

COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

DE STANDAARD NA HET FAILLISSEMENT • MASSACULTUUR
RADIOTHEORIE VAN BRECHT • RECHT VAN ANTWOORD • LOKALE
RADIO IN ZWEDