significante veranderingen kunnen teweegbrengen in de meningen en waarden over sociale items, werd niet gesteund door het effect-onderzoek in de massacommunicatie gedurende de jongste 25 jaar.

Natuurlijk komen deze veralgemeningen grotendeels van studies over de rol van de communicatie in verkiezingscampagnes in de veertiger en vijftiger jaren, vóór de opkomst van de televisie. Een belangrijk resultaat van deze onderzoeken was dat verkiezingscampagnes beschouwd werden als opinieversterkend. Zoals Paul Lazarsfeld het formuleerde in **The People's Choice** waren verkiezingsboodschappen gunstig om de belangrijke voorstelling van bestaande opinies in stand te houden in plaats van nieuwe meningen op te roepen. Zoals Joseph Klapper het uitdrukte in **The Effects of Mass Communications**, een review dat de verkiezingsstudies van de voorbije twee decennia trachtte samen te vatten, «massacommunicatie is gewoonlijk geen noodzakelijke en voldoende voorwaarde om effect bij het publiek te bereiken, maar functioneert eerder tussen en in een netwerk van indirecte factoren en invloeden». En verder : «deze indirecte factoren helpen wel mee maar zijn niet de enige oorzaak van de versterking van de bestaande opinies». De klemtonen op de meestal versterkende gevolgen van politieke communicatie — of de idee dat personen uit dergelijke communicatie enkel een bevestiging krijgen van hetgeen zij reeds denken, geloven en wensen — waren niet alleen aanwezig bij Klapper en Lazarsfeld. In **The Handbook of Communication**, slechts twee jaar geleden gepubliceerd, pogen Sears en Whitney nog steeds het oordeel van hun voorgangers te bevestigen : «Het besluit dat communicatie de bestaande meningen kan versterken... wijst erop dat presidentiële verkiezingen zouden moeten aangepast worden (omdat er weinig verandering van om het even waar zal optreden)».

Als besluit van deze lezing zou ik deze interpretatie willen commentariëren vanuit twee enigszins correlerende standpunten : als een onderzoeksmodel en als een be-

denking van het patroon in de politiek dat al dan niet ondermijnd werd door de opkomst van de televisie.

Bekeken vanuit een research standpunt heb ik in een van mijn recente publikaties dit referentiekader omschreven als een uiting van een «limited effects»-model van de invloed van de massamedia⁽⁶⁾. En het is wellicht belangrijk er hier de nadruk op te leggen dat dit model berust op bepaalde hypothesen die gespecificeerd worden en die nu minder waarschijnlijk zijn dan toen de eerste effect-studies uitgevoerd werden.

Er is bijvoorbeeld de hypothese dat onderzoeken naar communicatie-effecten virtueel samenvallen met beïnvloedingsonderzoeken. Niet alleen waren de onderzoekers die meewerkten aan deze onderzoeksrichting hoofdzakelijk bekommerd om de associaties tussen communicatie en gedrag als basis voor het stemgedrag, wat bijvoorbeeld wordt aangetoond door het feit dat Klapper dat deel van zijn boek dat resultaten van het politiek communicatieonderzoek samenvat de titel gaf : «The Effects of Persuasive Communication».

Maar dit is niet de enige mogelijke opvatting over hoe persuasie kan werken en opinieveranderingen kunnen teweeggebracht worden.

Bovendien veronderstelt het 'limited effects'-model een tamelijk hoge graad van selectieve ontvangst van politieke boodschappen met essentieel versterkende eigenschappen. Er werd verondersteld dat de doorsnee-kiezer informatie ontvangt in een ongelijke proportie die bepaald werd door zijn vroegere voorkeur, hij zou luisteren naar toespraken, kranten lezen en met vrienden en kennissen discussiëren wier opvattingen overeenstemmen met de zijne. Maar nogmaals, de basishypothese is ingewikkeld en in latere publikaties schijnen de resultaten van de selective exposure heel wat minder indrukwekkend en vanzelfsprekend te zijn, dan bij vroegere onderzoeken. Maar zelfs indien selective exposure niet optreedt kan het 'limited effects'-model steunen op de werking van een ander beïnvloedingsmechanisme, namelijk de selectieve interpretatie. Deze kan rekenen op het neutraliseren van de persuasive impact van alle tegenstrijdige boodschappen die via het scherm toekomen. Dit model veronderstelt echter dat er heel wat personen vóór het ogenblik van de ontvangst een sterk omlijnde opvatting hebben over een partij, die hen moet helpen om de betekenis van tegenstrijdige boodschappen af te zwakken.

Een vierde, en wellicht bijzonder belangrijk punt is dat het 'limited effects'-model een essentieel deel is van een globale wereldvisie die veel meer nadruk legt op de heersende stabiliteit in de politiek dan op veranderingen. Een mogelijke illustratie hiervan is wat Paul Lazarsfeld schreef in het voorwoord van **The People's Choice**, uitgave 1944 : «De proefpersonen in onze studie waren geneigd te stemmen zoals ze altijd gedaan hadden, feitelijk zoals hun families altijd gestemd hadden». Maar de mechanismen die verantwoordelijk zijn voor politieke stabiliteit zijn niet altijd effectief, en het 'limited effects'-model is wellicht minder toepasbaar bij een snelle sociale verandering.

Ten slotte werd hoe dan ook vastgesteld dat bepaalde individuen die men 'floating voters' noemt onstabiel waren in hun opvatting. Er werd aangenomen dat hun gebrek aan interesse voor politiek oorzaak was van het feit dat zij aandacht zouden besteden aan bepaalde potentiële persuasieve politieke boodschappen. In het werk van Greenstein uit 1965 over politieke socialisatie beschrijft hij een karakteristieke uiting van deze hypothese. «Massacommunicatie», zegt hij, «is een ondoelmatige techniek om overtuigingen en gedragingen te veranderen», deels omdat «de boodschap hoofdzakelijk gericht is naar diegenen die er reeds sympathiek tegenover staan, en die daardoor het minst behoefte hebben aan verandering» en deels omdat «door de rest van het publiek de boodschap genegeerd wordt en zij overlapt wordt door andere, meer overtuigende communicatie». Met andere woorden : degenen die in aanmerking komen voor beïnvloeding zijn onverschillig en schijnen geen behoefte te hebben aan politieke communicatie, wat opnieuw een betwistbare hypothese is.

Ondanks al dit voorbehoud was het 'limited effects'-model min of meer geloofwaardig om bepaalde toestanden weer te geven. En dit tijdens een periode die ondanks de vele crisissymptomen die ik hier aanhaalde toch kan beschouwd worden als een gouden eeuw van politieke communicatie.

Eén van de redenen waarom de vroegere periode minder problematisch voorkwam was het feit dat politici moesten werken met een tamelijk scherp afgelijnd model over de relatie communicator-publiek. Dit model was niet in alle situaties toepasbaar en kon evenmin alle moeilijkheden voorkomen, maar omdat het voldoende

scherp omlijnd was en aangepast aan de heersende normen scheen het tamelijk goed te functioneren. De hoofdeigenschap van dit systeem was wellicht het grote belang van de partijgeest en van de partijdiscipline. De partijgeest bepaalde niet alleen de strijd voor de stemmen van het publiek, maar ook hoeveel burgers volgens de partijdiscipline dachten over politieke problemen.

Nu, het centraal staan van de partijgeest maakte wat ik genoemd heb een «talking to the converted»-model of een «like speaks to like»-model van de relatie communicator-publiek in de politiek mogelijk. Het gevolg daarvan is dat politici zich op hun gemak konden voelen wanneer ze tot de kiezers spraken in termen die gewoonlijk gebruikt werden voor betrouwbare partij-aanhangers. En in feite was dit een bruikbaar model omdat, zoals onderzoeken uitgewezen hebben, er sterke aanwijzingen waren dat de trouw van een persoon aan een bepaalde partij relatief duurzaam was omdat die gesteund werd door versterkende invloeden uit zijn milieu en zo een schild vormde voor de ontvankelijkheid van tegengestelde boodschappen en gebeurtenissen.

Wanneer men de centrale thesis over de diep ingewortelde partijgeest van de meeste kiezers aanvaardt dan kan het «talking to the converted»-model zeer goed bruikbaar blijven in verschillende situaties en bij vele mogelijke subversieve drukkingen. Het verlicht bijvoorbeeld het werk van politici doordat het de reusachtige kloof van kennis, prioriteiten, ervaring en macht tussen burgers en regeerders helpt overbruggen omdat de politicus zich kan beroepen op het feit dat een groot deel van zijn publiek aan zijn zijde stond en hem als leider wilde. Bovendien zorgde het voor het goede verloop van de verkiezingen omdat men dan alleen die elementen van de partijloyaliteit diende aan te wakkeren die mogelijk een beetje afgekoeld waren in de tijd tussen de verkiezingen. En ten slotte kwam dit model tamelijk goed overeen met de bestaande structuur van de massamedia omdat, alhoewel de pers in verschillende landen elke regering, van welke partij die ook was, bekritiseerde om haar 'watchdog role' te vervullen, de verscheidene kranten die in tegengestelde kampen waren opgesteld op het ogenblik van de verkiezingen partij kozen en argumenten naar voor brachten om die bepaalde partij te steunen.

Vandaag is de situatie anders en komt ze anders over, zodat het oudere communicatiemodel voorbijgestreefd schijnt. De vragen die nog op te lossen blijven in deel II zijn: hoe voorbijgestreefd is het model dat ik uitgetekend heb? Wat vertelt ons zijn desintegratie over de interventie van de omroep in de politiek? Kunnen beter aangepaste politieke communicatiemodellen opgesteld worden? Zijn er vooruitzichten op herstructurering van een meer stabiel en minder verstoord systeem van politieke communicatie en op het overwinnen van de crisis die ik beschreven heb? En wat zijn nu de voornaamste taken van politiek communicatieonderzoek?

(¹) Zie Williams, Patrick en Pearce, John, T., «Communication as Biosystem», *Journal of Communication*, Vol. 24, nr. 4, 1974.

(²) Zie «Towards a Comparative Perspective on Political Communication», paper voorgebracht op het Wereldcongres van de International Political Science Association, 1973.

(³) *The State of Capitalist Society*, Weidenfeld & Nicolson, Londen, 1969.

(⁴) «Power and the Mass Media», ongepubliceerd paper, 1974.

(⁵) Jay G. Blumler en Jack McLeod, «Communication and Voter Turnout in Britain», in Leggatt, Timothy (Ed.), *Sociological Theory and Survey Research*, Sage, Londen, 1974.

(ADVERTENTIE)



Een complete gamma ultra-moderne toestellen, ontworpen voor uw vrije tijd en uw comfort. Een niet te vergelijken prijs voor z'n kwaliteit. Een verzekerde naverkoop-dienst en waarborg over de gehele wereld.

H13

PHILIPS

de economie van de filmindustrie

K. HUYBRECHTS

Is de film een industrieel produkt of een cultureel expressiemiddel? Op deze vraag kan stellig tweemaal bevestigend geantwoord worden. Men heeft te maken met een cinema-industrie en een cinema-art. De film vormt in ons hedendaags cultuurpatroon een niet weg te denken element en het zou een wezenlijke verarming betekenen voor de eigen cultuur indien de film in dit patroon wegens economische oorzaken geen plaats meer zou kunnen krijgen. Daarom is het alarmerend te moeten vaststellen dat de filmindustrie voor een groot deel afhankelijk is van de politieke beslissingen der regeringshoofden en reeds sedert vele decennia ingeschakeld werd in het industriële complex omwille van haar technologische natuur en haar commerciële exploitatiemogelijkheden. In dit complex is het eerste doel 'profit' en dan pas 'expressiveness'.

Indien de film een culturelelement wenst te blijven is er volgens Dadek een omschakeling nodig van de «Mengen-Ueberangebotsmarkt» naar een «Qualitätsmarkt»⁽¹⁾. De filmindustrie omvat drie activiteitssterren: de filmproduktie, de filmdistributie en de filmexploitatie, die nauw met elkaar in verband staan.

De belangrijkste veranderingen op het gebied van de filmeconomie in de zestiger jaren betreffen de ondernemingsstructuur en de marktvormen op internationaal niveau. Om de filmeconomie onder de huidige maatschappijverhoudingen beter te kunnen begrijpen, is een inzicht in de historische ontwikkeling van de filmindustrie onontbeerlijk.

I. DE FILMPRODUKTIE

In het filmproduktieproces kunnen vier stadia onderscheiden worden:

1. het stadium van het scenario en van het draaiboek,
2. het stadium van de mise-en-scène,
3. het stadium van het maken van de beeld- en geluidsopnamen,
4. het stadium van het eigenlijke monteren van de beeld- en geluidsopnamen.

De produktiekosten worden onderverdeeld in vaste en variabele kosten. De vaste kosten zijn van tevoren bepaald en omvatten onder meer de verfilmingsrechten en het loon van het vast geëngageerd personeel.

De variabele kosten kunnen beïnvloed worden wanneer de opnametijd door een rationalisering van het productieproces ingekort wordt. De lonen van het technisch hulp personeel, de huurprijs van de opnamestudio's... behoren tot de variabele kosten.

De gemiddelde produktiekosten voor een commerciële langspeelfilm zouden momenteel in België schommelen tussen twaalf en vijftien miljoen frank. Voor de verfilming van Pallieter werd een budget ingediend van zestien miljoen frank. In Frankrijk lopen de gemiddelde produktiekosten op tot zevenentwintig miljoen frank en het produceren van films in Amerika is gemiddeld vijfmaal duurder dan in Europa. Daar het produceren van films een erg dure en zeker geen risicoloze onderneming is, kan meteen de vraag gesteld worden hoe het nu zit met de **produktiefinanciering**.

Een aantal financieringsbronnen kunnen hierbij aangesproken worden. Meestal wordt er een onderscheid gemaakt tussen de interne en de externe financiering. De interne financiering is een zaak van eigen inbreng door de producent of door familie en vrienden. De overheidssteun is eveneens een interne financieringsbron.

Bij de **externe financiering** wordt een beroep gedaan op bankleningen. De eigen financieringsmogelijkheden van de producenten zijn doorgaans erg zwak zodat men in de filmindustrie vaak aangewezen is op een externe financieringsbron. De banken lenen enkel mits een waarborg. Zij gaan geen kredieten toestaan aan een produktiemaatschappij wier lot afhangt van het al of niet welslagen van een film. Het produktierisico wordt gedragen door de distributiemaatschappij, die als compensatie voor deze **initial distributie garantie** (front money) de distributierechten ver-

werft voor de te realiseren film.

In de Verenigde Staten bezorgen de distributiemaatschappijen soms zelf de nodige fondsen voor de geselecteerde projecten. Voor deze investeerders is het van essentieel belang dat de film voltooid wordt. Om hieromtrent meer zekerheid te hebben worden een aantal drastische eisen gesteld. Wanneer de produktiemaatschappij andere films in distributie heeft zal er gevraagd worden dat de opbrengsten hiervan een waarborg zouden zijn voor de voltooiing van de nieuwe film. De eigen activa van de produktiemaatschappij zullen gehypothekerd worden als waarborg voor de afwerking van het filmprodukt.

De kredietinstellingen en/of de distributiemaatschappijen eisen naast de initial distributiegarantie meestal een **completion guarantee**. De produktiemaatschappij dient een overeenkomst met een derde partij af te sluiten waarbij deze er zich toe verbindt de voltooiing van de film te waarborgen. Zulke garanties (end money) zijn erg moeilijk te vinden omdat de potentiële uitgaven meestal zeer hoog oplopen wanneer een film zijn budget overschrijdt. In Groot-Brittannië kunnen de filmaatschappijen voor hun completion guarantee terecht bij de Britse filmbank, de National Film Finance Corporation. Deze semi-officiële instelling heeft te kampen met een gemiddeld jaarlijks verlies van twintig miljoen frank.

Wanneer een distributiemaatschappij bij het produceren van een film voor een groot deel de financiële verantwoordelijkheid op zich neemt, wordt er een traditionele distributieovereenkomst afgesloten waarbij de producent een bepaald bedrag toegewezen krijgt alsmede een deelname in de winst nadat alle kosten — een vast bedrag voor de filmverhuurder en het terugbetalen van de lening — afgetrokken zijn. Het aandeel in de winst bedraagt voor de producent meestal 50%, alhoewel dit geen vaste regel is.

Het van tevoren vastgesteld forfaitair bedrag is echter vaak de enige compensatie voor de producent daar vele films nooit

uit de rode cijfers geraken.

Zoëven hebben we gesteld dat de distributiemaatschappij in ruil voor haar financiële interventie de distributierechten verwerft voor de te realiseren film. In de praktijk echter bezitten de distributiemaatschappijen een ware vetomacht in het ganse filmproject, zodat men zonder meer mag stellen dat de distributiesector de machtigste schakel vormt in de filmindustrie.

Vele filmproducenten slagen er echter niet in de distributiemaatschappijen als investeerders aan te trekken, omdat zij onvoldoende gerenommeerd zijn. Vooral bij de nieuwkomers is dit een algemene regel. Deze filmmensen zijn vooral aangewezen op de tussenkomst van familie en vrienden. Dergelijke investeerders zullen meestal — rekening houdend met een mogelijk verlies — een commanditaire vennootschapsstructuur verkiezen waardoor elke vennoot geen verdere financiële verantwoordelijkheid draagt en waardoor hij in tal van bestaande belastingssystemen zijn eventueel opgelopen verlies mag aftrekken van zijn globale inkomsten.

De filmproducenten kunnen daarnaast op de aandelenmarkt verschijnen om de nodige financiën bij elkaar te krijgen. De emissie van aandelen gaat echter gepaard met aanzienlijke registratiekosten.

De Amerikaanse filmaatschappijen beschikken over een extra-financieringsbron door gebruik te maken van de voordelen van een buitenlandse productie (run-away production). Zij draaien in Europa, met Europees technisch personeel en meestal Amerikaanse artiesten, films voor de wereldmarkt. De verplaatsing van de productie heeft meerdere redenen: de Amerikaanse maatschappijen kunnen profiteren van het internationale loonverschil; zij trekken vooral in Engeland, Frankrijk en Italië de subsidies naar zich toe die voor het nationale filmbedrijf bedoeld waren en door de co-productie-akkoorden wordt de productielast gedeeld met buitenlandse firma's.

Naast deze diverse financieringsmogelijkheden kunnen de meeste Europese filmaatschappijen rekenen op **overheidssteun**. De directe betrokkenheid van de nationale regeringen via een financiële interventie is een basisenkenmerk van de filmindustrie in Europa. Eigen filmproducties zouden het nationaal belang dienen en door de steun aan de filmindustrie zou de tewerkstelling en het economisch klimaat verbeterd worden. Wil men echter over een ruime amortisatiebasis beschik-

ken, dan is de Amerikaanse verhuurmarkt onontbeerlijk. De lokale filmmarkten zijn onvoldoende in omvang en populatie zodat de film in zijn economische implicaties eerder internationaal dan wel nationaal dient bekeken te worden.

Bij de overheidssteun vallen er diverse technieken te onderscheiden: automatische subsidies, renteloze leningen, kwaliteitspremies, voorschotten op de ontvangsten, belastingvrijstellingen. Daar de overheidssteun in alle landen gebonden is aan eigen juridische normen en commerciële gewoonten, gaan we de **subsidiepolitiek in België** even van naderbij bekijken.

De hulpverlening aan de Belgische film is afhankelijk van het Ministerie van Economische Zaken en van de beide ministeries van Cultuur.

Door een koninklijk besluit van 14 november 1952 besloot de Belgische regering hulp te verlenen aan de filmindustrie. Overeenkomstig dit K.B. zal het ministerie van Economische Zaken de filmproductie steunen door de terugbetaling van de vermakelijksheidsbelasting op de vertoning van de Belgische film. Het ministerie geeft dus een premie op de bioscoopontvangsten. Het bedrag wordt berekend op basis van een zeker percentage van de vermakelijksheidsbelasting. Deze premie-uitbetaling gebeurt echter meestal twee jaar nadat de film in omloop is gebracht, zodat de meeste producenten en cineasten er de voorkeur aan geven dat het ministerie voorschotten zou geven, waardoor men de lopende produktiekosten zou kunnen betalen. In 1973 werd door het Ministerie van Economische Zaken ongeveer 44 miljoen frank aan premies uitbetaald.

Op 10 november 1964 verschijnt het K.B. ter bevordering van de nederlandstalige filmcultuur en op 22 juni 1967 verschijnt een zelfde besluit voor de franstalige filmcultuur.

Het decreet van 1964 richtte twee adviesorganen op:

- de Selectiecommissie voor culturele films;
- de Hoge Raad voor nederlandstalige filmcultuur.

Bij de **Selectiecommissie** dient elke cineast zijn filmproject voor te leggen. Elk project geeft een opsomming van de voorziene staf der technische- en artistieke medewerkers en bevat het scenario en de budgetraming.

De ingediende projecten worden afgehandeld in een jaarpakket, hetgeen erg verlamd werkt. De selectiecommissie stelt op het einde van het jaar een prioriteits-

lijst op en aan de hand van die lijst beslist de Minister van Nederlandse Cultuur welke films zullen gesubsidieerd worden. Het bedrag wordt vastgesteld door de minister. Nadien wordt de hele zaak grondig gecontroleerd door de inspectie van financiën. De toegekende subsidies gaan naar de produktiefirma en niet rechtstreeks naar de cineasten. De uitbetaling geschiedt in schijven:

- de eerste schijf bedraagt 25 % en wordt ter beschikking gesteld bij de ondertekening van het contract;
- 40 % wordt toegekend bij het begin van de opnamen en nog eens 25 % bij de beëindiging der opnamen;
- de resterende 10 % wordt overhandigd bij de definitieve afrekening met de inspectie van financiën.

Films worden maar gesubsidieerd tot 55 %. Bovendien dient de cineast een bankgarantie te bezitten om in aanmerking te komen voor een subsidiëring. Dit laatste zou ingegeven zijn door de bekommernis dat de productie van een film zou voltooid geraken.

De gekregen steun moet worden terugbetaald in verhouding tot de opbrengst. De toegestane subsidies zijn immers recupererbaar. Artikel 2 van het K.B. zegt dat van de eerste ontvangsten die terugkomen bij de producent 10 % naar het ministerie gaat tot de producent zijn totale inbreng terug heeft. Vanaf dat ogenblik is de verdeling 50/50. De gerecupereerde bedragen worden gestort in een cinematografisch fonds dat opnieuw ter beschikking staat van het ministerie. In 1974 werden door het ministerie van Nederlandse Cultuur voor 28.250.000 frank subsidies uitgekeerd (?).

Buiten de filmproductie worden nog tal van andere organismen (filmarchief, filmmuseum) gesteund die thuishoren in een filmcultuurpolitiek.

Het K.B. dient zo opgevat te worden dat de selectiecommissie de praktische filmproductiepolitiek bepaalt en dat de **Hoge Raad** voor nederlandstalige filmcultuur adviezen verstrekt over andere problemen, zoals de distributie van films en de vertegenwoordiging van de Belgische film in het buitenland.

Sedert begin 1973 komt dit orgaan niet meer samen omdat er van die adviezen zo weinig terecht kwam.

Onlangs werd een belangrijke beslissing getroffen door minister De Backer die aankondigde dat een ontwerp van decreet zal worden ingediend tot het oprichten van een **filmproductiefonds**.

In Nederland bestaat zulk productiefonds

reeds van 1956. Dit fonds wordt financieel gespijsd door het Ministerie van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk en door de Nederlandse Bioscoopbond. Wanneer in Nederland een film geld opbrengt, worden uit de opbrengst eerst de kosten van de producenten of de andere geldschieters terugbetaald. Nadien deelt het fonds in de winst volgens een van tevoren afgesproken verdeelsleutel. In dertien jaar vertegenwoordigt het teruggevloeiende bedrag ongeveer 10 % van de ter beschikking gestelde sommen.

In Amerika heeft de filmindustrie officieel nooit een subsidiesysteem gekend. Uit financieel oogpunt is de Amerikaanse filmindustrie een voorbeeld van minimale staatsinterventie. De expansionistische filmpolitiek is door tal van besluiten en akkoorden echter steeds actief gesteund door de Amerikaanse overheid. Als wederdienst vraagt de Amerikaanse regering dat haar internationale politiek niet zou geschonden worden en dat de Amerikaanse films zouden bijdragen tot het verspreiden van de Amerikaanse beschaving. Een typisch voorbeeld van Amerikaanse overheidsinmenging is de film 'The Green Berets' (1968) van John Wayne. In deze film wordt de Amerikaanse interventie in Vietnam op een zo gunstig mogelijke manier in het daglicht gesteld.

Deze ideologische- en politieke impulsen zijn abstracte impulsen die de filmproductie en de filmafzet bepalen. Dost spreekt in dit verband van «die grösste Uebermacht der toten Apparatur über die lebendige Arbeit» (*).

II. DE FILMDISTRIBUTIE

De distributie van een film is het verhuren van een film tegen een vooraf overeengekomen prijs aan een bioscoop die het recht heeft gedurende een zekere tijd deze film te vertonen. In de eerste jaren van de filmgeschiedenis verliepen de transacties rechtstreeks tussen de filmproducenten en de bioscoopuitbaters.

In de relatie productie-distributie gebeurt het zelden dat pas onderhandeld wordt nadat de film voltooid is. Slechts sterk gerenommeerde produktiefirma's die een eigen marktwaarde bezitten, kunnen met een distributiemaatschappij onderhandelen als ongebonden partners.

Gewoonlijk is de produktiemaatschappij financieel afhankelijk van de distributiesector, zodat het contact in de regel begint in het stadium van de voorbereidende produktieplanning. Als compensatie voor haar financiële interventie verwerft de distributiemaatschappij de distributierechten over

AMPEX S.A.

MAGNETIC MEMORIES

COMPUTER - INSTRUMENTATION

AUDIO - VIDEO - TAPE

RUE DE L'INDUSTRIE

1400 NIVELLES

TEL. 067/22.49.21

de film. Dit distributierecht betekent echter dat de filmverhuurder quasi carte blanche krijgt wat betreft het genre van de film, de filminhoud, de artistieke bezetting.

De distributie-overeenkomst varieert dus naargelang de machtspositie van de betrokken partijen. De meest gebruikelijke transactie in de V.S. is de **distributielicentie**. Hierbij worden de distributierechten afgestaan voor minimum tien jaar. Wanneer de filmverhuurder de distributierechten 'voor altijd' verwerft, hetgeen frequent voorkomt, heeft men in feite te maken met een verkoopstransactie.

De verworven distributierechten zijn exclusief binnen een bepaald territorium. De filmverhuurder zal bij de onderhandelingen ook de distributierechten opeisen voor de verhuur van de film aan de TV-stations en aan andere instellingen zoals scholen, universiteiten, filmclubs.

Wanneer er over de filmdistributie gesproken wordt, mag men het wereldwijd distributiesysteem van de Amerikaanse maatschappijen niet over het hoofd zien. Voor een beter inzicht is een historische terugblik onontbeerlijk.

In «**Soziologie des Films**» onderzoekt Prokop daarom primair de verschillende opeenvolgende fasen waarin de markt vorm in de Amerikaanse filmindustrie zich ontwikkeld heeft.

Hij onderscheidt vier stadia:

- a. het polypolie (1896-1908)
- b. het oligopolie (1909-1929)
- c. het monopolie (1930-1946)
- d. het internationaal monopolie (1947 tot heden)

Omstreeks 1910 kent men in Amerika reeds een echt monopolie door het ontstaan van de Motion Pictures Patents Company (MPPC). De MPPC bezat de patenten van de camera's en de projectoren en beheerste zodoende zowel de productie en de vertoning als de distributie. De MPPC kon financieel onafhankelijk bestaan omdat zij apparaten verhuurde en licentierechten inde van aangesloten producenten, bioscoopuitbaters en filmverhuurders. Na 1910 wordt de concurrentie voor de MPPC groter. De lage produktiekosten zetten tal van onafhankelijke bioscoop eigenaars er toe aan zelf te gaan produceren. Om de patentrechten te ontduiken trekken de nieuwe producenten naar de Amerikaanse westkust om bij een eventuele rechtsvervolging snel de grens over te kunnen trekken. Zo ontstaat Hollywood.

Geleidelijk ontstond in de Amerikaanse filmindustrie een verticaal geïntegreerde productie-distributie-exploitatieketen.

Om de aantrekkingskracht van de film te vergroten worden de films langer en het star-dom ontstaat. De produktiekosten stijgen zodanig dat de filmmaatschappijen naamloze vennootschappen worden. Om winstgevend te kunnen werken, moet de amortisatiebasis van geproduceerde films steeds verder verbreed worden, hetgeen tot gevolg heeft dat de filmproducenten zelf de distributie van films ter hand gaan nemen. Op die wijze worden de concurrerende producten uitgesloten.

In het oligopolie wordt de invloed van de banken steeds groter. Het technisch en artistiek personeel wordt volledig ondergeschikt aan de geldschietters die uiteindelijk vorm en inhoud van het filmproduct gaan bepalen.

Bij het begin van de monopolistische markt vorm zijn de produktiekosten enorm gestegen, mede door de invoering van de geluidsfilm. Hierdoor is er ook bij de financieringsgroepen een concentratie ontstaan. Rockefeller en Morgan verdelen daarbij de markt. Zij controleren niet alleen de filmproductie maar ook in de electrotechnische industrieën, die patenten van de geluidsfilm bezitten, hebben zij het voor het zeggen.

Vanwege de hoge kosten dienen de Amerikaanse firma's hun amortisatiebasis uit te breiden tot op internationaal vlak. In deze internationale concurrentiestrijd hebben de Amerikanen de 'warenexport' en de kapitaalexport in handen.

Omdat zij een groot gedeelte van hun produktiekosten door de filmconsumptie in eigen land kunnen recupereren, is het voor de Amerikaanse filmmaatschappijen mogelijk hun films in het buitenland tegen niet-concurrerende prijzen aan te bieden. Door te investeren in het buitenland is het voor de Amerikaanse maatschappijen mogelijk om buitenlandse concurrenten in de productiesector uit te schakelen en zo mogelijk buitenlands talent naar Hollywood te halen. In de glorie tijd van Hollywood omstreeks 1938 kwamen ongeveer 25% der regisseurs en acteurs uit het buitenland.

Daar de produktie maatschappijen zich moeten verzekeren van een zo groot mogelijk afzetgebied, wordt in 1930 de Production Code Administration opgericht. In deze periode had de filmindustrie af te rekenen met de algemene economische crisis, hetgeen resulteerde in een sterke achteruitgang van het bioscoopbezoek. Tegelijk had men te kampen met een toenemende druk van talrijke pressiegroepen. De Amerikaanse overheid eiste dat een bevriende natie niet negatief mag voor-

gesteld worden en dat de voor export bestemde films de 'American way of life' op een positieve manier in het daglicht zouden stellen.

De Woman's Christian Temperance Union verzet er zich tegen dat in de film alcoholisten getoond worden. De National Legion of Decency rangschikt de films in diverse zedelijke categorieën en gaat geweldig tekeer tegen de films die door haar als 'Te Mijden' geklasseerd worden. Lijsten van zulke films worden opgehangen in kerken en scholen en worden voorgelezen vanop de preekstoel. Men gaat zelfs zover de bioscopen te boycotten die het wagen zulke films te vertonen.

De zelfcensuur heeft voor de 'majors' (= de grote Amerikaanse filmmaatschappijen die zich gegroepeerd hebben in de 'Motion Picture Association of America') als belangrijkste uitwerking dat potentiële concurrenten uitgeschakeld werden. Tussen de bioscoopketens, die eigendom zijn van de monopolie maatschappijen, werden overeenkomsten afgesloten waardoor films die het zegel van de production code niet bezitten niet zouden vertoond worden. Daar de majors 70% van al de first-run bioscopen onder controle hebben en aangezien de andere bioscopen enkel de films vertonen die in première bioscopen gelopen hadden omdat deze rendabel zijn, betekent het ontbreken van de codestempel een financiële ramp. De code verhindert aldus de concurrentie op cultureel niveau omdat films die omstreden thema's (rassendiscriminatie, extremistische politiek) behandelen, uitgesloten waren.

Na de tweede wereldoorlog, op het ogenblik dat volgens Prokop de internationaal monopolistische markt vorm ontstaat, krijgt de filmindustrie af te rekenen met twee belangrijke structuurveranderingen.

In de eerste plaats heeft het vrije-tijdsgedrag van het Amerikaans publiek zich drastisch veranderd. Door de opkomst van de televisie en de toenemende motorisering kan de vrije tijd veelal anders worden doorgebracht dan met het consumeren van films.

Dit heeft een aanzienlijke achteruitgang van het bioscoopbezoek tot gevolg. Tussen 1947 en 1959 liep het aantal bioscoopbezoekers in de Verenigde Staten met 53% terug. Daarmee in overeenstemming verminderde het aantal bioscopen met nagenoeg de helft. Na de tweede wereldoorlog telt men in Amerika bij de 20.000 bioscopen. In 1959 is dit aantal gedaald tot 11.335 (*).

Volgens Batz zou de opkomst van de tele-

visie voor 54,5% verantwoordelijk zijn voor deze achteruitgang terwijl de toenemende motorisering voor 29% schuld zou dragen (*).

Tegelijkertijd wordt de macht van de grote filmondernemingen tijdelijk gebroken. Door de anti-trustbeslissingen van het Opperste Gerechtshof in 1948 worden tal van monopolistische praktijken verboden. Er wordt beslist dat de productie-distributieketen dient gescheiden te worden van de exploitatieketen. Aan het blokboekingsstelsel wordt een einde gesteld zodat de bioscoopuitbaters niet langer meer verplicht zijn de minderwaardige B-films van de grote bedrijven af te nemen.

De anti-trustbesluiten hebben een heropleving van de concurrentie der zelfstandige filmondernemingen (independants) tot gevolg. In 1945 telt men slechts 40 onafhankelijke productiefirma's; in 1957 zijn er reeds 165.

De grote firma's reageren op deze afzwakking van hun vroegere monopoliepositie met de invoering van nieuwe opname- en projectieprocedures (cinorama, cinemascoop, stereoscopische film) en nieuwe kleuren-filmprocedures.

Nieuwe soorten van consumptie worden in het leven geroepen door de oprichting van de drive-in-bioscopen. In 1959 zorgen 4.768 drive-in-bioscopen voor 25% der totale filmontvangsten. Deze vernieuwingen betekenen dat de majors spoedig opnieuw alleenaanbieders worden van de dure prestige-films. De produktiekosten zouden van 1945 tot 1962 verviervoudigd zijn.

Vanaf 1959 noteert men een toename van het bioscoopbezoek met ongeveer 10%. De zelfstandige distributiemaatschappijen beginnen steeds meer Europese films in te voeren. Met dit doel gaan zij zich groeperen in de IFIDA (Independent Film Importers and Distributors of America). De grote firma's waren hiermee niet erg in hun schik maar aangezien hun eigen produktie onvoldoende is om de Amerikaanse markt te vullen kunnen ze niet rechtstreeks reageren. Zij beginnen met het lanceren van felle perscampagnes opdat de immorele buitenlandse films zouden onderworpen worden aan de zelfcensuur van de Production Code Administration. De geïmporteerde films waren hiertoe niet verplicht.

Stilaan beginnen de grote firma's erg veel belang te stellen in de Europese films. Dit heeft niet enkel te maken met het feit dat de filmimport voor de distributiemaatschappijen erg lonend is maar kan vooral gezien worden in het kader van de Amerikaanse investeringspolitiek in Europa. Het

CE.CO.WE.-PUBLIKATIES

WERKDOCUMENTEN

- Nr. 1 : Prof. Dr. J.M. Peters,
Fictioneel Beeldamusement.
(Het Amusementskarakter van bioscoop- en televisiefilms).
50 fr.
- Nr. 2 : Dr. L. BOONE,
Massamedia en Interpersonale Communicatie.
(Een kritische balans van de rol der zogenaamde 'Opinion Leaders' en van de hypothese van het tweefasig verloop van communicatieprocessen).
95 fr.
- Nr. 3 : Dr. René LINDEKENS,
Inleiding tot een Analyse van Boodschappen volgens Strukturele, Linguïstische Methode.
95 fr.
- Nr. 4 : F. VLAEMYNCK - Prof. Dr. G. FAUCONNIER m.m.v. G. DE MEYER,
«Het vraagstuk "Leuven" (1968) in de spiegel van de Belgische Pers».
80 pagina's, 150 fr.
- Nr. 5 : Drs. G. DE MEYER,
Het advertentieblad in België
(Een verkennend onderzoek)
139 pagina's, 250 fr.

DOCTORALE PROEFSCHRIFTEN

- Dr. W. Van der biesen : **De verkiezingspropaganda in de democratische maatschappij.** (Een literatuur-kritische studie en een inhoudsanalyse van de verkiezingspropaganda).
Leuven, Ce.Co.We., 1973, gestencild, 661 blz., 375 fr.
- Dr. H. Van Pelt : **De omroep in revisie.** Structurering en ontwikkelingsmogelijkheden van het radio- en televisiebestel in Nederland en België. Een vergelijkende studie.
Leuven, Acco, 398 blz., 395 fr.

CONGRESBROCHURE

- **Kabeltelevisie**, brochure van het congres over kabeltelevisie, gehouden van 1 tot 5 oktober 1974 te Hasselt.
128 blz., 100 fr.

CONGRESVERSLAG

- **Amusement in de Massamedia. Informatieve en persuasieve functies.** Referaten van het Vijfde Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap, Leuven, 1975, 55 blz., 100 fr.
Te bestellen bij het Ce.Co.We.,
E. Van Evenstraat 2A,
3000 Leuven.

openstellen van de Amerikaanse markt voor de buitenlandse films draagt ertoe bij dat de produktiefirma's van die landen afhankelijk worden van de Amerikaanse verhuurmarkt, hetgeen de grote firma's een sterke machtspositie bezorgt bij de onderhandelingen omtrent hun financiële inmenging in de Europese produktie. Het is niet toevallig dat Engeland en Italië zowel de belangrijkste filmexporteurs zijn naar de Verenigde Staten als ook de landen waar de Amerikaanse financiële penetratie in de nationale filmproduktie het grootst is. In 1961 bezorgt de import van 62 buitenlandse films aan de tien belangrijkste Amerikaanse verhuurfirma's een opbrengst van 46,7 miljoen dollar. De onafhankelijke filmverhuurders halen in dat zelfde jaar uit de import van 880 buitenlandse films slechts 22,4 miljoen dollar (*).

Sinds het midden van de jaren vijftig heeft de Amerikaanse filmdistributiesector haar activiteitsterrein vooral verplaatst naar het buitenland. Aan de basis van dit Amerikaanse expansieproces ligt de ineenkrimping van de eigen markt. Om het verloren publiek terug te winnen pleegde men erg dure superprodukties. De produktiekosten moeten over meerdere markten gespreid worden.

De Amerikaanse produktie-, verhuur- en bioscoopconcerns Paramount, Metro-Goldwyn-Mayer, Universal, Twentieth Century Fox, Warner Bros, Columbia en United Artists die zich gegroepeerd hebben in de 'Motion Pictures Association of America' (MPAA) opereren op de wereldmarkt via de Motion Picture Export Association of America' (MPEA). Dit in 1946 opgericht wettelijk kartel staat in voor alle buitenlandse transacties en zorgt voor het openhouden van de buitenlandse markten. De Motion Picture Export Association of America vervult de rol van 'trouble shooter' in het buitenland. Het wegwerken van zekere restricties gebeurt vaak via directe onderhandelingen met de buitenlandse regeringen.

Na de Amerikaanse film invasie vanaf 1920 gingen de Europese landen protectieschema's opstellen om hun eigen filmproduktie te beschermen.

Diverse verdedigingstechnieken werden in het leven geroepen.

— Alle opbrengsten van de geïmporteerde films mogen niet terug afvloeien naar het buitenland. Met de geblokkeerde fondsen (**frozen earnings**) mogen de Amerikaanse firma's in de diverse landen om het even welke investeringen doen. Dit zal meteen de rechtstreekse aanleiding zijn tot het ontstaan van de Amerikaanse run-away

production in het buitenland.

— Met de **importquota** worden beperkingen opgelegd aan de import van buitenlandse films.

Door de **screenquota** moeten de bioscopen jaarlijks gedurende een zeker aantal weken eigen produkties vertonen. Uiteindelijk blijken de screenquota voor de Amerikaanse film hoegenaamd geen hinderpaal te zijn. De Amerikaanse ondernemingen zijn er meestal in geslaagd hun produkties in de meeste landen een nationaal etiket te laten krijgen. Daardoor ook genieten ze ten volle van de uitgekeerde subsidies. (80 % van de Britse subsidies gaat naar Amerikaanse maatschappijen).

— In sommige landen liggen de vermalijkheidsbelastingen voor Amerikaanse films hoger dan voor de eigen produkties. De praktische realisatie gebeurt meestal via een systeem van kortingen die toegestaan worden aan de filmverhuurders die eigen produkties verdelen.

— De inkomstenbelastingen liggen voor de Amerikaanse maatschappijen in sommige landen hoger dan voor de eigen filmindustrie.

— Een systeem van overheidscontrole zorgt ervoor dat de filmhuurprijzen beperkt en geminimaliseerd worden om de plaatselijke bioscoopuitbaters te beschermen.

De meeste van deze protectie maatregelen zijn reeds verscheidene jaren louter theorie. Deze liberalisatie kan in verband gebracht worden met de toenemende Amerikaanse investeringen in de Europese filmproduktie.

De Amerikaanse filmindustrie hanteert in het buitenland diverse **distributievormen**.

1. In de meeste landen hebben de grote Amerikaanse ondernemingen eigen filiaalkantoren. De huurprijs is opvallend lager dan op de eigen verhuurmarkt. Voor de verhuur aan TV-stations en aan niet-bioscopen hebben de firma's een aparte afdeling opgericht.

De jongste jaren gaan tal van verhuurmaatschappijen hun krachten samenbundelen bij de buitenlandse filmdistributie. (Paramount en Universal treden op als Cinema International Corporation).

2. Andere distributiemaatschappijen werken samen met plaatselijke filmverhuurders of laten hun films verdelen via deze plaatselijke verhuurkantoren. Met deze kantoren wordt een distributieovereenkomst gemaakt op basis van een zeker percentage (meestal 50-50) van de huuroopbrengsten.

3. De Amerikaanse filmverhuurder ver-

koopt zijn distributierechten aan een plaatselijke onderneming tegen een vast bedrag zodat hij achteraf geen controle op de bioscoopontvangsten moet uitoefenen.

De Amerikaanse filmproduktiecapaciteit is echter onvoldoende om de buitenlandse markten te veroveren via een massale filmexport. Het aantal van de in de USA zelf geproduceerde films daalde van ca. 400 aan het einde van de vijftiger jaren tot 210 in 1967, 230 in 1968.

Daarom ging men over tot de **kapitaalexport**, een andere traditionele vorm van monopolistische overheersingspolitiek. Toen na 1956 bij de definitieve doorbraak van de televisie ook in de Europese landen het aantal bioscoopbezoekers sterk terugliep, konden de Amerikaanse maatschappijen in ieder geval de Europese produktie beïnvloeden. Hun sterke afhankelijkheid van de wereldmarkt deed de verzwakte Europese firma's bereidwillig Amerikaanse investeringen accepteren omdat daarmee de kans gegeven was om op de wereldmarkt te verschijnen. De eigenlijke grondslag van de run-away production ligt in de Europese maatregel dat niet alle deviezen mogen afvloeien (frozen earnings). De Amerikaanse maatschappijen ondervonden dat deze produktievorm erg voordelig uitviel omwille van de veel lagere produktiekosten veroorzaakt door het internationale loonverschil. Bovendien zorgen zij ervoor dat ze zo veel mogelijk kunnen genieten van de toegestane overheidssubsidies.

De opbrengst van buitenlandse markten is van levensbelang voor de Amerikaanse filmindustrie. «Any action that would materially cut down on this foreign income would threaten economic disaster for the American motion picture industry» (*).

Om de Europese markt volledig te controleren gaan de leden van de MPEA geleidelijk penetreren in de beroepsverenigingen der nationale filmindustrieën. Ze beïnvloeden hun politiek door de financiële deelname en door gebruik te maken van het vetorecht (organisatorische deelname). Op die manier kan de run-away production verdergezet en de Europese concurrentie verhinderd worden.

Enkele cijfers maken duidelijk welke afmetingen de Amerikaanse investeringen in de buitenlandse filmindustrie hebben aangenomen.

— In 1969 investeerden de Amerikaanse ondernemingen in de buitenlandse produktie van 183 films voor een totale kostprijs van 235 miljoen dollar. In Amerika werden in dat zelfde jaar 142 films gepro-

duceerd hetgeen 228 miljoen dollar aan produktiekosten meebracht.

— In 1966 werden 71 % van de Britse films gefinancierd met Amerikaans kapitaal. In 1972 werden twee van de drie films geheel of gedeeltelijk gefinancierd door de Amerikaanse maatschappijen. Momenteel stamt ongeveer 80 % van de in de Engelse film-industrie geïnvesteerde bedragen uit Amerikaanse bronnen.

— In Italië noteert men in 1969 een hoogtepunt wat betreft de Amerikaanse investeringen die meer dan 60 miljoen dollar bedragen.

In 1964 had de Italiaanse staatsbank Banca Nazionale di Lavoro van de 313 films er 59 financieel moeten steunen (18 %). De overige 82 % was voor rekening van Amerikaanse firma's.

Vanaf 1970 noteert men in Italië een enorme terugtrekking van Amerikaans kapitaal tengevolge van de stijgende produktiekosten en de dollarcrisis. De Italiaanse regering dient de filmindustrie via een urgentieprogramma een nieuwe financiële injectie te geven. In 1971 moet de staatsbank de filmproductie reeds voor 48 % steunen (*).

De Amerikaanse distributiemaatschappijen verzorgen de exclusieve distributie van films in landen waar de film een eigen nationaal produkt is. De firma's van de MPAA betrekken 53 % van hun winsten (jaarlijks 25 miljoen dollar) uit het buitenland. In 1970 gingen in Engeland 84 % van de totale filmverhuuropbrengsten naar zeven Amerikaanse distributiemaatschappijen.

80 % der Amerikaanse films wordt in Frankrijk verdeeld door Amerikaanse firma's. Dit houdt in dat in 1972 42 % van de betalingen die door de Franse exploitanten aan de filmverhuurders gedaan werden naar zeven Amerikaanse bedrijven gingen. De rest wordt verdeeld over 115 Franse distributiemaatschappijen.

In 1973 waren van de 382 in Nederland geïmporteerde films 113 Amerikaanse produkties. Dit betekent dat de Amerikaanse films 35,04 % der totale doekbezetting in beslag nemen hetgeen overeenstemt met 37,78 % van de bruto-ontvangsten. De eigen produkties (in Nederland werden in 1973 elf langspeelfilms geproduceerd waarvan drie co-produkties met België) namen 14,06 % van de totale zendtijd in beslag, hetgeen 10,83 % van de bruto-recette opleverde (**).

In België bestaan er momenteel een dertigtal filmverhuurders.

— Vier Amerikaanse firma's die fungeren als Hollywoodfilialen

— Een hele reeks onafhankelijken die zelf

films gaan kopen op de filmmarkten en de filmfestivals.

— De jongste jaren ontstaan er steeds meer alternatieve distributievormen, o.a. het 'Alternatieve Circuit' dat in feite een Nederlandse organisatie is die ook in België films verhuurt. Dit alternatieve circuit bestaat uit vier onafhankelijke verdelers (Film International, Fugitive Cinema, Filmmakers Kooperatie en Reel Filmkinoteek).

III. DE FILMEXPLOITATIE

De filmexploitatie omvat het geheel van de bioscopen waar de films vertoond worden aan het publiek.

In de relatie distributie-exploitatie hebben de filmverhuurders methodes ontwikkeld die hun monopoliepositie nog sterker maakten.

De belangrijkste monopoliepraktijk is het **block-booking-system** waarbij de bioscoopuitbaters ertoe gebracht worden om een aantal films tegelijk af te nemen. De vertoners huren een heel seizoenprogramma dat door het verhuurkantoor wordt samengesteld. De bioscoopbezoiter wordt verplicht naast een bekende en begeerde star-film ook minderwaardige films af te nemen. Concurrerende firma's worden alzo van de markt geweerd.

Daarbij wordt vaak het **blind-buying-system** toegepast waardoor films verhuurd worden voordat de produktie begonnen is.

Het anti-trustvonnis van 1948 verplichtte de filmaatschappijen deze monopoliepraktijken op te geven. Hierbij mag men zich echter terecht afvragen of dergelijke verhuurpraktijken wel helemaal tot het verleden behoren.

Alhoewel in de meeste exploitatielicenties van een verkoop gesproken wordt, wordt de film enkel verhuurd voor een zekere periode.

De kostprijsovereenkomst varieert naar gelang de aangewende kostprijs technieken.

De verhuur van films **tegen een vast bedrag** was vooral in het begin erg in trek. Spoedig heeft men ingezien dat zulk systeem nadelig uitviel voor beide partijen. De filmverhuurder had nooit extra-financieel voordeel wanneer de film een kasnummer werd en de bioscoopuitbater werd fel benadeeld wanneer de film niet de verwachte aantrekkingskracht opleverde. Bij de zgn. B-films of bij een verhuur aan kleinere bioscopen wordt nog vaak een vast bedrag vooropgesteld.

Tegenwoordig bedraagt de kostprijs **een zeker percentage van de bioscoopontvangsten**. Wanneer er een overeenkomst

afgesloten wordt met de exclusiviteitsbioscoper (first run houses) krijgt de filmverhuurder gewoonlijk 90 % van de bioscoopontvangsten. Vooraf wordt aan de vertoner een bepaalde som toegestaan die van de eerste bioscoopontvangsten wordt afgetrokken, zodat de exploitant verzekerd is van de terugbetaling van zijn 'house operating expenses'.

Een procentuele kostprijsberekening **volgens glijdende schaal** betekent dat het percentage van de filmverhuurder stijgt wanneer de bioscoopontvangsten stijgen. Diverse 'break points' worden overeengekomen en telkens zulk punt bereikt wordt treedt een ander percentage in werking.

Dergelijke procentagewijze berekeningen verschillen in elk land maar algemeen kan er gesteld worden dat de maximum grens ongeveer 50 % bedraagt.

Bij de verhuur van een film dient er rekening gehouden te worden met het **running-** en het **clearance-systeem**.

Het running-systeem betreft de vertoningsvolgorde in een bepaald territorium. Aan de bioscopen worden verder clearances opgelegd die een minimum tijdsverloop voorzien tussen de opeenvolgende vertoningen. Wanneer een film een geweldig succes kent wordt de duur van de clearance meestal verlengd.

Een belangrijk element van het verhuurcontract betreft de publiciteitsuitgaven. Meestal worden deze tussen beide partijen verdeeld in verhouding tot het overeengekomen percentage van de filmhuurprijs.

De bioscoopuitbater moet bovendien een stel verplichtingen nakomen.

- De vertoner mag enkel die filmkopieën gebruiken die hem ter beschikking worden gesteld door de filmverhuurder.

- Om een controle der ontvangsten mogelijk te maken mag de uitbater enkel opeenvolgend genummerde tickets afleveren waarbij de prijs en belasting van elke prijscategorie vermeld staan.

- De exploitant dient een boekhoudkundige staat op te maken van de dagelijkse ontvangsten.

- De filmverhuurder heeft tijdens de ganse duur van de verbintenis het recht via zijn vertegenwoordigers de nodige controle uit te oefenen. Sommige filmverhuurders verkiezen stiekem te controleren. Hun vertegenwoordigers kopen zelf tickets op diverse tijdstippen en tellen ongezien het aanwezige publiek.

- De kopieën dienen na het beëindigen van de overeenkomst in goede staat door de uitbater te worden teruggezonden. De transportkosten zijn te zijnen laste.

- De uitbater mag geen coupures aanbren- gen, geen kopieën verveelvoudigen noch verder verhuren.
- Wanneer de bioscopeigenaar er niet in slaagt de film te vertonen gedurende het overeengekomen aantal dagen dan worden de ontvangsten voor de ganse periode berekend naar rato van de ont- vangsten gedurende de dagen waarop de film vertoond werd. De zaterdag en zondag en de feestdagen wegen in deze formule extra zwaar.

Elke film die vertoond wordt dient in de meeste landen voorgelegd aan de film- keuring. Omwille van de sterk uiteenlopen- de keuringssystemen beperken we ons tot Nederland en België.

In **Nederland** moet elke film worden voor- gelegd aan de Centrale Commissie voor de Filmkeuring, een orgaan dat werd in- gesteld op grond van de Bioscoopwet van 14 mei 1926 en van het Bioscoopbesluit van 22 december 1927.

In de keuringscommissie van vijf perso- nen wordt bepaald of een film al dan niet wordt toegelaten voor vertoning in het openbaar en zo ja voor welke leeftjids- groep.

Artikel 16 van de wet bepaalt namelijk dat in het openbaar geen films mogen worden vertoond dan indien en voor zover zij door de Centrale Commissie voor open- bare vertoning zijn toegelaten als zijnde niet in strijd met de goede zeden of de openbare orde. Over de genoemde crite- ria verschaft de wet geen duidelijkheid zodat de keuringscommissies die ressorte- ren onder de minister van Binnenlandse Zaken, de vrije teugel wordt gelaten. Films kunnen geheel of gedeeltelijk (coupures) ontoelaatbaar verklaard worden. Artikel 15 bepaalt dat de belanghebbende (filmver- huurder) een keuringsrecht moet betalen ter bestrijding van de kosten van adminis- tratie en toezicht.

Dit recht bedraagt thans, volgens Besluit van 15 april 1961, 70 cent per tien me- ter. Dit komt overeen met ongeveer 175 gulden per speelfilm. Door een K.B. van 18 augustus 1973 werd dit bestaande ta- rief verdubbeld.

In **België** ressorteert de filmkeuring on- der het ministerie van Justitie. De film- keuring is tot stand gebracht door de wet van 1 september 1920.

Films die het etiket «Kinderen Toegelaten» wensen te bekomen dienen zich aan deze filmkeuring te onderwerpen. De filmver- huurders gaan enkel die films voorleggen waarvan ze menen dat ze een reële kans hebben om het K.T.-etiket te krijgen. De- ze clause betreft minderjarigen onder

de zestien jaar. Het is duidelijk dat films waarvan de verhuurders vooraf weten dat zij weinig kans hebben om aangenomen te worden niet ter goedkeuring gaan voor- gelegd worden, aangezien voor elk van deze films inschrijvingsrecht dient betaald te worden. Dit bedraagt momenteel één frank per meter (voor documentaires en 16 mm-films bedraagt dit 0,50 frank per meter).

Het kan gebeuren dat zekere films aange- nomen worden mits het weglaten van be- paalde scènes. Deze coupures worden door de filmkeuringscommissie gedurende twee jaar bewaard waarna ze verkocht worden aan de Cinematheek. De filmeige- naar kan eveneens die weglatingen komen terughalen mits het vertonen van zijn eigendomskaart.

De leden van de filmkeuringscommissie worden door de minister van justitie be- noemd voor een termijn van twee jaar, het mandaat is hernieuwbaar. Iedere filmkeu- ring gebeurt door vijf leden.

Sedert enige tijd zijn sommige films, meestal van dezelfde soort, voorzien van de clause «Onder de achttien jaar streng geweigerd». Deze clause steunt op geen enkele wettelijke basis. De hoofdoorzaak waarom de bioscoopexploitanten aan der- gelijke films zulk etiket geven is vooral ge- legen in publiciteitsoverwegingen.

Films kunnen in beslag worden genomen. Het uit de circulatie nemen van een film verschilt van arrondissement tot arrondis- sement. De Procureur des Konings van elk arrondissement kan, hetzij op klacht van particulieren, hetzij wanneer er ge- dacht wordt dat een film de goede zeden zou kunnen schenden, een onderzoeks- vordering instellen.

Hierop wordt dan een gerechtelijke pro- cedure ingesteld en het is de rechter die uiteindelijk beslist of een film al of niet in beslag wordt genomen.

In Nederland opteert men reeds vele ja- ren voor een wijziging van het bestaande stelsel der centrale filmkeuring. In 1966 werd daartoe door de minister van Binnen- landse Zaken een adviescommissie Film- keuring ingesteld. In 1970 werd een wets- ontwerp ingediend tot vervanging van de Bioscoopwet door een Wet Jeugdfilmkeu- ring, ervan uitgaande dat de filmkeuring voor volwassenen verdwijnt. De advies- commissie Zedelijkheidswetgeving werd opgedragen de regering van advies te dienen omtrent de kwestie van de leeftjids- grenzen voor kinderen. Deze commissie heeft in haar advies aanbevolen de leef- tijds grenzen voorlopig in afwachting van het definitieve advies terzake te handha-

ven op veertien en achttien jaar. De ad- viescommissie heeft de regering verder aanbevolen een adviescommissie in het leven te roepen die uitsluitend op verzoek van degene die een film in exploitatie wil brengen, zal kunnen adviseren of verto- ning in het openbaar naar haar oordeel uit juridisch oogpunt al dan niet raadzaam is. De regering heeft dit advies aange- nomen. Het wetsontwerp spreekt van de in- stelling van een Filmadviescommissie die tot taak heeft de filmverhuurders desver- langd van advies te dienen omtrent de toe- laatbaarheid van films voor vertoning in het openbaar aan personen van achttien jaar en minder. Tot nu toe is er echter nog niets concreets uit de bus gekomen.

Naast de filmkeuring van overheidswege bestaat ook de filmkeuring binnen het raam van de Katholieke Filmactie. Be Bel- gische keurraad is unitair gestructureerd. Naast de centrale filmkeurraad Brussel zijn er plaatselijke filmkeurraden te Ant- werpen, Gent, Oostende, Luik, Namen en Charleroi.

De films worden ondergebracht in een aantal zedelijke categorieën.

- 1 = voor allen
- 1a = aanvaardbaar voor uitsluitend kin- derpubliek
- 1R = voor allen met licht voorbehoud
- 2a = voor volwassenen en aankomende jeugd
- 2 = voor volwassenen
- 2R = voor volwassenen met voorbe- houd
- 2RR = voor volwassenen met streng voorbehoud
- 3 = af te raden
- 4 = te mijden
- buiten reeks (²⁹).

Economische beschouwingen bij de filmin- dustrie impliceren een verwijzing naar de **crisistoestand** waarin de filmindustrie zich momenteel bevindt.

De Amerikaanse filmindustrie werd onmid- dellijk na de tweede wereldoorlog met de crisis geconfronteerd. De monopoliepositie van de firma's werd door de anti-trustbe- sluiten binnen de Verenigde Staten beslis- send afgezwakt en het vrije-tijdsgedrag van het Amerikaans publiek had zich drastisch veranderd, in belangrijke mate veroorzaakt door de televisie en de motorisering. Euro- pa werd een tiental jaren later met het- zelfde probleem geconfronteerd.

De Amerikaanse filmindustrie heeft zich vlug uit deze benarde toestand weten te werken, hetgeen in Europa niet het geval is. Eén van de hoofdredenen is de pro- duktieverplaatsing naar het buitenland. De Amerikaanse maatschappijen betrekken

53 % van hun winsten uit het buitenland. Een andere belangrijke factor is de **samenwerking tussen de filmindustrie en de televisie** in Amerika. Dat het tot een alliantie gekomen is tussen beide mediamachten is aanvaardbaar, aangezien de beide groepen Rockefeller en Morgan, die de filmindustrie controleren, ook de goede televisie maatschappijen in handen hebben. In de meeste Europese landen bestaat dergelijke samenwerking niet.

Oude bioscoopfilms worden aan de televisie verhuurd. Aanvankelijk werden enkel de vóór 1948 geproduceerde films afgestaan. Deze filmvoorraad bleek onvoldoende om aan de enorme vraag der TV-stations te voldoen, zodat sedert 1960 films van latere datum worden vrijgegeven. De steeds toenemende vraag naar films heeft de huurprijs sterk doen stijgen. In 1974 werd de film «The Godfather» éénmaal vertoond op de Amerikaanse TV-keten NBC. Hiervoor heeft NBC 400 miljoen frank betaald. De film werd zo versneden dat hij twee avonden vulde en er werd ruimte geschapen voor het inlassen van publiciteit. De adverteerders betaalden negen miljoen frank per maand⁽¹²⁾.

Wanneer men hiernaast enkele cijfers plaatst die de Europese TV-stations neertellen voor de huur van bioscoopfilms, zijn dit erg onbeduidende bedragen. Volgens Astoux bedroeg het totale bedrag dat de ORTF in 1972 besteed had aan het vertonen van 305 films twintig miljoen Franse frank⁽¹³⁾.

In 1973 werd in België voor het vertonen van één langspeelfilm door de televisie tussen de 50.000 en de 80.000 fr. betaald. In Nederland betaalde men gemiddeld 74.000 fr.⁽¹⁴⁾.

De eigen produktiestudio's worden aan de TV-stations verhuurd en de Amerikaanse firma's produceren rechtstreeks voor de TV. Vele filmaatschappijen hebben een aantal van hun afdelingen gespecialiseerd in het produceren van TV-films.

In Europa bouwt de televisie haar eigen studio's, alhoewel de filmstudio's niet volledig benut worden. In Frankrijk werden in 1972 de grote studio's van Boulogne stilgelegd na het terugtrekken van de Amerikaanse maatschappijen. De andere filmstudio's worden slechts voor 60 % gebruikt⁽¹⁵⁾.

De televisie trekt vaak personeel aan dat nog technisch dient geschoold te worden, terwijl vele filmtechnici beschikbaar zijn. In 1970 konden in Frankrijk slechts 107 van de 910 toegelaten regisseurs tewerkgesteld worden.

Indien de Europese filmindustrie wil over-

leven dan blijft er niets anders over dan, zoals in Amerika, openlijk met de televisie te gaan samenwerken. Thans kan men stellen dat er een evenwichtssituatie bereikt is en dat de permanente invloed een gegeven is waarmee de filmindustrie heeft leren leven. In de komende jaren echter is een algemene herstructurering van de wereld-filmeconomie in samenhang met de cassette- en beeldplaatmarkt te verwachten.

Ook in België kent de filmindustrie een dieptepunt.

Ondanks het filmisch succes van steeds meer Vlaamse auteurs in het Belgisch bioscoopbedrijf nog lang niet aan een heropleving toe. De nadelige invloed van de televisie werkt onverminderd door en in 1973 liep het wekelijks bezoekersaantal terug van 513.000 tot 468.000. Dit is een daling van ruim 9 %. Op 18 jaar tijd daalde het bioscoopbezoek met 54,6 %. In 1955 betaalden nog 55 miljoen bezoekers een ticket; in 1973 waren het er nauwelijks 25 miljoen. Een belangrijke prijsverhoging kon de inkomstdaling in 1973 tot 3 % beperken. De globale omzet schommelde rond het miljard frank.

Voor de eerste maal in de cinematografische geschiedenis waren er in 1973 in Nederland meer kijkers dan in België.

Een direct gevolg van deze toestand is de sluiting van een aantal bioscopen. In 1973 sloten ruim 4 % van de bioscopen hun deuren. Momenteel zijn er nog slechts 636 bioscopen in ons land. De exploitatiestructuur is bijzonder onevenwichtig: 7,97 % der bioscopen realiseert 39,82 % van de totale ontvangsten, terwijl 17,40 % amper 7 % van de ontvangsten boekt en daardoor in een onhoudbare financiële situatie verkeert.

Ruim 14 % van de bioscopen zijn in het Brusselse gevestigd. Dit kan moeilijk een toeval zijn vermits Antwerpen, Brussel en Luik ongeveer 53 % van de nationale opbrengsten incasseren. De concentratie is vooral in Antwerpen merkwaardig: 5,4 % van het nationaal bioscoopotentieel roomt 14,1 % van de inkomsten af. Dit regionaal onevenwicht heeft een opvallend sectorieel onevenwicht tot gevolg. Nauwelijks 12 % van de bioscopen incasseren meer dan 50 % van de inkomsten. Door de marktconcentratie incasseert twee derde van de bioscopen minder dan 20 % van de inkomsten. Hierdoor zijn deze zalen in de marginaliteitszone beland. Een zorgelijke toestand, vermits in 1972 slechts één derde met het rentabiliteitsprobleem te kampen had.

De Belg gaat gemiddeld 1,88 maal per jaar

naar de film. Dit cijfer ligt aanzienlijk hoger rond de steden: 4,41 voor Brussel; 3,04 voor Antwerpen; 2,50 voor Charleroi en 0,73 voor Oost-Vlaanderen⁽¹⁶⁾.

Als slotbeschouwing bij deze economische bedenkingen over de filmindustrie kan gesteld worden dat, ofschoon vanuit de economische structuurveranderingen geen oorzakelijke relatie met betrekking tot de filmvormgeving bestaat, de Amerikaanse wereldhegemonie niet enkel zwaar weegt op de economische zelfstandigheid van de Europese filmindustrie maar ook haar culturele economie fel heeft aangetaast. Door het Amerikaans monopolie zijn er als het ware 'bastardfilms' ontstaan. De Amerikaanse interventie heeft gezorgd voor een **internationalisatie van de filmproductie**. Men zou tegenwoordig niet meer van Amerikaanse, Engelse, Italiaanse of Franse films kunnen spreken maar van de internationale film uit de Verenigde Staten, Engeland...

De Amerikaanse major companies gaan via hun internationaal distributiemonopolie uiteindelijk beslissen welke films internationaal zullen circuleren. De film moet nu voor iedereen aantrekkelijk worden gemaakt, aangezien de sociale samenstelling van het bioscooppubliek veranderd is. Vandaar dat bij deze films een 'universal appeal' door exclusiviteit van de filmsterren, alsook het tentoonstellen van rijkdom optreedt. Er worden films getoond die geschikt zijn om zoveel mogelijk mensen in zoveel mogelijk landen aan te trekken. Dit heeft geleid tot een gestandaardiseerd type dat gecamoufleerd wordt door de meest vernuftige technische procédés. Dit betekent het afsluiten van de expressiekanalen van de eigen culturele karakteristieken en het onderdompelen van het regionalisme in het mengsel van de internationale handel.

In dit verband is het interessant er op te wijzen dat de basis van de hedendaagse Amerikaanse filmindustrie gevormd wordt door de multinationals. De filmaatschappijen zijn dochterondernemingen geworden van grote concerns die in andere industrietakken actief zijn. (Paramount maakt deel uit van Gulf & Western). De filmaatschappijen zijn financieel geïntegreerd in de totale economie van deze concerns en fungeren ten dele als «Abschreibungsfirmen». De multinationals oriënteren zich enkel volgens economische belangen. Mediapolitieke of maatschappelijke verantwoordelijkheid interesseert hen niet.

De grote fout van de meeste Europese regeringen ligt in het feit dat zij enkel het positieve van de Amerikaanse interventie

voor ogen hebben. De Europese filmstudio's draaiden op volle toeren en het merendeel van het artistiek en technisch personeel kon tewerkgesteld worden. Hierbij vergeten zij echter dat de multinationals dit alles louter als 'good business' aanzien en zich snel terugtrekken wanneer het minder gesmeerd loopt, hetgeen enorme werkloosheidscrisisen kan teweegbrengen (Italië, Engeland).

Economische afhankelijkheid leidt echter tot culturele kolonisatie en tot het totale controleverlies over zulk sociaal-economisch proces. De film is volgens Guback een anti-cultuur geworden. Volgens dezelfde

de auteur dient het objectief gezocht te worden in de creatie van een filmindustrie los van buitenlandse belangen. Dit is absoluut noodzakelijk om de economische autonomie te waarborgen en om de culturele expressie mogelijk te maken. Een Europese filmindustrie gebaseerd op Amerikaanse investeringen en op een Amerikaanse distributie is een contradictie. Oligopolie en monopolie dienen op het culturele domein absoluut vermeden te worden. Het zou erg spijtig zijn wanneer de wereldpers slechts door één instantie gecontroleerd werd. Dit gebeurt voor het ogenblik in W.-Europa voor wat de filmproductie en film distributie aangaat.

VOETNOTEN

(¹) Dadek W. : *Die Filmwirtschaft, Grundriss einer Theorie der Filmökonomie*, Freiburg 1957.

(²) Film en Televisie, n^o 209, Brussel 1974.

(³) Dost M., Hopf Fl., Kluge A. : *Filmwirtschaft in der BRD und in Europa*, München 1973.

(⁴) Prokop D. : *Soziologie des Films*, München 1970.

(⁵) Batz J.Cl. : *A propos de la crise de l'industrie du cinéma*, Brussel 1963.

(⁶) Guback T. : *The International Film Industry. W. Europe and America since 1945*, Londen 1969.

(⁷) Guback T. : *The International Film Industry. W. Europe and America since 1945*, Londen 1969.

(⁸) Dost M., Hopf F., Kluge A. : *Filmwirtschaft in der BRD und in Europa*, München 1973.

(⁹) Jaarverslag Nederlandse Bioscoopbond 1973.

(¹⁰) Het probleem van de filmcensuur wordt uitvoerig behandeld in de werken van David Tribe : «*Questions of censorship*», Londen 1973 en Richard Randall : «*Censorship of the movies*», Londen 1971.

(¹¹) De Standaard, 3-4 augustus 1974.

(¹²) Astoux A. : *Ce maudit Cinéma*, Parijs 1974.

(¹³) *Sight and Sound*, Vol. 43 n^o 3, Londen 1974.

(¹⁴) Dost M., Hopf F., Kluge A. : *Filmwirtschaft in der BRD und in Europa*, München 1973.

(¹⁵) Jaarverslag van de Belgische Syndicale Kamer der Kinematografie 1974.

LITERATUURVERWIJZING

BAUMGARTEN P., FARBER D.C. : *Producing, financing and distributing film*, New York 1973.

CONANT M. : *Antitrust in the motion picture industry*, Los Angeles 1960

BATZ J.Cl. : *A propos de la crise de l'industrie du cinéma*, Brussel 1963.

DADEK W. : *Die Filmwirtschaft. Grundriss einer Theorie der Filmökonomie*, Freiburg 1957.

DEGAND Cl. : *Le Cinéma ... cette Industrie*, Parijs 1972.

DOST M., HOPF Fl., KLUGE A. : *Filmwirtschaft in der BRD und in Europa*, München 1973.

GUBACK Th. : *The International Film Industry. W. Europe and America since 1945*, Londen 1969.

KRUGER G., e.a. : *Aspecten van film en bioscoop*, Amsterdam 1973.

KREIMEIER Kl. : *Kino und Filmindustrie in der BRD*, Kronberg 1973.

MAYER M. : *The Film Industries*, New York 1973.

MERCILLON H. : *Cinéma et Monopoles*, Parijs 1953.

PROKOP D. : *Soziologie des Films*, Darmstadt/Neuwied 1970.

SPRAOS J. : *The decline of the cinema*, Londen 1962.

Binnenkort verschijnt

Kabeltelevisie

Referaten van het congres kabeltelevisie te Hasselt van 1 tot 5 oktober 1974, met :

— de toespraken van prof. dr. A. De Bock, prof. dr. G. Fauconnier en P. Schaeffer op de openingsvergadering

— de referaten van de technologisch-economische werkdag

- M. De Sutter : Technisch-economische visie op de TV-distributie

- G. Maes : De standpunten van de Belgische industrie ten overstaan van de kabeltelevisie

- J.C. Alteresco : La situation particulière de la France en matière de télédistribution

- Ir. R. Thoen : Aspecten van de verre-afstandsverzorging van signalen

- Dr. C. Wansdronck : Technologisch-economische aspecten van kabeltelevisie : de situatie in Nederland

- Ir. N. De Muynck : De toekomst van de kabeltelevisie in België

— de referaten van de socio-culturele werkdag

- Prof. dr. A. Verhulst : De socio-culturele aspecten van de kabeltelevisie en de omroep

- Prof. dr. P. Hofstede : Kabeltelevisie, paard van Troje ?

- A. Van Horenbeeck : Het socio-cultureel vormingswerk : een gemeenschaps- of een economisch goed ?

- E.L. Sommerlad : Unesco and cable television

— de referaten van de politiek-juridische werkdag

- A. Marchini-Camia : La C.E.E. et la télévision par câble

- Prof. dr. J. Corbet : De auteursrechtelijke aspecten van de kabeltelevisie

- Dr. J. Fleerackers : De politiek-juridische situatie van de kabeltelevisie in België

- Verslag van het debat, gemodereerd door prof. dr. E. De Jonghe, m.m.v. W. Geldolf, W. Kuypers, F. Swaelen, P. Van Roe

— De conclusies, eindrapport door prof. dr. G. Fauconnier, slotrede van minister R. De Backer - Van Ocken.

INLICHTINGEN, BESTELLINGEN :

Centrum voor Communicatiewetenschappen, Van Evenstraat 2 A, 3000 Leuven (tel. 016/22 10 70)

zendgemachtigde verenigingen: pro en contra

Herman VAN PELT: «Metalen koffiebussen met lieve prentjes van oude binnenhuisjes er buiten op mogen weer, omroepverenigingen niet.»

De opruiming van het dorre hout in de Vlaamse omroep, waarvan het charter van mei 1960 hoognodig aan vernieuwing toe is, en het ontwerpen van een nieuwe radio en televisie architectuur zijn sinds Nieuwjaar volop in het nieuws. Inzake de omroepvorming komt er iedere dag wel weer een plastisch chirurg, een gezichtsmasseur, een face lifter of een tekentafelheer bij. Plannen maken is, net als beloven, garanderen en (ver-)wachten, een activiteit die zo oud is als de BRT. Maar of de omroep en sommige heren op de kussens van de partijbureaus en in de regering daarmee nu gelukkig zijn is twijfelachtig, want er valt dezer dagen daarbij nogal wat extra aandacht op hun tekortkomingen, alsof de vaststelling dat het in omroepland zo ongeveer een janboel is en de politici (wat het media-beleid betreft) op zijn jan-boerenfluitjes werken, niet reeds vroeger gedaan werd.

De discussie is aangezwengeld door de liberalen. PVV-voorzitter Frans Grootjans komt de eer toe een van de eersten te zijn die met open vizier de strijd aanbod tegen de BRT en de ellende van een beknot omroepbeleid. Om zich met betrekking tot de reorganisatie van de omroep te oriënteren kijkt hij naar Nederland en wil, ten einde in de toekomst niet helemaal vast te lopen, terug naar wat in nog geen twintig jaar ons in het eigen land aan vertrouwd onvallen is. Met de tewaterlating naast de BRT van een botanie van omroepverenigingen die steunen op levensbeschouwelijke begrippen en maatschappelijke betrokkenheid wil hij radio en televisie beter aan de maatschappelijke behoeften en de beschikbare middelen aanpassen, denkt hij het lot van vele omroepmedewerkers te kunnen verbeteren en belooft hij ons de sterren aan de hemel.

Velen onderschreven intussen gaarne zijn veiligstellen van het particuliere initiatief en het terugdringen van de centralisatie, het dirigisme en de verambtelijking in de omroep. Uit veler woorden (Maertens, Geldolf, Hermans, Swaalen e.a.) is op te maken dat zij aan de omroepverenigingen groen licht willen geven. Wie in het afgelopen jaar aan een proefschrift en daarop gebaseerde stokebranderige schrifturen over de herstructurering en integratie van de BRT via zendgemachtigde verenigingen voorlopig alleen een slechte herinnering heeft overgehouden, kan na het incasseren van teleurstellingen weer nieuwe moed vatten. Want zoals beschreven in «De Omroep in Revisie» zegt Grootjans met andere woorden dat de monopolistische omroep niet langer in staat is om de voorwaarden voor eigen succes te scheppen. Ik probeer (te) bondig samen te vatten waarom het mislukt is.

Elke omroep heeft, wil zij goed functioneren, een bepaalde mentaliteit nodig. Het nationale omroepbestel functioneert alleen wanneer de mensen een grote mate van onderworpenheid vertonen. Het veronderstelt, wil het aan zijn doel beantwoorden, een gemeenschapsmens die zich laat leiden door gemeenschapsoverwegingen. Als zo een omroep wordt gebruikt door drammers loopt hij over de mensen heen, desintegreert en erodeert door een gebrek aan ouderwetse zelfbewustheid.

Een punt van belang is voorts dat in de huidige tijd het elimineren van variëteit en pluraliteit in radio en televisie niet alleen gevaarlijk maar ook onverantwoord is. Zelfs in Engeland, nochtans de bakermat van de nationale eenheidsomroep, werden de mensen noch door de roepnaam, noch door de produkties van de BBC nog langer geëlektriseerd. Al in 1955 kozen zij voor een model van in pluriformiteit met elkaar concurrerende en samenwerkende televisieorganisaties. Terecht. Alleen een open en toegankelijk omroepsysteem is in staat om op de actualiteit en de wensen van velen adequaat in te spelen. En als die omroepen dan zijn ingebed in dieperliggende levensvormen, die ik hier korthedshalve aanduid met de term levensbeschouwing, is dat een extra injectie voor het nog beter vervullen van de hedendaagse omroepfuncties. Ik kan mij daarvoor beroepen op de grote waardering voor de ernst en de zorg waarmee in Nederland de confessionele, de socialistische en de behoudsgezinde liberale omroepverenigingen hun communicatie met het publiek vervullen. Hun voorbeeld leert dat overlapping en dingen dubbel doen verstandige verspilling kunnen zijn die de samenleving juist nodig heeft om een goede kans op oriëntatie en overleving te hebben.

Maar in hoeverre Grootjans en zijn medestrijders in België succesvol zullen zijn is nog niet uit te maken. Het liberale ontwerp ten gunste van een verenigingsgewijs opgebouwde omroep en het weer inpassen en dienstbaar maken aan de samenleving van de oude omroepverenigingen hebben de afgelopen weken zeer velen op de achterste benen geholpen. Proberen de potlood-wenkbrauw, het Grate Gatsby-japonnetje, de metalen koffiebussen met lieve prentjes van oude binnenhuisjes er buiten op, de kwartet-spellen, de katoenkant, de lampekant met balletjes etc. weer terug te halen mag. Maar niet de omroepverenigingen.

Wel niet urbi et orbi maar toch van Volksunie tot Jong-socialisten wordt gretig afgekondigd dat er voor het BRT-monopolie-systeem geen alternatieven voorhanden zijn die

Naar aanleiding van de al of niet oprichting in Vlaanderen van zendgemachtigde verenigingen — problematiek die de laatste maanden in de actualiteit staat — hebben we de mening gevraagd van een tweetal deskundigen. Dr. H. Van Pelt, wiens doctoraal proefschrift «De Omroep in Revisie» een pleidooi is voor de zuilen, neemt het ook hier op voor de omroepverenigingen. Prof. dr. L. Boone, die «Sociologie van de Massamedia» doceert aan het Departement Communicatiewetenschappen, staat eerder afkerig tegenover het zuilensysteem. Wij zijn er ons van bewust dat hiermee de discussie geenszins afgesloten is. Eventuele reacties op de hier verwoorde standpunten kunnen in een volgend nummer van dit tijdschrift aan bod komen.

voledende garanties bieden voor een optimaal functioneren van radio en televisie ten bate van kijker en luisteraar. Hun opmerkingen, geheel in ach-en-wee-tonen gevat, kunnen in een notedop bijeen worden gebracht: Wij maken ons blij met een dode mus. De «verzuijing» (dat handige begrip voor wie iets verfoeilijks in onze samenleving wil omschrijven) zou de vazalliteit in de omroep nog meer in de hand werken. In een verwaterde versie van het Nederlands omroepmodel zou voor minderheden en politieke daklozen evenmin plaats zijn. En met de komst van elkaar beconcurrerende omroepverenigingen zou een wildgroei ontstaan met alle onvolmaaktheden die in Nederland de «vertrossing» kenmerken.

Ook in de kreterige reacties van sommige beroepsrubriekschrijvers klinkt het alsof we met de «zendgemachtigden» voor de poorten van de hel of aan de rand van de afgrond staan. We worden er weliswaar niet verder over geïnformeerd, maar het staat op bijna iedere bladzijde.

Nemen deze analysanten in hun strijd tegen de omroepverenigingen slechts een antiek pistool als wapen mee, ook in het formuleren van een oplossing komen zij niet verder dan met veel fanfare aangekondigd vertimmer- en vermetelwerk. De sleutel voor succes ligt volgens hen in het morrelen aan de BRT en het verruimen van de zendtijd en -middelen voor de «gastprogramma's», dat grappige randverschijnsel van de omroep bij ons. Maar omdat

zij zo zeker van hun zaak schijnen te zijn én vooral zo sterk in het adverteren van hun eigen hooggestemde heiligheden, lijkt de tegenstander per definitie dom of slecht en komen zijn plannen als vanzelf terecht in de sfeer van de Don Quichotterie.

Ik kan kort zijn.

Dit sterk benadrukken van niet bewezen opvattingen en aanvechtbare redeneringen over de «big bad» omroepverenigingen is een handig manoeuvre om hun wel haalbare actieve deelneming aan de omroep buiten schot te houden. De vraag wat die deelneming zou kunnen zijn en hoe die zou moeten functioneren komt immers niet aan de orde zolang men de anders ook in Brussel graag geraadpleegde simpele burgerman afschrikt met een flinke dossiis twijfel en zoet houdt met oppervlakkige vriendelijkheid. Zo komt 't bij mij over.

Als op die basis beleidsconclusies worden getrokken dan dient er een rode lamp te gaan branden en tegelijk een claxon te gaan loeien. Want dan rijst het vermoeden dat men de omroepherziening wil misbruiken: meer als een schans voor behoudzucht en eigen machtsposities dan als een middel om de communicatiemogelijkheden van een volk essentieel en optimaal te vergroten. En waar de angst koning is en er gedaan wordt alsof de rede regeert blijft ik in de verleiding om te reageren.

Luk BOONE: «De discussie over zuilen is niet de essentie.»

Zoals in vele landen van de zogenaamd «Westerse wereld» worden ook in België de omroepen min of meer geregeld op de korrel genomen. Zolang dergelijke kritiek een bepaalde drempel niet overschrijdt, geraakt men eraan gewend en leren de omroepverantwoordelijken ermee leven. Spanningen tussen pressiegroepen allerhande en de massamedia die over de activiteiten van die pressiegroepen moeten berichten, behoren tot de normale ingrediënten en symptomen van een democratisch bestel.

Sinds zowat een jaar blijft de kritiek evenwel niet meer beperkt tot gelegenhedenoprispingen nopens een of ander concreet programma (meestal een informatie-uitzending), maar worden de globale programmatie en de structuur zelf van de BRT en de RTB — terecht of ten onrechte — **systematisch** aangevallen. De ontevredenheid komt zowel van

«links» als van «rechts», en er is kennelijk kwade trouw mee gemeoid.

Een — overigens aanbevelenswaardige — wetenschappelijke analyse van de erg heterogene grievedrommel werd tot nog toe niet ondernomen. Waarschijnlijk zou ze uitwijzen dat de bezwaren en verwijten vooral rondom een tweetal hoofdthema's draaien, nl.

- 1) (ongewenste) «politisering» van de informatie-uitzendingen;
- 2) het «gebrekkige» niveau van de globale programmatie. Men wijt deze «geringe kwaliteit» aan overdreven bureaucratisering en/of aan het gebrek aan stimulerende concurrentie.

Om aan deze lacunes en misgroeiingen een einde te stellen wordt één remedie als (bijna) alleenzalmakend voor-

gehouden : de invoering van zendgemachtigden of «zuilen».

Mij wil het echter voorkomen dat de kern van de omroep-problematiek in Vlaanderen NIET ligt in de keuze tussen — overigens ten onrechte als **dichotomisch** voorgestelde — formules van publiekrechtelijke eenheidsomroep enerzijds en zuilen anderzijds. Veel essentiëler lijken mij twee andere vragen, met name :

- a) wil men een verzuilde of een pluralistische maatschappij ?
- b) welke is de aard en de intensiteit van de verhouding tussen de omroep en de pressiegroepen en m.n. de politieke overheid ?

Persoonlijk opteer ik voor een pluralistische maatschappij en voor een van pressiegroepen onafhankelijke radio en televisie. En precies omdat ik voor een dergelijk maatschappij- en omroepbestel opkom, meen ik dat een zuilenstelsel slechts zeer geringe voordelen biedt boven een eenheidsomroep. Bovendien ben ik er van overtuigd dat zuilen niet kunnen verhelpen aan de lacunes en gebreken die de voorstanders van die zuilen de BRT-RTB — terecht of ten onrechte — toeschrijven, nl. de politisering en het gebrek aan concurrentie.

De «politisering»

Het verwijt van de «politisering» wordt voornamelijk geuit m.b.t. informatie-uitzendingen en m.n. duidingsprogramma's. Zelden wordt meegedeeld, wat precies met politisering wordt bedoeld. Men krijgt evenwel de indruk dat het niet gaat om de politisering als zodanig, maar veeleer een bepaalde soort, door de huidige leidinggevende politieke partijen niet gewenste politisering. Die ongewenste politisering wordt dan als «inbreuk tegen de objectiviteitsverplichting» gebrandmerkt. Meestal, zoniet altijd, wordt dit verwijt gericht aan journalisten die zich verzetten tegen de door de politieke partijen nagestreefde opdeling van de BRT-redacteuren in partijpolitieke vakjes.

Deze politisering kan waarschijnlijk worden tegengegaan door de oprichting van zuilen die dicht aanleunen bij de huidige uittekening der politieke partijen. Het staat iedereen uiteraard vrij, voor een dergelijke oplossing te opteren. Ik doe dat niet en wel om diverse redenen. In de eerste plaats komt het mij voor dat de politieke partijen in een

dergelijke structuur machten zouden verenigen die voor het welzijn van enkeling en gemeenschap ten allen koste gescheiden moeten blijven. De informatie heeft nl. tot functie de complexiteit doorzichtig te maken van de feiten en de toestanden waarbij de kijker/luisteraar betrokken is. Als maatschappelijke en politieke actors hebben de politieke partijen daarentegen belang bij een zekere mate van ondoorzichtigheid. Door de omroep te controleren die over ze moet berichten, zouden de partijen de rollen van criticus en gecritiseerde combineren.

De voorstanders van zuilen stellen, dat alleen de duiding zou worden «verzuild», terwijl de nieuwsuitzendingen door een pluralistische eenheidsomroep zouden worden verzorgd. Het uit elkaar halen van berichtgeving en duiding lijkt een artificiële en erg krampachtige operatie. Misschien biedt ze een welkome formule voor ideologische groepen die een eigen kanseltje willen. Voor de kijker/luisteraar lijkt een dergelijke oplossing disfunctioneel. Tegenover een dergelijk zuilenpluralisme kan de kijker/luisteraar, zo komt het mij voor, diverse houdingen aannemen, waarvan de meest waarschijnlijke lijken te zijn :

- a) zich beperken tot de duiding van zijn eigen «zuil», het externe pluralisme mondt uit in een interne verzuiling der individuen ;
- b) de duiding vergelijken van twee of meer zuilen. De kans bestaat dat alleen een klein segment van de sociale bovenlaag hiervoor de nodige inspanning opbrengt. Dit segment verhoogt dan zijn al aanwezige informatievoorsprong op de andere burgers, zodanig dat een sociale «knowledge-gap» ontstaat ;
- c) min of meer toevallig kijken naar de duiding, zonder rekening te houden met de «kleur» van de zuil. Dit leidt tot stabilisering van de zuilenproporties.

De duiding door een pluralistische eenheidsomroep schept daarentegen de mogelijkheid om de voornoemde disfuncties te doorbreken, omdat :

- a) berichtgeving en duiding niet artificieel worden gescheiden ;
- b) het interne pluralisme van de eenheidsomroep plaats biedt aan meer opinies dan de verzamelde zuilen, waarvan het aantal noodzakelijk beperkt moet blijven ;
- c) voornoemde opinies in het kader van één of een gering aantal uitzendingen worden aangeboden ;
- d) de pluralistische deontologie en instelling van de journalisten der eenheidsomroepen een grotere garantie inhouden tegen eenzijdigheid dan het «engagement» van de redacteuren der zuilen.

De concurrentie

De kwaliteit der omroepprogramma's wordt waarschijnlijk bepaald door een zeer groot aantal variabelen, waaronder de kwaliteit van de programmamakers, de beschikbare financiële middelen, de vrijheid die aan produktieteams en aan journalisten wordt gelaten e.a. meer. De liberale theorie stelt dat de kwaliteit van goederen en diensten bovendien, zonet overwegend, wordt bevorderd door concurrentie. Ik ben ervan overtuigd dat al deze voorwaarden evenzeer, zonet beter kunnen worden vervuld binnen een eenheidsomroep dan door de invoering van «zuilen».

Tot nog toe heeft niemand kunnen aantonen dat ideologische zuilen beter personeel aantrekken en/of vormen dan eenheidsomroepen. Het tegenovergestelde lijkt plausibel wanneer men de pers bekijkt. De beste journalisten van de zgn. «vrije wereld» verkiezen blijkbaar pluralistische bladen als «Le Monde», «The New York Times» enz. boven partijbladen. Zuilen zijn evenmin een garantie voor meer financiële middelen. De globale begroting van de Nederlandse zuilen ligt weliswaar hoger dan die van BRT en RTB samen, maar lager dan die van de Britse, Westduitse en andere eenheidsomroepen. Het is verder de vraag of de vrijheid van m.n. de journalisten in «zuilen» groter is dan die van hun collega's. Misschien is dit wel zó wanneer men de Nederlandse zuilen met de BRT vergelijkt, maar een vergelijking met de redacteurs van de ARD en de BBC levert waarschijnlijk heel andere resultaten op.

Tenslotte zijn er geen bewijzen voorhanden dat, in de culturele sector, concurrentie het niveau van de goederen en diensten zou verhogen. De «vertrossing» in Nederland, de ITV in Groot-Brittannië, enz. zijn op dit stuk allerminst «stichtende» voorbeelden. Wanneer men, bovendien, per se concurrentie wenst kan die ook binnen de bestaande eenheidsomroepen worden opgebouwd.

Hoewel ik het oneens ben met een aantal kritieken op de BRT, mag het voorgaande niet worden beschouwd als een verdediging van de BRT-versie van de eenheidsomroep, noch als een gebrek aan waardering voor het Nederlandse zuilensysteem. Veeleer is het een uitnodiging om — eindelijk — een BRT te creëren in de geest van de wet van 1960; een pluralistische, autonome eenheidsomroep.

Een selectie van Duitse uitgaven, te verschijnen in de eerste helft van 1975 :

— **RUNDFUNKORGANISATION UND RUNDFUNKFREIHEIT**

Die Entwicklung von Organisations- und Machtstrukturen im Westdeutschen Rundfunk Köln und das Selbstverständnis der Programmacher door Rüdiger HOFFMANN
ca. 220 blz., ca. 395 fr.

— **FERNSEHEN UND PROGRAMMZEITSCHRIFTEN**

Eine Aussageanalyse der Programmpresse door Herbert HONSOWITZ
ca. 220 blz., ca. 395 fr.

— **ZEITSCHRIFTENFORSCHUNG**

Ein wissenschaftsgeschichtlicher Versuch door Hans BOHRMANN / Peter SCHNEIDER
ca. 130 blz., ca. 318 fr.

— **MASSEN MEDIEN IN DER PROGNOSE**

Konzepte und Modelle für die Zukunft door Uwe MAGNUS (ed.)
194 blz., 360 fr. (reeds verschenen)

— **SOZIALISATION DURCH MASSEN MEDIEN**

Ziele, Methoden, Ergebnisse einer medienbezogenen Jugendkunde door Jürgen HUETHER
176 blz., 360 fr.

Alle werken verkrijgbaar in onze boekhandel van zodra ze verschijnen.

acco

tiensestraat 134 - 136
3000 LEUVEN
tel. 016/23.35.20

overheidsvoorlichting en nieuwsmedia

(Het zesde Vlaams Congres van Communicatiewetenschap)

Guido FAUCONNIER

In de eerste helft van de zestiger jaren was de wetenschappelijke studie van de overheidsvoorlichting zeer in trek in de communicatiewetenschap, althans in ons land.

Het bij onze noorderburen minder bekende, maar ten onzent zeer geprezen werk van de Nederlandse voorlichtingsdeskundige, dr. G.A.M. VOGELAAR⁽¹⁾, de oprichter van het Belgisch Instituut voor Voorlichting en Documentatie en de toenemende belangstelling van onze nationale, regionale en zelfs lokale (politieke) gezagsdragers voor public relations technieken hadden blijkbaar een ideale voedingsbodem gevormd voor deze belangstelling. Dit resulteerde o.m. in een aantal publikaties, verschenen aan de U.L.B. en de K.U.L., waaronder vooral het verzamelwerk «Democratie en Vrije Voorlichting»⁽²⁾ en de inventariërende studie van J. LHOEST⁽³⁾ opvielen. Na 1965 verscheen er in onze contreien nog zeer weinig over dit onderwerp en zelfs de publikatie van het beruchte «Rapport Biesheuvel» (Nederland), dat vaak als een handleiding wordt beschouwd voor de overheidsvoorlichting in een democratisch bestel, liet bij ons opvallend weinig sporen na in de studie en Research. Op zichzelf was het dus geen onwaardig idee van de Sectie Pers en Communicatiewetenschappen van de V.U.B. het onderwerp opnieuw in de actualiteit te plaatsen door het als centraal thema te weerhouden voor het Zesde Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap (Brussel, 12 maart 1975).

Na de gebruikelijke inleiding door de

Sectievoorzitter (Prof. G. VAN PARIJS), bracht Dr. J. VAN PUTTEN, rapporteur van de Commissie Biesheuvel, een goed gestoffeerde tekst over het werk en het resultaat van deze Commissie. Eerst omschreef hij het principe van de openbaarmaking van het bestuur, alsmede de aan het principe gehechte beperkingen. Het rapport Biesheuvel steunt in elk geval op het beginsel «de burger heeft recht op informatie» en de uitzonderingen voorzien op de verplichting van de overheid om aan dit fundamentele recht tegemoet te komen, veranderen in se niets aan het beginsel. Na de weerstanden te hebben geschetst die een wettelijk geregelde openbaarheid in Nederland in de weg staan, besloot hij met een pleidooi voor de openbaarheid (openbaarmaking, verklaring en toelichting) «als een wettelijk verankerde toestand».

Prof. A. BREYNE, w.n. directeur-generaal van INBEL, kwam als tweede spreker aan bod. Hij gaf een analyse van de structuur van de overheidsvoorlichting in België en legde daarbij vooral de nadruk op de rol van het Belgisch Instituut voor Voorlichting en Documentatie. De mogelijkheden van dit instituut, aldus spreker, worden nog steeds onderschat; deze instelling moet meer kansen krijgen om haar rol van centraal adviserend voorlichtingsorgaan te kunnen vervullen.

J.F. REVEL, bekend Frans essayist en editorialist van l'Express, schetste in vogelvucht de situatie van de persvrijheid in de wereld. Het beeld wordt elk jaar somberder, beklemtoonde hij en het blijkt dat, ongeacht de ideologie, enkel als

goede informatie beschouwd wordt de informatie die eigen politieke stellingen bevestigt. Japan, Venezuela en West-Europa noemde hij lichtpunten, terwijl in Portugal de Beweging der Strijdkrachten de persvrijheid (eigenaardig genoeg, aldus Revel) nog heeft beperkt.

Tijdens de namiddagzitting bracht A. CONTE, Oud-President Directeur-Generaal van de O.R.T.F. en gewezen Frans minister nog een vrij emotioneel verhaal over de rol van de TV-informatie tegenover mens en maatschappij, waarna de heer M. BAUWENS (stageleider V.U.B. en adjunct Secretaris-Generaal van Le Soir) uit eigen ervaringen putte om de relatie tussen de geschreven pers en de overheidsvoorlichting in België te beschrijven.



Tenslotte nog dit. Wij achten ons wel zeer slecht geplaatst om dit congres te evalueren. Wel hebben wij voor de derde opeenvolgende keer vastgesteld (4e congres te Gent, 5e te Leuven en 6e te Brussel) dat zowel de mensen uit de beroepspraktijk, de academici als de studenten heel wat kritische geluiden lieten horen, ofwel rond de gekozen thematiek, ofwel rond het wetenschappelijk peil van deze congressen voor communicatiewetenschap. Het wordt nu wel hoog tijd dat de professoren en assistenten van de drie communicatiewetenschappelijke centra ernstig overleg plegen, de functies en het opzet van hun congres herdefiniëren en op een beleidsmatig verantwoorde manier de te volgen weg uitstippelen.

(1) Dr. G.A.M. VOGELAAR, *Systematiek en Spelregels van de Overheidsvoorlichting*, 's-Gravenhage, 1955.

(2) A. BREYNE, T. LUYKX e.a., *Democratie en Vrije Voorlichting*, Mechelen, z.d.

(3) J. LHOEST, *Information et propagande officielles en Belgique*, Brussel, 1965.

een belangrijke uitspraak over het recht op antwoord

Jos LIEVENS

Het Belgisch Hof van Cassatie heeft onlangs een uitspraak gedaan die erg belangrijk is voor de interpretatie van de wet van 23 juni 1961 inzake het recht op antwoord^(*). Ons hoogste gerechtshof moest zich uitspreken over volgende vraag: moet men in een krant **aangevallen** of **bekritiseerd** worden om aanspraak te kunnen maken op een recht op antwoord, of volstaat het dat men **eenvoudig vernoemd** wordt? Het Hof heeft voor de laatste interpretatie geopteerd. Met deze stellingname zal iedereen, die in de praktijk met deze materie te doen heeft in de toekomst rekening moeten houden.

TEST-AANKOOP

Dit cassatie-arrest heeft een boeiende voorgeschiedenis. Het verbruikersblad Test-Aankoop had een enquête gepubliceerd over de verkoop van het geneesmiddel Reasec door de Belgische apothekers^(*). Als conclusie gold dat het product, waarvoor normaal een doktersvoorschrift vereist is, bij heel wat apothekers zonder dat papiertje kon worden verkregen. In het artikel van Test-Aankoop werd voorts een verklaring van de Belgische farmaceutische Vereniging geciteerd, die volhield dat Reasec zonder doktersvoorschrift niet verkocht werd.

De Belgische Farmaceutische Vereniging kon geen vrede nemen met het onderzoek van Test-Aankoop en stuurde een recht op antwoord naar het Consumentenblad. Test-Aankoop weigerde echter het antwoord te publiceren omdat de verklaring van de Belgische Farmaceutische Vereniging geciteerd was zonder meer. Volgens Test-Aankoop was het nodig dat er een aanval of een kritiek was geweest om

recht te hebben op een antwoord. Deze stelling werd door de lagere rechtbanken, waarbij de B.F.V. had klacht neergelegd en zich burgerlijke partij gesteld, bijgetreden.

VERWERPING VAN OUDE RECHTSpraak

Het Hof van Cassatie heeft de visie van Test-Aankoop echter verworpen. In zijn motivering legt het Hof als het ware een principieusverklaring af over het toepassingsgebied van de wet inzake het recht op antwoord: «Attendu que les termes de l'article premier de la loi sont généraux et absolus; qu'ils ouvrent le droit de réponse à toute personne citée, soit nominativement, soit indirectement; qu'ils laissent la personne citée seule juge de l'opportunité de celle-ci; qu'à cet égard, il n'appartient aux tribunaux de rechercher les raisons qui ont provoqué la réponse de la personne citée».

Het Hof van Cassatie keert zich dus duidelijk tegen de thesise als zou het nodig zijn dat een persoon wordt aangevallen of bekritiseerd om recht te hebben op een antwoord.

Deze thesise is slechts begrijpelijk in haar historische context. Vóór de wet van 1961 werd het recht op antwoord geregeld door het dekreet op de pers van 20 juli 1831. Volgens de overgrote meerderheid van de rechtspraak en de rechtsleer^(*) had men slechts recht op een antwoord, indien het krantenartikel dit had **uitgelokt**. Deze theorie wordt het best verwoord door Duplat: «La loi établit une relation étroite entre la citation et la réponse. Elle vise non pas une citation quelconque, mais une citation appelant une réponse rectificative»^(*).

TWEESNIJDEND ZWAARD

Uit de voorbereidende werken van de wet van 23 juni 1961 blijkt duidelijk dat men van deze theorie wou afstappen. In het wetsontwerp was artikel 1 als volgt gereedgemaakt: «Elke natuurlijke of rechtspersoon, die in een periodiek geschrift bij name is genoemd of impliciet is aangevoerd, heeft een recht op antwoord, **mits hij er rechtmatig belang bij heeft**». Deze laatste zinsnede is gesneuveld in de senaatscommissie voor Justitie. De senatoren stipten aan dat deze voorwaarde een ernstige beperking zou betekenen voor het recht op antwoord. Bovendien zouden de rechtbanken met een bijkomend probleem worden geconfronteerd: wie zou immers over het «rechtmatig belang» kunnen oordelen? Daarom stelde de senaatscommissie in haar verslag: «Dat de vernoemde persoon alleen kan oordelen over het belang dat hij heeft om een antwoord te eisen en over de wenselijkheid hiervan»^(*). Deze oplossing werd aanvaard door de wetgever.

In zijn uitspraak heeft het Hof van Cassatie dus duidelijk de wil van het parlement laten primeren op de oude rechtspraak en rechtsleer. Volgens ons is het arrest van het opperste gerechtshof een tweesnijdend zwaard. Enerzijds is het toe te juichen dat de burger zich op een vrijwel absolute wijze kan verweren tegen de informatiemedia. Anderzijds opent deze uitspraak voor iedereen, die ooit maar ergens in een krant vernoemd wordt de weg om ongehinderd de redacties met antwoorden te overspoelen^(*). Het zou jammer zijn dat deze cassatie-uitspraak in tijden van papierschaarste zulke gevolgen had.

VOETNOTEN:

(*) De uitspraak dateert van 14 oktober 1974 en kan worden gevonden in het *Journal des Tribunaux*, 1975, p. 10.

(*) Test-Aankoop, nr. 123, november, 1972.

(*) Voor de rechtsleer, zie o.a.: SCHUER-

MANS, *Code de la presse*, Brussel, 1881, p. 85; DUPLAT, G., *Le journal*, Brussel, 1929, p. 446; LAURENT, Ch., *Etudes sur les délits de presse*, Brussel, 1871, p. 1457.

(*) DUPLAT, G., o.c., p. 446.

(*) Geciteerd bij CALEWAERT, W., *Het recht*

tot antwoord, in *Rechtskundig Weekblad*, 1961, p. 246.

(*) Op dit gevaar wordt ook gewezen door Mark PLATTEL in zijn uitstekend standaardwerkje *Het recht van antwoord in de communicatiemedia*, Brussel, 1971, p. 22.



Concentratie in de pers...

(Foto «Gazet van Antwerpen»)

COMMUNICATIEFJE

Woensdagavond 16.45 uur. Afgelopen, gedaan, voorbij. Met zichtbare opluchting kan de boordcommandant het klassiek geworden 'We made it' aan de microfoon toevertrouwen. Geen kaping, geen brand, geen vleugje paniek en ondanks de angst van enkele van de 350 passagiers geen pijnlijke crash voor het einde van de vlucht.

De spanning van het enigszins beangstigende en uitdagende vluchtmotief 'Overheidsvoorlichting en Nieuwsmedia' was snel na de start vervaagd. (Erg) leuke hostessen en een als bekwaam beschouwde bemanning schenen het nokvolle toestel een goeie reis te beloven. De accommodatie was perfect.

Maar opeens ging er wat mis met de cocktails en de hapjes. De befaamde Biesheuvel-hapjes, principieel voor eerste en tweede klasse gelijk geserveerd, hadden inderdaad de gewaardeerde en gekende volkse smaak met dat iets bittere nasmaakje van ambtenarijen en ministeries; al bij al best te verwerken. Het aangeboden Inbel-aperitief miste evenwel de nodige 'crudité' om een gezonde eetlust te stimuleren. En toen bleek dat de met veel brio aangekondigde hoofdschotel — voor velen misschien wel de reden om voor deze vlucht te boeken — op het laatste moment vervangen werd door een erg gevarieerd maar weinig Revel-erend gerecht, een los allegaartje van smaakjes en min of meer pikante sausjes. Wel prettig zolang je er gemoedelijk zat aan te knabbelen, maar vrijwel geen voedingswaarde. De hierbij opgediende (exotische) Chateau Conte de l'ortef miste het pittige aroma dat de naam liep verhopen. Te lang gelegen? Of te erg door elkaar geschud bij het transport uit verre landen hier naartoe?

Dit alles kon echter de passagiers niet uit hun rust opschrikken, hoewel enige wrevel ontstond toen bleek dat ook het dessert — à la Soir-ée, ik weet het niet meer precies — diezelfde oppervlakkige smaak had. Hier en daar begon men aan de vluchtzekerheid van het toestel te twijfelen. Misschien waren het alleen onvoorziene luchtzakken die deze maidentrip stoorden? Of was het toestel toch gekaapt? In alle stilte, door de bemanning zelf, zelfs zonder dat de boordcommandant op de hoogte was gebracht.

Men wist niet meer precies waar de vlucht naartoe ging, men raakte het vluchtschema kwijt. Men had lang gehoopt uiteindelijk met een zekere boodschap, een optie, een suggestie ter bestemming te komen. Pendeldiplomatie tussen overheid en media? Het werd steeds moeilijker een beeld van de situatie te krijgen. Hier bleef niet alleen het reisagentschap of de bemanning in gebreke. De hele toeristische formule was aan herdenken toe. Ik kreeg het gevoel te reizen in een toestel vol vluchtelingen, weg van een realiteit, maar waar naartoe?

'We made it' herhaalde de boordcommandant. Hij bleek er eigenlijk zelf ook niet helemaal zo zeker van. Iedereen begon opgelucht aan de ontscheping.

Ik stapte de deur uit en stond weer in dezelfde hall waar het vanmorgen allemaal begonnen was. We waren niet eens van de grond gekomen — of teruggekeerd op het vertrekpunt — ik weet het niet. Er klopte iets niet. De hostess bood me een beetje verlegen een glas aan. Ik knikte loom en spoelde de laatste verwachtingen weg.

Misschien wordt het morgen beter ...

(communica-TORREKE)

feiten uit de media- wereld

W. VAN DER BIESEN

Op 14 december 1974 overleed in een New Yorks ziekenhuis de 85-jarige Amerikaanse journalist, columnist en auteur WALTER LIPPMANN. Hij werd de grootste journalist en een van de meest invloedrijke politieke commentatoren van deze tijd genoemd. Hij studeerde letteren, politieke wetenschappen, economie en filosofie aan de Harvard-universiteit.

Sinds 1911 was hij journalist en hoofdredacteur van verschillende bladen. In 1917 werd hij kabinetschef van de minister van oorlog en vertrouweling van president Wilson. Hij opteerde echter voor de invloed en niet voor de macht. Daarom werd hij in 1931 een onafhankelijk columnist, wiens rubriek «Today and Tomorrow» gedurende 34 jaar driemaal per week verscheen in meer dan 200 Amerikaanse dagbladen en in talrijke buitenlandse kranten. Ondertussen schreef hij ook een 25-tal boeken — meestal over politieke filosofie — en ontving tweemaal (1958 en 1962) de Pulitzerprijs voor zijn kronieken en politieke beschouwingen. Z'n duizenden artikels zijn van grote invloed geweest op het denken (en wellicht ook op het handelen) van de politieke leiders in Washington en in het buitenland. In 1967 trok Lippmann zich uit de Journalistiek terug en sinds 1973 was hij gedeeltelijk verlamd na een bloedaandrang.

Sinds 1 januari 1975 is het regionaal informatieweekblad «ONS NIEUWS» — voorheen «DE HAECHTENAAR» — verdwenen. Het blad bestond 84 jaar, had een oplage van 5.000 exemplaren en verzorgde het plaatselijk nieuws voor de streek van Haacht, Putte en Heist-op-den-Berg.

Einde december 1974 verscheen ook een ander informatieweekblad, «DE GAZET VAN AALST», voor de laatste keer. De oprichting van dit blad gaat terug tot 1870. Zowel de titel als de periodiciteit werden in de loop van de jaren een paar maal gewijzigd (o.a. dagblad tussen 1910 en 1914). Oorspronkelijk was dit blad het orgaan van de Aalsterse conservatieve katholieken, later ging het een meer onafhankelijke koers varen. De stopzetting kwam vrij onverwacht, vooral omdat het blad zich tot nog

toe had kunnen handhaven zonder enige reclame.

De BERT LEYSEN-PRIJS 1974 werd toegekend aan Etienne Wijnant en Jef Cassiers voor hun programma «IRREVERSIBEL» met zang van Hildegarde Knef en schilderijen van Felix Labisse.

De Vereniging van de Vlaamse Radio- en TV-pers heeft de dertiende PRIJS van de TV-KRITIEK toegekend aan de TV-Informatie van de B.R.T., «voor het bereikte niveau in redactie en duiding, met als uitschieters de enquête van Maurice De Wilde over het wapentransport in België («De een zijn dood...») en de begeleiding van de verkiezingen». De KLOKKE ROELAND-PRIJS 1974 voor de radio ging naar de ploeg van Lea Martel «voor de vlotte manier waarop zij maatschappelijk-educatieve thema's behandelt».

De OSCARS van het RADIO- en TELEVISIESALON werden voor 1974 toegekend aan respectievelijk Lea Martel en Karel Hemmerechts.

De «UNIE van de FILMKRITIEK» heeft te Brussel haar Grote Prijs 1974 toegekend aan «Dellito d'Amore» van de Italiaanse cineast Luigi Comencini. Deze film haalde het met 16 stemmen tegen 15 voor de Poolse prent «Iluminacia» van Krystof Zanussi.

Op 9 januari 1975 overleed te Parijs op 77-jarige leeftijd de Franse acteur PIERRE FRESNAY. Tussen 1930 en 1960 speelde hij de titelrol in tientallen films, zoals de Pagnol-trilogie «Marius», «Fanny» en «César», «Monsieur Vincent», «Dieu a besoin des hommes», «Le défroncé», «Les aristocrates», enz. Het hoogtepunt uit Fresnays carrière is volgens velen de creatie van officier Boeldieu in «La grande illusion» van Jean Renoir. Wegens zijn verfijnd voorkomen, z'n beheerste houding en zijn letwat strenge figuur werd hij «de aris-

toeraat van het witte scherm» genoemd.

●
Begin januari werd de oprichting van een nieuw Vlaams dagblad officieel aangekondigd. Het zal «DE KRANT» heten en op 1 oktober a.s. z'n eerste nummer publiceren. Deze nieuwe krant zal op de markt gebracht worden door dezelfde uitgeverij die reeds enkele jaren het reclame- en advertentieblad «Koerier» verspreidt in Limburg, Antwerpen en Vlaams Brabant. Louis Croonen, voorheen bij «Het Belang van Limburg», wordt directeur en Louis Verbeek, radioman en cursiefjesschrijver, zal hoofdredacteur zijn.

Wekelijks vindt men advertenties voor «De Krant» in «Koerier». Daar leest men dat «het een andere krant zal zijn, een dagblad dat het nieuws nu eens anders wil brengen». En verder: «een krant die Vlaams, neutraal en sportief is, met aandacht voor man, vrouw en kind». Ondertussen werd op 7 maart de 2.000e abonnee ingeschreven.

●
Van 8 tot 22 januari 1975 hielden de leden van de socialistische vakbond (A.C.O.D.) een algemene STAKING op de B.R.T. Hun actie was gericht tegen de (voorlopige) opplaatsstellingen van directeurs en programmaleiders in de — eveneens voorlopige — nieuwe BRT-structuren. De A.C.O.D. vond nl. dat de statutaire bepalingen niet werden nageleefd en dat de socialistische ideologie bij de voorlopig aangestelden onvoldoende aan bod kwam, wat een aanfluiting van het cultuurpact werd genoemd. De actie werd als «een morele staking» betiteld om het ideologisch evenwicht, dat ten nadele van socialisten verbroken was, te herstellen. Door deze staking werd het programma-schema van de BRT gedurende veertien dagen aanzienlijk gewijzigd en werden bepaalde programma's niet of slechts gedeeltelijk uitgezonden. De actie werd «onderbroken» omdat de Raad van Beheer van de BRT de verbintenis aangaande de betreffende problematiek binnen de gestelde termijn op te lossen.

●
De Nederlandse Minister van CRM, Van Doorn, heeft aan het weekblad «DE

HAAGSE POST» een lening van 1,8 miljoen gulden (± 27 miljoen BF.) toegekend uit het Bedrijfsfonds voor de Pers. De eerste drie jaar moet de rente (9%) niet betaald worden. Pas na zes jaar zal het krediet over een periode van tien jaar moeten afbetaald worden.

●
Het gratis programmablad van de Antwerpse Intercommunale voor Teledistributie, «INTEGAN», zal niet meer worden uitgegeven. Toen in november 1974 de firma IPP, die het blad tot dan toe uitgaf en verspreidde, het contract verbrak, werd een nieuwe aanbesteding uitgeschreven. Geen van de deelnemende firma's kan echter een kosteloze verspreiding verzekeren. Omdat de gratis bedeling aan de 60.000 aangeslotenen een principiële kwestie was voor Integan, zag men af van de uitgave van een eigen programma- en informatieblad.

●
Het — voorlopig — wetsontwerp voor de directe STEUN AAN DE PERS (getiteld «wetsontwerp tot behoud van de verscheidenheid in de opiniedagbladpers») dat reeds door de Kamer werd goedgekeurd op 28 november 1974, kreeg op 18 december 1974 ook de instemming van de Senaat. De eigenlijke wettekst verscheen in het «Belgisch Staatsblad» van 23 januari 1975, samen met een koninklijk besluit van 20 januari 1975 waarbij de criteria en de modaliteiten voor de uitvoering van de wet worden vastgelegd. De eigenaars van dagbladeenheden moesten binnen de vijftien dagen na de publikatie van dit besluit een aanvraag indienen met de gegevens die noodzakelijk zijn om uit te maken in welke mate hun dagbladen aan de door de wet gestelde voorwaarden voldoen. Deze inlichtingen zouden dan samen met de verdeling van het krediet voor de jaren 1973 en 1974 aan de bevoegde parlementscommissies worden voorgelegd. Pas nadien zou de regering de bedragen uitkeren.

●
Uit het Jaarverslag van het INTERNATIONAAL PERSINSTITUUT te Zürich blijkt dat deze gezaghebbende instelling hulverig staat tegenover rechtstreekse

overheidssteun aan de pers: Dikwijls worden rechtstreekse overheidssubsidies voorgesteld als remedies voor de moeilijkheden van de pers. Dit systeem van rechtstreekse subsidiëring, gerechtvaardigd als een extreme methode om het allereerste te voorkomen, zou, als het een normaal verschijnsel zou worden, leiden tot het gevaar van onderwerping van de dagbladen. Het zou een fataal geneesmiddel kunnen blijken voor de onafhankelijkheid van de pers.

●
De Raad van Europa heeft een rapport gepubliceerd over de PERSCONCENTRATIES in Europa, samen met een resolutie van het ministercomité. Volgens deze resolutie zouden bepaalde maatregelen van de staat, indien ze oordeelkundig worden toegepast, sommige kranten die op het punt staan te verdwijnen of te worden opgekocht kunnen redden. Verder pleit men voor selectieve steun die echter zowel in de tijd als in het volume beperkt zou moeten worden en in principe zou moeten voorbehouden worden aan die kranten die door de steun gered kunnen worden. Het ministercomité schijnt echter de voorkeur te geven aan leningen tegen lage interesten. De Raad van Europa is verontrust over de vermindering van het totaal aantal dagbladen met een eigen redactie en de toenemende concentratie binnen een klein aantal groepen. Tussen 1955 en 1973 verdwenen in Europa 35% van de onafhankelijke krantentitels terwijl tijdens dezelfde periode de oplage steeg met 30% en de bevolking met 17%.

●
Op 28 februari 1975 verscheen het eerste nummer van een nieuw Vlaams weekblad dat de titel «STORY» kreeg. Het behoort tot de soort «vrouwenbladen» die voor het gehele gezin — probleemloze — lectuur (en foto's) brengen over prinses, prinsessen en andere sterren. Het blad, dat reeds enige tijd een gelijknamig en zeer succesvol (750.000 exemplaren) broertje heeft in Nederland, wordt uitgegeven door TUM (Tijdschriften Uitgevers Maatschappij), de Belgische vleugel van de VNU (Verenigde Nederlandse Uitgeversbedrijven). De startoplage bedroeg 125.000 exemplaren.

licenciaats- verhandelingen

karel meuleman

Een historiek van de fotografie als artistieke uiting

Fac. Soc. Wet., Leuven, september 1974, 87 blz.

(Promotor : J.M. Peters)

Het heeft lang geduurd voor de fotografie een eigen artistiek gezicht vertoonde.

De geschiedenis van de fotografie is er één van strijd over haar al dan niet kunstzinnig karakter. Van bij het begin werd getracht het technische aspect van de fotografie zoveel mogelijk te verdoezelen, terwijl zij toch uiteraard niet zonder de techniek kan.

Pas toen men probeerde weg te komen van het streven de foto zo goed mogelijk te laten gelijken op een schilderij en men de artistieke aspecten op het fotografische aspect bij uitstek, het technische, kon men spreken van een totaal nieuw kunstmedium.

Deze geschiedenis van de fotografie gaat echter niet specifiek over de technische uitvindingen die er geweest zijn, maar over wat de mensen met de camera en het beeld gedaan hebben om het publiek te laten delen in wat ze mooi vonden.

Tevens wordt er nagegaan welke de strijdvragen waren die opgeworpen werden i.v.m. de erkenning van de fotografie als kunst, twistpunten zowel van externe (fotografen contra etersers, schilders enz.) als van interne aard (cf. de disputen met Emerson).

Uit het geheel van de fotografische indelingen en stromingen (wetenschappelijke, artistieke, educatieve, amateur- en modiefotografie, fotografie als louter ontspanning, als reclamemiddel enz.) hebben wij er één uitgepikt: de artistieke fotografie. Dit gaat echter niet zonder de andere richtingen te vermelden: kunstfotografen haalden uit de wetenschappelijke fotografie wat zij konden gebruiken (bv. de elektronische flash) waarna de amateurs hen op deze weg volgden. De mogelijkheid foto's door duizenden te laten bewonderen (d.m.v. de autotypie) bracht een ommekeer teweeg in de sector informatie; reproductie van foto's in tijdschriften gaf de fotografie een plaats tussen de andere uitdrukkingvormen. Foto's worden gemakkelijker begrepen dan woorden, maar kunnen ook snel misverstaan worden. Ze zijn ook cultureel en sociaal bepaald. Cultureel, want een bepaalde foto kan door een westerling misschien begrepen worden, terwijl een Chinees bv. er niets van snapt of haar verkeerd interpreteert. Sociaal, want foto's («prentjes») zijn nog niet aanvaard door de hogere lagen van de bevolking: instellingen belast met het systematisch onderwijs van deze kunstrichting zijn dun gezaaid.

Meer dan 130 jaar lang spanden de fotografen zich in om te bewijzen dat fotografie een kunst kon zijn, waarbij het zuiver fotografische, het technische verdoezeld werd met picturale procédés, stijlen en toegevoegde teken- en schilderkunstachtige virtuositeit. Dat was de tijd dat het begrip kunst geen verklaring nodig had. De opvatting over kunst was vergroeid met de opvatting over het leven zelf; het stoffelijke en het geestelijke waren aparte categorieën. In deze levensvisie kon de fotografie als

dusdanig nauwelijks een plaats vinden : zij maakte met technische middelen prenten van de stoffelijke, zichtbare wereld en behoorde alzo tot een lagere orde. Eens de opvattingen over leven en kunst veranderden, kon de fotografie opnieuw uit zichzelf groeien. Sindsdien is kunst anders geworden : alles en niets is kunst ; de kunst wil zelf geen kunst meer zijn.

In deze context moet men de fotografie plaatsen : zij is een techniek waarmee men letterlijk alles mag en kan doen, zelfs gewoon alleen-maar-foto's-maken, maar ook kunst als men dat wil. Fotografie kan voortreffelijk zijn zonder kunst te zijn en zonder dat we dat als een tekort voelen. Maar het kan voorkomen dat we voor foto's staan waarvan we direct weten dat ze tot de prentkunst behoren. Fotografie kan expressiemiddel zijn zowel als communicatiemiddel.

Het zien is op dit ogenblik het beslissende moment in de moderne fotografie. Vroeger werden uiterlijk object (het te fotograferen gegeven) en een ander uiterlijk object (de camera) in een door fotografen wel technisch en eventueel ook esthetisch gecontroleerde en geregelde, in de grond echter mechanische relatie gebracht. In de nieuwe fotografie houdt het innerlijke van de fotograaf zich bezig met het innerlijke van het gegeven, subjectieve geest met objectieve, en deze gebeurtenis registreert de camera. Dit is mogelijk doordat een reeks «mechanische» principes van de toenmalige fotografie «geïntellectualiseerd» werden zonder dat daarbij het basisprincipe van de fysische objectiviteit schade mocht lijden.

In het eerste deel van de thesis wordt de vraag behandeld of fotografie artistiek is of niet. Beschouwd wordt de periode van bij het begin (ca. 1830) tot aan W.O. I. Een eerste paragraaf behandelt dan het ontstaan en de eerste pogingen tot verheffing van de fotografie die bestempeld wordt als romantisch, spontaan en tegelijk euforisch. De fotografie ontstond op een moment dat men belangstelling ging vertonen voor de gewone man : zij was een middel om exacte afbeeldingen binnen het bereik te brengen van de massa.

In 1816 ontstond de eerste foto, gemaakt door Niepce, die later (1829) een contract sloot met Daguerre. Zij kregen navolging in de persoon van Fox Talbot wiens boek «*The Pencil of Nature*» (sic !) het eerste met foto's geïllustreerde boek ter wereld was. Hill en Adamson gebruikten deze daguerreotypies en talbotypies als hulpmiddel bij het schilderen van enkele honderden geestelijken, bijeen gekomen op een concilie in Schotland.

Rejlander en Robinson vertoonden niet zoveel smaak met hun allegorische taferelen, samengesteld uit soms tientallen afzonderlijke foto's ; zo bv. het bekende «*The two ways of life*» (1856). Het boek van Robinson «*Pictorial effect in Photography*» heeft veel kwaad gesticht bij de fotografen. Hij raadde hen aan alleen het mooie te fotograferen en de objecten zorgvuldig op te stellen in het atelier. Formeel moet men de regels van de schilderkunst inzake academische compositie in acht nemen. De invloed van deze compositieregels is tot op heden nog aanwezig.

De romantische periode liep ten einde toen het natte collodiumproces geperfectioneerd werd en het buitengewone detail en de finesse van de beelden de fotografen in een heel andere richting dreven.

J.M. Cameron was een fotografe die niet in het rijtje paste. Zij moest niets hebben van de korte belichtingstijden die toen al mogelijk waren (ca. 1860) : door langere belichting kwamen volgens haar de typische gelaats- en karaktertrekken beter tot uiting ; het gezicht werd gedwongen in een natuurlijke plooi.

Nadar trachtte eveneens de karakteristieke uitdrukking van de

mens vóór de camera vast te leggen : hij was een impressionist die het bijzondere van een belichting, van een houding zocht. De meerderheid van de werken van deze mensen leken niets meer dan goede reproducties van schilderijen die echter nooit als het werk van een onafhankelijke kunst aanzien werden. De grootste slachtoffers waren echter de schilders, voornamelijk de portrettisten : foto's waren natuurgetrouwer, kostten minder en vergden veel minder werk. De schilderkunst had afgedaan, de fotografie nam haar plaats in. De oplossing kwam met het impressionisme, als de schilder zich afwendde van de zuivere representatie en zich ging bezig houden met de interpretatie. België had in die periode enkele fotografen van naam : de gebroeders Ghémar (vooral hun Zennefoto's in Brussel) en Edouard Fierlants (zichten op Antwerpen).

De fotografen trachtten van de strikte realiteitsweergave los te komen : zij hanteerden kwistig de verfkwas in de oliedruk en de broomverfdruk : de verloederding van de fotografie.

Een tweede paragraaf begint in de jaren 1850 en handelt over de controversen en het verval in de fotografie. Men had moeite om het stormachtig tempo van de technische ontwikkeling te volgen. Dat daarbij de artistieke zijde van de fotografie minder tot uiting kwam is gemakkelijk te verstaan.

De kroning van Napoleon tot keizer in 1852 werd aanzien als een voorbode van een gouden handelstijd : praktisch aangelegde en op winst beluste lieden trachtten overal geld te verdienen. Zo ook Disdéri die met zijn visitekaartformaat (een camera met 4 lenzen legde op één negatief vier foto's vast) geld als slijk verdiende. Daarbij legden hij en de anderen zich neer bij de smaak van het publiek zodat het tot een vervlakking in de fotografie kwam : allerhande «rijke» rekwisieten werden mee in beeld gebracht om de persoon status te verschaffen terwijl men lelijke neuzen en kwabberwangen wegretoucheerde.

Ook op andere gebieden verloochende men de echte waarde van de fotografie : men ging fotograferen zoals het impressionisme schilderde ; ietwat vaag, de soft-focus werd algemeen verbreid. Het doel van de impressionisten was het vastleggen van het «moment». Dergelijke beweging moest de fotografen aantrekken omdat de fotografie precies het vastleggen van het momentane beoogt. Vanaf 1858 waren sluitertijden van 1/50^o sec. mogelijk. Muybridge maakte daarvan gebruik voor zijn «chronofoto's» van galopperende paarden.

Emerson voelde het kunstmatige van de Robinson-school aan en stelde er een ander standpunt tegenover : het naturalisme (1886). Hij pleitte voor een terugkeer naar de natuur : in de natuur fotograferen in plaats van in het atelier. Enkele jaren later verwierp hij echter zijn eigen theorie.

Tegen het feit dat velen een bron van inspiratie trachtten te vinden in de zuivere imitatie van schilderwerken, reageerden de fotoclubs die overal ontstonden (paragraaf 3).

Davison stichtte in 1892 samen met Robinson «*The Linked Ring*» omdat hij zich kante tegen het precieze fotografische beeld waarop alle details duidelijk te zien waren. Zij beoogden «*the development of the highest form of art of which photography is capable*». Daarmee zetten zij zich ook af tegen de massa gelegenheidsfotografen die zich deze hobby relatief goedkoop eigen konden maken dank zij de «Kodak» van Georges Eastman. In 1888 tegen de prijs van 25 dollar op de markt gebracht.

Op de tweede tentoonstelling van deze groep werd een nieuwe techniek getoond : de gomdruk, die uiterlijk haast niet te onderscheiden was van een houtskooltekening.

Rond diezelfde tijd werden ook de Belgen Misonne («Het licht

is alles, het onderwerp niets») en Hannon (zijn meest bekende werk : het meisjespo tref «Coppelia») bekend.

Een man als Stieglitz was er nodig om de fotografen ervan te overtuigen dat ze zich niet hoefden te schamen als hun foto's er als foto's uitzagen. Samen met zijn vrienden stichtte hij in 1902 de Photo-Secession. Zij kozen deze benaming om hun afwijzing van het status quo te beklemtonen. De vereniging had een tentoonstellingszaal, «291» genaamd (naar het huisnummer in Fifth Avenue). Hun tijdschrift heette «Camera Notes» (later, in 1903, stichtte Stieglitz een nieuw blad : «Camera Work»).

De simpele realistische techniek van Stieglitz (straight approach») trachtte niet schilderen na te bootsen, maar gebruikte veeleer de directe fotografische techniek. Eén van zijn navolgers, Edward Steichen, heeft zelfs aan de Belgische regering zijn werk «De zwarte vaas» verkocht : eerste officiële erkenning van de fotografie !

Nog een andere koploper van de directe fotografie was Paul Strand. Deze weigerde elke vergroting : de objectiviteit was volgens hem de echte essentie van de fotografie, haar bijdrage en tegelijkertijd haar beperking. Hij kon communiceren met de objecten die hij ontdekte en ze een menselijkheid verschaffen.

Een trend die zich doorzette was het verbinden van alle kunst onderling. In Camera Work behandelde Stieglitz alle soorten kunstmedia, naast de fotografie. In 1913 organiseerde hij een tentoonstelling van eigen werk temidden van moderne kunst.

In een tweede deel wordt gehandeld over de aanvaarding van de fotografie als autonome kunstvorm waarbij gelijktijdig verschillende experimentele stromingen ontstaan, die gelijk lopen met die in de schilderkunst (eerste paragraaf).

De oorlogsjaren hadden het leugenachtige van de Westerse beschaving aangetoond (Weltschmerz). De kunstenaars trachtten dit aan het publiek te laten zien, maar het was zo overspoeld door beelden allerhande dat dit een moeilijke opgave was. Daarom probeerden ze het publiek te schokken, niet met mooie prentjes maar met prangende beelden, naar vorm en inhoud. Een ombuiging heeft plaatsgevonden : van het afbeelden van een min of meer schilderachtig motief naar de expressie van een bepaald waardegevoel dat boven de objectieve zichtbaarheid uitstijgt. Het voorwerp wordt uit zijn omgeving bevrijd en de dingen worden benaderd op een zakelijke manier. De eigen-aardige schoonheid en zeggingskracht van het negatieve beeld, van de röntgenopname en van micro- en astrofoto's wordt erkend.

Eenzijds was er de afkeer van alle voorbeelden der natuur, van elk conformistisch zien (overdreven perspectief, abnormale vergroting, enz.). Anderzijds toch een klare en scherpe weergave van de natuur (in de nieuwe zakelijkheid) zonder retouche om bij de kijker een bevreedende kijk op de dingen teweeg te brengen.

Moholy-Nagy, Schad en Ray schokten hun publiek d.m.v. hun fotogrammen, schadographs en rayographs : alle namen voor eenzelfde procédé waarbij op het fotopapier liggende voorwerpen rechtstreeks werden «gefotografeerd».

Moholy gaf les in het Bauhaus te Weimar. Daar leerde hij dat fotografie een zuiver interpretatieve kunstvorm moet zijn en trouw aan de visuele observatie ; de «fotografiek» en niet het landschap of de anekdote is belangrijk. Zijn bedoeling daarmee was alle mogelijkheden van het beeld te onderzoeken, alle mogelijkheden van een totaal nieuwe, visuele taal uit te proberen.

Het zuiver optische, de zakelijke schoonheid der dingen ging het oog van de fotograaf boeien. Dit werd een tweede experimentele stroming : Die Neue Sachlichkeit, een vorm van neo-

realisme, ontstaan omstreeks 1922. Met een uiterste precisie en zonder enige sentimentaliteit werden de dingen weergegeven. Door het naar buiten treden van deze dingen uit hun gewone omgeving (een boek, een bril worden plastisch grijpbaar) worden ze gesublimeerd, ze worden een nieuwe werkelijkheid.

De beelden van Renger-Patzsch tekenden op een precieze manier de wereld die niet meer uit flou en vaagheid bestond, maar uit vorm, oppervlakte en lijn, zwart, grijs en wit. Zijn boek «Die Welt ist schön» is gevuld met foto's van alledaagse dingen, gevisieerd met een klinische objectiviteit.

Weston, Strand, Cunningham e.a. richtten de «f.64 Group» op. Zij kozen deze benaming wegens de zeer kleine lensopening die zij gebruikten om zo gedetailleerd mogelijke beelden te geven. Weston beschouwde het feit dat de camera meer kon zien dan het blote oog als één van de grootste mirakels van de fotografie. De fotograaf moest het uiteindelijke beeld voor ogen hebben bij het maken van een foto.

Deze fotografie werd echter te objectgericht en besteedde te veel aandacht aan in feite vaak onbenullige motieven zonde zich te bekommeren om de menselijke problematiek.

Als derde moment in deze tijd was er het surrealisme : fotomontages brachten een nieuw gezichtspunt : inhoudelijk veroorzaakte die combinatie van foto's - dikwijls van onmogelijke droomtoestanden - een surrealistische provocatie, des te meer door het geloof in de authenticiteit van de fotografie. Anderzijds komt het tot een breuk met de realiteit door de inhoudelijke ongerijmdheid van de gemonteerde motieven door het opgeven van de causale samenhangen. Deze techniek van de fotocollage werd ook toegepast in het futurisme, een strekking die haast alleen in Italië school vormde. Daarbij maakte zij gebruik van de chronofoto's van Muybridge.

Een tweede en laatste paragraaf handelt over de invloed van de technische innovaties die een flinke stoot gegeven hebben aan de ontwikkeling van een nieuwe fotografie. De Leica-camera, in 1924 op de markt gebracht, maakte een grote dieptescherpte mogelijk zonder lichtverlies, zelfs bij een slechte verlichting of snelle bewegingen. Daarvan maakte Cartier-Bresson gretig gebruik voor zijn reportagefotografie. Het gewone dagelijkse leven werd hoofdmotief voor de moderne fotografie. De Farm Security Administration werd opgericht om de erbarmelijke levensomstandigheden van de Amerikanen in de jaren 30 op de gevoelige plaat vast te leggen.

Deze «instant vision»-fotografie werd nog verruimd door de uitvinding van de elektronische flitslamp in 1931 : een actie kon op elk ogenblik «bevroren» worden (spatten van een waterdruppel, vlucht van een kolibri).

In 1935 komen de eerste subtractieve kleurenopnamen de fotografie met een nieuwe dimensie verrijken. Daarbij kwamen weer enkele problemen opduiken : het oog ziet de kleuren anders dan de film doet ; daarenboven duikt de vergelijking met de schilderkunst weer op.

De nieuwste richtingen van de kunstfotografie vallen buiten het bestek van deze studie. Vele interessante nieuwe artistieke vormen werden niet behandeld (onder meer de prachtige foto's van Mar'a Cosindas d.m.v. de Polaroidcamera). De kunstfotografie is nog steeds in beweging, zodat een studie daarover steeds onaf zal zijn.

jo hendricx

**Universitair Beleid en Geschreven Pers.
Public Relations aan de Universiteit in relatie
met de Pers. Situatieschets te Leuven en
Nijmegen.**

Fac. Soc. Wet., CeCoWe, Leuven, 1975, blz. 79.
(Promotor : G. Fauconnier)

Deze eindverhandeling wil de relatie behandelen die de pers en voorlichtingsdiensten aan de universiteit onderhouden met de pers. Aangezien deze diensten deel uitmaken van de beleidsstructuur van de universiteitsoverheid en zij het voorlichtingsbeleid volledig concipiëren, hebben wij hier enkel de public relations-inspanningen van de universitaire overheid onderzocht.

Bestudeerd wordt hoe de pers als informatiemedium wordt benaderd door de public relations-diensten van de universiteit. Een eerste theoretische kennismaking verliep via de literatuur. Dit bracht echter veel opzoekingswerk mee en leverde naar verhouding weinig essentiële informatie op.

Vanuit die informatie werd dan een tekst opgesteld die dienst deed als background voor het onderhoud met de voorlichtingsambtenaren van de universiteit te Leuven en te Nijmegen. Dit onderhoud verliep telkens volgens de techniek van het vrije interview.

Het eerste hoofdstuk behandelt onvermijdelijk, maar bondig, enkele definities van «public relations». Daaruit komt naar voren : public relations is een bestuursfunctie, die het beleid van de instelling moet doordringen van de noodzaak rekening te houden met de weerslag van haar beslissingen voor de verschillende publieksgroepen. Eerder moet een juiste voorstelling verspreid worden van het beleid naar het publiek toe. Deze voorlichting leidt tot beter begrip en via begrip komt men tot waardering en sympathie.

Public relations aan de universiteit verschilt in wezen niet van bovenstaande omschrijving.

Als instelling, die met bijdragen van de belastingsbetaler wetenschap bedrijft die belang heeft voor diezelfde belastingsbetaler, kan de universiteit zich geen isolement veroorloven. Het belang van de public relations-dienst in de ogen van de universitaire overheid wordt weerspiegeld in de statuten van de dienst : personeelsaantal, personeelskwalificaties, kantoorruimte, budget. Bevoegdheid : activerend adviseren of louter uitvoeren. Interne public relations aan de universiteit vormen een onmisbare weg ter verwezenlijking van democratie en medezeggingschap binnen de instelling.

Het externe publiek in het algemeen wordt voornamelijk bereikt langs de massamedia. Vooral op de geschreven pers wordt een beroep gedaan. Het weinig gedifferentieerde beeld van het lezerspubliek vergemakkelijkt zeker niet de taak van de public relations-offices aan de universiteit.

Een ander probleem wordt gevormd door het intermediaire karakter van de pers, waarbij de gatekeepers de universitaire informatiestroom kunnen afremmen of in andere beddingen leiden. Zo wordt het begrijpelijk dat de pers ook als doelgroep op zichzelf wordt benaderd. Zo kan de voorlichtingsverantwoordelijke de persluis ontvankelijk maken voor de mogelijkheden aan nieuws die aan de universiteit voorhanden zijn. Wanneer wetenschappelijke informatie het onderwerp van de universitaire voorlichting

vormt, stelt zich nog een ander probleem : de popularisering van deze wetenschappelijke informatie. Hier moeten zowel de journalisten als de wetenschapslui samenwerken. Maar bij deze laatste groep heerst er nogal wat scepticisme ten opzichte van de pers. Deze terughoudendheid wegwerken vormt een belangrijke opdracht voor de public relations-offices aan de universiteit.

De persknipselverzameling geeft enkel een kijk op de effectiviteit van de relatie van de voorlichtingsdienst met de pers. Meer essentieel is een onderzoek van de publieke opinie over de eigen universiteit of de universiteit in het algemeen. Dit weliswaar dure en langdurige onderzoek kan uiterst nuttige informatie opleveren voor het beleid. Samenwerking van verschillende universiteiten zou de financiële last draaglijker maken.

In Leuven worden voornamelijk de externe doelgroepen benaderd, in Nijmegen daarentegen de interne. In beide Universiteiten streeft men echter naar een zeker evenwicht. In de relatie met de pers schenkt men in Nijmegen meer aandacht aan de wetenschappelijke informatie. In Leuven moet men zich nog afzetten tegen de neiging van de mediamensen om een vertekend beeld door te seinen ; een beeld dat nog steeds beïnvloed wordt door de gebeurtenissen rond de splitsing. Om deze beeldcorrectie beter aan te brengen, doet men in Leuven — meer dan in Nijmegen — een beroep op informele contacten met de pers.

Jo HENDRICX

(ADVERTENTIE)



**HET
NIEUWSBLAD**

N.V. DE STANDAARD
EM. JACQMAINLAAN 127
1000 BRUSSEL

uit de literatuur

J. KAMPHUIS, J.P. DE VRIES en A.J. VERBRUGH onder redactie van T.J. Kerpel.

De waarde van het woord.

Een historische lijn in 150 jaar christelijke journalistiek.

Uitgeverij: De Vuurbaak, Groningen 1974, 215 blz., prijs: fl. 22,50.

Ter gelegenheid van het afscheid van de heer P. Jongeling als hoofdredacteur van het Nederlands Dagblad / Gereformeerd Gezinsblad op 1 april 1974, wordt in de 2 eerste delen van dit huldeboek de journalistieke draad geschetst uitgaande van Groen van Prinsterer, die meende dat journalistiek niet «Het wapen des vijands was» (blz. 25), over Dr. Abraham Kuiper, Colyn en Zijlstra langs Reformatie Stemmen. De Vrije Kerk en het Gereformeerd Gezinsblad naar het Nederlands Dagblad.

In het derde deel brengt Dr. A.J. Verbrugh deze historische ontwikkeling in het breder perspectief van de «betekenis van de gereformeerde journalistiek voor de politiek», daarbij trouw blijvend aan de door P. Jongeling geformuleerde stelling «... dat de eerste politieke betekenis van een gereformeerd dagblad moet blijven, dat dit aan gereformeerden voorlichting geeft en daarbij blijft verwijzen naar de grondslag van de Heilige Schrift met de daaraan door de Kerk genormeerde belijdenis. Als daarmee zou worden geschipperd, b.v. terwille van het aantal geabonneerden, zou het dagblad het belangrijkste deel van zijn bestaansrecht verliezen» (blz. 206).

A. Hendriks.

DE ZAAK «SPUIT ELLUF»,

Vrijheid van meningsuiting in het leger, Baschwitz Instituut (Universiteit van Amsterdam), december 1974.

In augustus 1972 verscheen het eerste nummer van «Spuit Elluf», het blad van de afdeling Crailo van de Vereniging van Dienstplichtige Militairen in een oplage van ± 60 exemplaren. Het nummer bevatte een bijdrage waarin kritiek geleverd

werd op het Nederlandse leger in het algemeen en zijn afstompend karakter in het bijzonder.

Deze bijdrage werd strijdig geacht met artikel 147 van het wetboek van militair strafrecht (ondermijning van krijgstuicht). Reden voor de krijgsraad om de redacteurs van het blad te veroordelen tot geldboeten, en voor de verdediger van deze redacteurs om het Baschwitz Instituut te verzoeken een wetenschappelijk onderzoek in te stellen om na te gaan of de veronderstelde krijgstuichtondermijnende werking nu werkelijk kon aangetoond worden.

In het rapport van genoemd instituut wordt een overzicht gegeven van ontstaan en ontwikkeling van de VVDM (-afdelingsbladen), een beschouwing gegeven over een aantal denkbelden inzake vrijheid van meningsuiting in het algemeen en voor wat betreft de situatie in (het) Nederland (se leger) in het bijzonder. Het onderzoek, aan de hand van een vragenlijst over de gewraakte passages in het blad, bij een groep VVDM-kaderleden bevestigde de hypothese dat deze passages de krijgstuicht *niet* ondermijnden.

Gust De Meyer.

G.P. BAKKER

Vijftig jaar en verder...

Omroepvereniging VARA, Hilversum, 1975, 72 blz.

We hebben dit jaar veel te vieren. Samen gevat gaat het dit jaar o.m. om het jaar van de vrouw, het Heilig Jaar, het Monumentenjaar, zevenhonderd jaar Amsterdam, 550 jaar K.U.Leuven, 50 jaar KRO en VARA, enz.

Het gouden bestaan van beide Nederlandse omroepen zal in november op radio en televisie uitvoerig worden belicht en uitbundig gevierd. Om er in te komen gaf de VARA alvast «Vijftig jaar en verder...» uit. Een keurig geschreven en handzaam essay waarin G.P. Bakker, de voormalige hoofdredacteur van de VARA-gids, de ontwikkeling van de Nederlandse omroep schetst. Aan de orde komen o.a.

het ontstaan van het Nederlandse omroepbestel, de naoorlogse perikelen rond het bestel en de toekomstige ontwikkeling van de radio en de televisie in Nederland.

In het bijzonder worden de geschiedenis, rol en betekenis van de jubilerende socialistische omroep belicht, waarbij Bakker ook veel aandacht besteedt aan recent gevoerde discussies binnen bedrijf en vereniging over de «identiteit» van de VARA.

Dit essay zal binnen de VARA leidraad zijn bij de besprekingen die in het VARA-jubileumjaar over een aantal belangrijke zaken, zoals de VARA en haar publiek en de toekomst van het bestel, zullen worden gehouden. Bij ons hebben de tegenstanders in het socialistische kamp van volwaardige omroepverenigingen geen reden om dit boekje ongelezen te laten.

Herman Van Pelt.

DOEDE NAUTA Jr.,

The meaning of information.

Mouton, The Hague - Paris, 1972, 314 pp.

In deze semiotische studie — verschenen in de reeks «Approaches to Semiotics» — bestudeert de auteur de veelzijdige betekenisinhoud van de term «informatie». Hij onderscheidt naast de «klassieke» semiologische benaderingswijze de cybernetische (semiologische) approach waarbij een systeem-theoretische aanpak wordt toegepast.

Voor wie geïnteresseerd is in de studie over het begrip «informatie» is dit boek van groot belang. Bevreemdend is echter dat de auteur, bij het overzicht dat hij geeft van de «klassieke» semiologie, met geen woord gewag maakt van de Franse en Italiaanse semiologische school. Namen als die van Barthes en Eco zal men er niet in vinden. Daar hun opvattingen op essentiële punten verschillen van die van auteurs als Peirce en Morris, kan men met deze omissie moeilijk vrede nemen.

P.

GIANFRANCO BETTETINI,
The language and technique of the film.
Mouton, The Hague - Paris, 1973, 202 pp.

In dezelfde reeks «Approaches to Semiotics» verscheen een Engelse vertaling van een Italiaanse studie over filmsemiotologie. De auteur is kennelijk vertrouwd met het begrippen-apparaat dat ontwikkeld is door semiologen en semiolinguïsten als De Saussure, Hjelmslev, Barthes en Metz; en hij probeert dit apparaat te gebruiken bij zijn studie over filmesthetiek en filmtechniek, zonder overigens veel nieuwe inzichten te ontwikkelen.

P.

DIETER PROKOP,
Massenkultur und Spontaneität. Zur veränderten Warenform der Massenkommunikation im Spätkapitalismus.
Suhrkamp Verlag, Frankfurt a/Main, 1974, 226 pp.

In deze bundeling van voor het merendeel reeds eerder in andere publikaties verschenen essays ontwikkelt Prokop een politiek-economische theorie van de massa-cultuur. O.m. behandelt hij het monopolistische karakter van de productie der massamedia, de wijze waarop de monopoliehouders kunstmatig bepaalde behoeften bij hun publiek aankweken en in stand houden, en het verschil in uitgangspunt en onderzoekstechniek bij de positivistische, de «abstract-critische» en de marxistische aanpak van het massacommunicatie-onderzoek. Het titel-opstel lijkt ons het belangrijkste. Daarin tracht hij (om het in het kort samen te vatten) aan te tonen dat de gebruikswaarde van de producten der massa-culturele industrie tot een ruilwaarde getransformeerd wordt, zodat de consument van deze producten er niet zijn reële noden mee kan lenigen maar, integendeel, afgehouden wordt van het streven naar reële oplossingen voor zijn bestaansproblematiek door de schijnbevrediging die hem door de formele structuur van deze amusementsproducten geboden wordt.

P.

W. DROP en J.H.L. DE VRIES,
Taalbeheersing.
H.D. Tjeenk Willink/Wolters - Noordhoff, Groningen, 1974, 199 p.

Dit «handboek voor taalhantering», zoals de auteurs het in de ondertitel genoemd

hebben, is een hoogst interessante studie over verbale communicatie, waarbij correlaties gelegd worden tussen de klassieke en moderne *rethorische* technieken van het taalgebruik en de uitkomsten van sociaal-psychologisch onderzoek naar de effecten van verbale communicatieprocessen. De argumentatieleer van Toulmin, het persuasie-paradigma van Cronkhite, motivatie-theorieën e.d. worden verwerkt in een overigens duidelijk op de *praktische* vaardigheid gerichte uiteenzetting over de beoefening van de verbale communicatie.

P.

DIETER FLADER,
Strategien der Werbung. Ein linguistisch-psycho-analytischer Versuch zur Rekonstruktion der Werbewirkung.
Scriptor Verlag, Kronberg Ts., 1974, 235 pp.

In de reeks «Skripten Linguistik und Kommunikationswissenschaft» (waarvan het onderhavige boek nr. 6 is) publiceert Dieter Flader zijn doctoraal proefschrift dat hij in 1973 aan de Universiteit van Hamburg heeft verdedigd. Hij onderzoekt in deze studie de werking van de taal die in de reclame gebruikt wordt. Na een kort overzicht te hebben gegeven van de huidige stand van het onderzoek op dit gebied (waarbij de studies van Römer, Möckelmann en Zander, en Leech ter sprake komen), stelt hij de behavioristisch geörienteerde onderzoekingen over de invloed van de reclame tegenover de psycho-analytische theorieën en opteert hij voor de laatste. Vervolgens ontwikkelt hij een aantal principes van de «spreekakt-theorie» en gaat dan over tot een uitvoerige analyse van een groot aantal reclameteksten, waaronder met name de reclame-slogan. In een handig en overzichtelijk schema vat hij zijn conclusies samen.

P.

ANDREW TUDOR,
Image and Influence. Studies in the sociology of film.
George Allen & Unwin, London, 1974.

Na te hebben vastgesteld dat de filmsociologie nog altijd een weinig ontgonnen gebied is, geeft de auteur een overzicht van de tot nu toe verschenen filmsociologische studies. Daarbij levert hij nogal wat kritiek op het traditionele massamedialogisch onderzoek. In het tweede deel van zijn boek bespreekt hij de mogelijkheden van een meer semiologisch gericht

te filmsociologie en ontwikkelt hij (vooral op grond van de Hjelmsleviaanse indelingen in niveau van de expressie en niveau van de inhoud, resp. in vorm en substantie van tekens) een «voorlopig» analyse-schema voor een onderzoek naar de betekenis die een film kan hebben. Dit schema past hij o.a. toe op een aantal vaste filmgenres, zoals de western, de gangsterfilm en de horror-film.

P.

NCRV :
Stroomversnelling - en toch welvaren.
Uitgeverij De Haan, Bussum, 1975, 104 blz.
Verspreiding voor België : Unieboek België N.V., Deurne.

De Nederlandse Christelijke Radio Vereniging (NCRV) bestaat 50 jaar. In het kader van dit jubileum zend zij in januari en februari 1975 de radioserie «Stroomversnelling» uit. In een negental beschouwingen werd nagegaan welke veranderingen de Nederlandse samenleving van dit moment bepalen. In deze paperback vindt men de bewerkte tekst van de voor de microfoon gehouden inleidingen. Het boek, met illustraties van Lex van Voort, bevat de volgende onderdelen : prof. dr. C.A. van Peursen : Al is de communicatie nog zo snel, de geest achterhaalt haar wel ; mevr. Margreet Blankesteyn-Blees : In Holland staat een huis en het gezin dat is op reis ; drs. Gerard de Haas : De andere jeugd ; M. Baaijens : De verandering voor de waardering voor het kenniselement in het onderwijs ; dr. O. Jager : Veranderingen in de geloofsbeleving ; dr. F. Boerwinkel : Ontluistering ; dr. A.H. van den Heuvel : De verhouding tussen arme en rijke landen ; prof. dr. B. Goudzwaard : Overontwikkeling van de westerse wereld en dr. A. van der Meiden : Macht en onmacht. Prof. dr. P. J. Bouman schreef een uitgebreide inleiding.

Centraal in dit in boekvorm uitgegeven radioproject staat de driedledige vraag : in welke mate houden de massacommunicatiemiddelen stroomversnellingen in onze maatschappij gaande ? Versterken zij deze stroomversnellingen ? En welke invloed ondergaan zij zelf door deze veranderingen ? In zijn woord vooraf schrijft NCRV directeur drs. M. Geerink Bakker terecht dat het antwoord en het perspectief dat in deze artikelenreeks geboden wordt, verhelderend is en door velen als bemoedigend zal worden ervaren.

Herman Van Pelt.

uit de tijdschriften

JOURNALISM QUARTERLY

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

Vol. 51, nr. 3, herfst 1974.

- James E. GRUNIG, *Three Stopping Experiments on the Communication of Science*, 387.
- David H. WEAVER, W. Wat HOPKINS, William H. BILLINGS and Richard R. COLE, *Quotes vs. Paraphrases in Writing : Does it Make a Difference to Readers ?* 400.
- Alan BUSSEL, *The Atlanta Daily Intelligencer Covers Sherman's March*, 405.
- Robert A. BARTOL, *Aleksei Suvorin : Russia's Millionaire Publisher*, 411.
- Shawki M. BARGHOUTI, *The Role of Communication In Jordan's Rural Development*, 418.
- Alan D. FLETCHER and Paul R. WINN, *An Intermagazine Analysis of Factors in Advertisement Readership*, 425.
- Sidney KRAUS, Timothy MEYER and Maurice SHELBY Jr., *16 Months After Chappaquiddick : Effects of the Kennedy Broadcast*, 431.
- William P. DOMMERMUTH, *How Does the Medium Affect the Message ?*, 441.
- Kenneth NOVIC and Peter M. SANDMAN, *How Use of Mass Media Affects Views on Solutions to Environmental Problems*, 448.
- David R. NELSEN and Kenneth STARCK, *The Newspaper Ombudsman as Viewed by the Rest of the Staff*, 453.
- Lawrence W. LICHTY and Thomas W. BOHN, *Radio's March of Time : Dramatized News*, 458.
- Jack E. ORWANT and John ULLMANN, *Pentagon Officers' Attitudes on Reporting of Military News*, 463.
- Jim RICHSTAD and Michael McMILLAN, *The Pacific Islands Press*, 470.
- Charles E. SHERMAN and John RUBY, *The Eurovision News Exchange*, 478.
- Milton HOLLSTEIN, *Tiny Holland's Mighty Radio Voice*, 486.
- Gertrude Joch ROBINSON, *Mass Media and Ethnic Strife in Multi-National Yugoslavia*, 490.
- Gerald L. GROTTA, *Prosperous Newspaper Industry May Be Heading for Decline*, 498.
- Wallace B. EBERHARD, *Circulation and Population : Comparison of 1940 and 1970*, 503.
- Lawrence R. MILLER, *Predictive Powers of the Flesch and Bormuth Readability Formulas*, 508.
- Sam G. RILEY and Joel M. WIESSLER, *Privacy : the Reporter and Telephone and Tape Recorder*, 511.

- John E. POLICH, *Predicting Newspaper Staff Size from Circulation : a New Look*, 515.
- Leslie A. BAXTER and John R. BITTNER, *High School and College Student Perceptions of Media Credibility*, 517.
- Donald K. WRIGHT, *Survey Shows Politicians Favor Commercial Printing*, 520.
- William H. TURPIN, *Newspaper Circulation Growth and Rise in Personal Income*, 522.
- Terry SMITH and Jack LEVIN, *Social Change in Sex Roles : An Analysis of Advice Columns*, 525.

AUDIO-VISUAL COMMUNICATION REVIEW

Uitgegeven door : Association for Educational Communications and Technology, 1201 Sixteenth Street N.Y., Washington D.C. 20036.

Vol. 22, nr. 3, herfst 1974.

- Frank V. COLTON, *Effects of Giving Students Data on Task Completion Time in a College Media Course*, 229.
- Arni T. DUNATHAN and Terry D. TEN BRINK, *Visual Mediators as Aids to Paired-Associate Learning*, 247.
- James E. MORRELL, Charles R. WALKER, Charles LOUGHERY, Joyce FUNK, Glen RUOFF, and Barton B. PROGER, *Cognitive and Affective Effects of Audio-Programmed Electronic Feedback and Oral Teacher Feedback*, 269.
- F. Leon PAULSON, *Teaching Cooperation on Television : An Evaluation of Sesame Street Social Goals Programs*, 279.
- Herman M. KROLL, *The Relative Effectiveness of Written and Individualized Audio Instruction in the Intermediate Grades*, 295.
- Michael A. CALVANO, *Predicting the Use of Imagery as a Mediation Strategy*, 303.

Vol. 22, nr. 4, Winter 1974.

- Walter W. WAGER and William A. BRODERICK, *Three Objective Rules of Sequencing Applied to Programmed Learning Materials*, 357.
- Paul L. GROVER, Jr., *Effect of Varied Stimulus Complexity and Duration upon Immediate Recall of Visual Material in a Serial Learning Task*, 387.
- Dennis HOBAN, *The Instructional Developer*, 409.
- P. Kenneth KOMOSKI, *An Imbalance of Product Quantity and Instructional Quality : The Imperative of Empiricism*, 423.

John A. MOLDSTAD, *Selective Review of Research Studies Showing Media Effectiveness: A Primer for Media Directors*, 439.

George D. BOOTH and Herbert R. MILLER, *Effectiveness of Monochrome and Color Presentations in Facilitating Affective Learning*, 453.

Donald GRATTAN, *Les 50 premières années. Réflexions sur le passé, le présent et l'avenir du premier service au monde de radiodiffusion éducative*, 22.

Hans BRACK, *La réglementation de la publicité radiotélévisée en République Fédérale d'Allemagne*, 29.

OY YLEISRADIO AB, *Système de catalogage électronique des disques en Finlande*, 33.

Jeffery BOSWALL, «Vies privées». *Philosophie et anatomie d'une série de films de télévision sur la nature*, 36.

Ian K. MACKAY, *Responsabilités de la radiodiffusion en Papua-Nouvelle-Guinée multilingue*, 46.

Robert DITTRICH, *La Convention de Bruxelles sur les satellites*, 60.

X., *Echos juridiques, Belgique*, 64.

COMMUNICATIONS

Uitgegeven door: Ecole pratique des Hautes Etudes, Le Centre d'Etudes de Communications de Masse (C.E.C. MASS), 10, rue Monsier-le-Prince, Paris 6e, Ed. du Seuil, 27 rue Jacob, Paris 6e.

Nr. 22, 1974.

LA NATURE DE LA SOCIÉTÉ

Edgar MORIN: *La nature de la société*, 3.

Joël de ROSNAY, *La «physis» sociale: de la bio-énergétique à l'éco-énergétique*, 33.

Pierre ROSENSTIEHL et Jean PETITOT, *Automate asocial et systèmes acentrés*, 45.

Rémy CHAUVIN, *Les sociétés les plus complexes chez les insectes*, 63.

François BOURLIERE, *Structures sociales des populations de mammifères sauvages*, 73.

Fabrizio MORI: *Le rapport entre société et nature à la lumière de considérations paléontologiques*, 87.

Boris RYBAK, *Bases biologiques du savoir et du pouvoir*, 103.

André BEJIN, *Différenciation, complexification, évolution des sociétés*, 109.

Jean BAECHLER, *Politique et Société*, 119.

Serge MOSCOVICI, *Nos sociétés biuniques*, 135.

Vol. XXVI, nr. 1, januari 1975.

X., *25 années de l'Union Européenne de Radiodiffusion. Rétrospective*, 10.

Le 50e anniversaire de la NHK:

Kichiro ONO, *Les leçons de l'histoire*, 29.

Akira TAKASAKA, «Le legs culturel aux générations futures», 30.

La NHK a cinquante ans, 32.

Richard DILL, *La télévision dans les années 1980. Un futur marqué de points d'interrogation*, 38.

Gerhard BOGNER, *Les émissions destinées aux automobilistes*, 42.

X., *Mémoire sur la télévision directe par satellite et ses normes d'utilisation*, 58.

COMMUNICATIO SOCIALIS

Zeitschrift für Publizistik in Kirche und Welt.

Verlag Ferdinand Schöningh,

0-4790 Paderborn, Jühenplatz 1-3.

Jg. 7, nr. 4, oktober-december 1974.

A. Thomas BAUER, *Dogma, Hierarchie und Kommunikation*, 281.

Michael SCHMOLKE, *Informierte Welt - bessere Welt? Probleme des Überangebots von Information*, 301.

Joachim WESTERBARKEY, «Manipulation» und kein Ende? — *Ein Plädoyer für die Entwicklung einer kommunikationspolitischen Gesamtkonzeption*, 312.

Kurt BUCHER, *Öffentlichkeitsarbeit und Fastenopfer der Schweizer Katholiken*, 320.

Franz-Josef EILERS, *Christlicher Rundfunk in Papua-Neuguinea*, 324.

George VELIPARAMPIL, *Der Welttag der Kommunikationsmittel in Kerala*, 329.

Wilhelm HERZOG, *CARAVS - christliches Kommunikationszentrum in Indien*, 330.

REVUE DE L'UNION EUROPEENNE DE RADIODIFFUSION CAHIER B

Uitgegeven door: L'Office Administratif de l'Union Européenne de Radiodiffusion Centre Internationale, rue de Varembe, 1, 1211 Genève 20, Zwitserland.

Vol. XXV, nr. 6, november 1974.

Hans KIMMEL, *La coproduction internationale à la ZDF. Expériences d'un organisme de télévision de dimension moyenne et produisant sous une forme ambiguë*, 18.

GAZETTE

International journal for mass communication studies.
Uitgegeven door : KLUWER, B.V., p.o.b. 23, Deventer (Nederland)

Vol. XX, nr. 4, 1974.

Jerry W. KNUDSON, *Whatever became of 'The pursuit of happiness'?*, 201.
Pertti HEMANUS, *Propaganda and indoctrination*, 215.
NAYMAN, LATTIMORE, ALERS-MONTAVO, *A survey of journalists in Barcelona, Spain*, 224.
Anju CHAUDHARY, *Comparative news judgment*, 233.

RUNDFUNK UND FERNSEHEN

Uitgegeven door : Hans-Bredow-Institut an der Universität Hamburg, Hamburg 13, Helmthuderstrasse 21.

Jg. 22, nr. 3-4, 1974.

Walery PISAREK, *Massenkommunikationsforschung in Osteuropa: Ein Überblick*, 287.
Dieter STAMMLER, *Möglichkeiten und publizistische Bedeutung der Kabelkommunikation*, 298.
Uwe MAGNUS, *Neue Kommunikationsformen bei Zeitung und Rundfunk*, 306.
Holger RUST, *Differenzierungserscheinungen auf dem Medienmarkt*, 316.
Margot BERGHAUS, *Inhaltsanalyse von Fernsehsendungen*, 330.
Uwe ZIMMERMANN, *Nachrichten im Fernsehen*, 357.
Uwe MAGNUS, *Fernsehzuschauer-Forschung im Wandel*, 379.
Alexander DEICHSEL, *ISSC-Konferenz über Inhaltsanalyse*, 381.
Joachim GERLOFF, *Prix Jeunesse '74*, 382.
Gert HULLEN, *Der Medienverbundkurs «Diagnose sozialen Verhaltens in der Schule»: Ein Erfahrungsbericht*, 384.
Renate SCHÄFER, *Eine empirische Untersuchung zum Rezipientenverhalten bei Hörfunknachrichten*, 387.

CAHIERS DU CINEMA

Revue mensuelle de Cinéma
9, passage de la Boule-Blanche
50, rue du Faubourg-Saint-Antoine,
75012 Paris.

Nr. 254-255, december 1974 - januari 1975.

Serge DANEY en Serge TOUBIANA, *Appareils idéologiques d'état et luttes de classes: Chili 1970- 1973*, 5-32.
Pascal KANÉ, Jean NARBONI en Serge TOUBIANA, *Kashima Paradise. Entretien avec Bénie Deswarte*

et Yann Le Masson, 44-55.

Jean NARBONI en Dominique VILLAIN, *Kafr Kassem: Entretien avec Borhan Alaouié*, 56-72.

Monique HENNEBELLE, *Pour un polycentrisme géographique dans la critique de cinéma*, 73-76.

Pascal KANÉ, *Cinéma et Histoire. L'effet d'étrangeté*, 77-83.

BRECHT, *Extraits du journal de travail (inédit)*, 84-94.

FILM EN TELEVISIE

Uitgegeven door de Katholieke Filmliga,
dienst van de Katholieke Filmactie, v.z.w.
Olmstraat 10, 1040 Brussel.

Nr. 212, januari 1975.

Michel APERS, *Walt is dood, Disney leeft!*, 4-5.

Hilde VAN GAELEN, *Luigi Comencini*, 7-8.

Gaston WEEMAES, *Afscheid van Vittorio De Sica*, 11-13.

Ivo NELISSEN, *De geschiedenis van de droomfabriek*, 14-15.

Francis BOLEN en Jean-Pierre WAUTERS, *De Belgische kinema: de documentaire 1919-1929*, 22.

Nr. 213, februari 1975.

Ronnie PEDE, *Het filmjaar 1974*, 4-7.

Jean-Marc DE VOS, *De Negro-Amerikaanse film*, 16-18.

Gaston WEEMAES, *Afscheid van Pietro Germi*, 21.

Ivo NELISSEN, *Geschiedenis van de droomfabriek (2)*, 22-23.

Jan VERACHTERT, *Film in het onderwijs*, 31.

Dirk LAUWAERT, *De planeet televisie*, 45.

Nr. 214, maart 1975.

Leo MEES en Jean-Pierre WAUTERS, *Van filmkeuring gesproken*, 4-7.

Daniël VAN AVERMAET en Joe ADAMSON, *Cartoonmania: Chuck Jones & Tex Avery*, 8-11.

Gaston WEEMAES, *Fritz Lang*, 12-15.

Ivo NELISSEN, *Geschiedenis van de droomfabriek (3)*, 22-23.

Francis BOLEN en Jean-Pierre WAUTERS: *De Belgische kinema: Overgang naar de sprekende film*, 28.

Dirk LAUWAERT, *Kulturele bilokatie*, 45.

FILM QUARTERLY

Published by the University of California Press, Berkeley,
California 94720.
Editor: Ernest Callenbach.

Vol. XXVII, nr. 4, zomer 1974.

Marsha KINDER, *The Return of the Outlaw Couple*, 2.

Louis NORMAN, *Rossellini's Case Histories for Moral Education*, 11.
 Alan WILLIAMS, *Structures of Narrativity in Fritz Lang's Metropolis*, 17.
 Carel ROWE, *Illuminating Lucifer*, 24.
 Brian HENDERSON, *Godard on Godard: Notes for a Reading*, 34.
 Ernest CALLENBACH, *The Mother and the Whore*, 46.
 Marsha KINDER, *Zardoz*, 49.
 Michael DEMPSEY, *The Exorcist*, 61.

Vol. XXVIII, nr. 1, herfst 1974.

Lawrence SHAFFER, *Night for Day, Film for Life*, 2.
 Hans BARKHAUSEN, *Footnote to the History of Riefenstahl's «Olympia»*, 8.
 Barry SALT, *Statistical Style Analysis of Motion Pictures*, 13.
 Daniel DAYAN, *The Tutor-Code of Classical Cinema*, 22.
 Peter BISKIND, *Rebel Without a Cause: Nicholas Ray in the Fifties*, 32.
 William CADBURY, *Theme, Felt Life, and the Last-Minute Rescue in Griffith After Intolerance*, 39.
 Gideon BACHMANN, *I Have Played Christ Long Enough! A Conversation with Miklos Jancsó*, 49.
 Lawrence SHAFFER, *The Conversation*, 54.
 Andrew SARRIS, *Auteurism Is Alive and Well*, 60.

Vol. XXVIII, nr. 2, winter 1974-75.

Marsha KINDER, *Life and Death in the Cinema of Outrage, or The Bouffe and the Barf*, 4.
 Peter BISKIND, *Lina Wertmüller: The Politics of Private Life*, 10.
 Claudia GORBMAN, *Music as Salvation: Notes on Fellini and Rota*, 17.
 Garrett STEWART, *The Long Goodbye, from Chinatown*, 25.
 Jean-Louis BAUDRY, *Ideological Effects of the Basic Cinematographic Apparatus*, 39.
 William JOHNSON, *Recent Rivette: An Inter-Re-View*, 32.
 Marsha KINDER, *Scenes from a Marriage*, 48.
 Anne-Marie TAYLOR, *Lucia*, 53.
 Ernest CALLENBACH, *Everything Ready, Nothing Works*, 59.
 Bernard WEINER, *Hearts and Minds*, 60.
 Harry LAWTON, *In the Name of the Father*, 63.
 Michael SHEDLIN, *Children of the Golden West*, 66.

SIGHT AND SOUND

International Film Quarterly.
 Published by the British Film Institute,
 81 Dean Street, London W1.

Vol. 43, nr. 4, herfst 1974.

Jonathan ROSENBAUM, *Work and Play in the House of Fiction*, 190.

Carlos CLARENS, Edgardo Cozarinsky, *An Interview with Jacques Rivette*, 195.
 Roger MORTIMORE, *Spain: Out of the Past*, 199.
 Jeffery KEMP, *Write what the film needs: an Interview with Elisabeth Lutyens*, 203.
 Colin YOUNG, *The Family*, 206.
 Gideon BACHMANN, *Jancsó Plain*, 217.
 Martin WALSH, *The Complex Seer: Brecht and the Film*, 222.
 Thomas R. ATKINS, *American Institutions: the films of Frederick Wiseman*, 232.
 Robert Phillip KOLKER, *Night to Day*, 236.
 David WILSON, Jerome KUEHL, *The Truth of Film History*, 240.

Vol. 44, nr. 1, winter 1974-75.

Tony RAYNS, *Forms of Address: interviews with three German film-makers*, 2.
 Herbert MARSHALL, *The Case of Sergo Paradjanov*, 8.
 Carlos CLARENS, *Chance Meetings: Le Fantôme de la Liberté*, 12.
 Tom MILNE, *Renoir's Little Theatre*, 14.
 Paul THOMAS, *The Sorcerer's Apprentice: Bazin and Truffaut on Renoir*, 16.
 Gideon BACHMANN, *Utopia Visited: Bertolucci's 1900*, 28.
 James MONACO, *Notes on 'The Big Sleep', thirty years after*, 34.
 Andrew MEYER, *Days of the Waivers*, 39.
 Manny FARBER, *Raoul Walsh: 'He used to be a big shot'*, 42.
 David WILSON, *News from Nowhere*, 45.
 Philip PURSER, *Approximately Themselves?*, 48.
 Robert C. ALLEN, *Traffic in Souls*, 50.

ADVERTEREN IN DIT NUMMER :

Standaardboekhandel	5
«Het Belang van Limburg»	7
Philips	9
Ampex	12
Acco	23
«Het Nieuwsblad»	32
Delgay	39
Inelco	41
Columbia	42

DELGAY

**audio-visueel didactisch materiaal
C.C.T.V.**

**koningsstraat 219, 1030 brussel
tel. 02. 219 14 59**

Berichten

Centrum voor communicatiewetenschappen

Benoemingen :

De heer K. HUYBRECHTS en de heren H. MEYSSEN en D. LAUWAERT, allen oud-studenten van het CeCoWe, werden benoemd respectievelijk tot tijdelijk assistent en tot assistent-plaatsvervanger aan de Faculteit der Sociale Wetenschappen bij het Departement Communicatiewetenschappen.

Persprijs Frans Theelen :

G. DE MEYER, assistent aan het CeCoWe, werd laureaat van de 14e Persprijs Frans Theelen, met zijn studie «Het advertentieblad in België. Een verkennend onderzoek». L. BRAEKEN en P. ICKX, beiden eveneens verbonden aan het CeCoWe, kregen respectievelijk een bijzondere vermelding en een herinneringsplakiet voor hun licentiaatsverhandeling.

Studiedagen :

Prof. L. BOONE, W. VAN DER BIESEN en L. BRAEKEN namen op 7 maart 1975 te Brussel deel aan een interuniversitaire studiedag over «Subsidies en Persvrijheid», ingericht door het Interuniversitair Centrum voor Staatsrecht. Zij verleenden eveneens hun medewerking aan de redactie van de te die gelegenheid uitgegeven documentatiemap.

Op 15 maart 1975 namen W. VAN DER BIESEN en L. BRAEKEN te Doornik deel aan een colloquium over «Les Monopoles dans le secteur des Mass-Media», ingericht door het Institut des Hautes Etudes des Communications Sociales.

Voordrachten :

Prof. G. FAUCONNIER gaf in het kader van een seminarie «Public Relations», georganiseerd door het Nationaal Comité voor Beroepsopleiding en Beroepsvervolmaking, op 8 en 19 maart 1975 te Brasschaat een reeks uiteenzettingen respectievelijk over Public Relations, leesbaarheidsonderzoek en geslaagde communicatie.

Audiovisuele Dienst :

Op 6 maart 1975 werd, tijdens een receptie in aanwezigheid van o.a. rector P. DE SOMER, de nieuwe produktiestudio van de Audiovisuele Dienst officieel in gebruik genomen.

Gasthoogleraar :

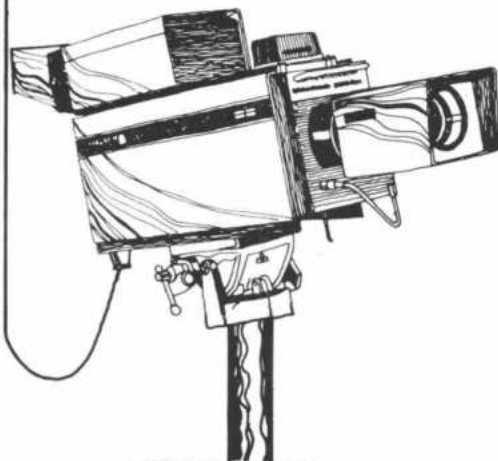
Tijdens het tweede semester doceert Prof. Dr. J. James BEST van de Kent State University een gastcollege onder de titel «The Mass Media and Public Opinion».

Nieuwe publikaties :

Amusement in de Massamedia. Informatieve en persuasieve functies, Referaten van het Vijfde Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap, Bibliotheek voor Communicatiewetenschappen, Leuven, 1975, 55 blz.

Guido FAUCONNIER, *De Verkiezingspropaganda na een «onverwachte» parlementsontbinding*, in «Res Publica», bundel XVI, nr. 3-4, 1974, blz. 451-462.

de video...
 een
 middel...
 een
 techniek



**PRODUCTIONS
 PUB.**

PRODUCTIE

**VIDEO
 COMMUNAUT**

A.V. MEDIA

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

Voor de video ten dienste te stellen in de meest gevarieerde didaktische toepassingen, heeft Inelco voor U de beste merken uitgekozen :

**I.V.C. - SHIBADEN - KALART -
 TELEMATION - VISCOUNT -
 GRASS VALLEY.**

Wij zijn gespecialiseerd in de studie, uitwerking en installatie van video studio's monochroom en kleur en het zou ons een genoegen zijn de uwe te mogen uit te werken en op te bouwen.

**INFORMATION
 DES
 CADRES**

**KADER
 INFORMATIE**

**ANIMATION
 CULTURELLE**

ANIMATIE

Inelco

advertising Columbia

het zakelijkste van de jongere, creatieve reclamebureau's



Proeven!

Ben van twee gingen in heel
veel en het laatste. Het is
een ontzetting die
A enkel geschiedde
Het tijd vrees werden omme

En dan die daar. Het is
het is van de daar
het is van de daar
het is van de daar
het is van de daar

GINDER-ALE
lekker bier

BREPOLS
BALLET VAN VLAANDEREN
CASINO VAN KNOCKE
CONSTRUCTAM
EBES
HAVILAND
INTEGREN
INTERCOMMUNALE DDS
INTERCOMMUNALE E3
INTERSOC
LCM
MARTINAS (GINDER ALE)



MENS + RUIMTE
MERCER SHARP & DOHME
MIN. VAN NED. KULTUUR
MIN. VAN LANDSVERDEDIGING
MONSANTO
MÖLLER
NAT. DIENST VOOR AFZET
V. LAND EN TUINBOUW
NAT. LOTERIJ
ROUSSILLON - REAL ESTATE
TUINBOUWVEILING LEUVEN
VYNCKIER CONTROLS

*Wat U hier ziet, is alleen de top van de ijsberg.
Voor een volledig overzicht van onze creatieve prestaties
en onze reclame-inzichten, belt U even persoonlijk
met de Heer H. Acosta, beheerder-direkteur of met
de Heer E. Van Zandweghe, creative director.*

advertising
Columbia

Ambiorixsquare 23, 1040 Brussel Telefoon : 02/733.98.75 (3 lijnen)

AGROTECHNIC
ALFA
APPLETISER
ASLK-CGER

**aanwerving van
beroeps-
vrijwilligers**

missingen - Bij het informatiebureau van de Dutch
Nieuwste Katernen of
vrijwilligers
Zuiderstraat 96 - 1000 Brussel
Tel. 02/513.17.22 (11 lijnen)



de beroeps
die hebben
'goed'

LENING 74

E3

De veilige weg, ook voor uw geld
Obligaties met 8,25% intrest.

Een veilige weg Een veilige belegging Een veilige werking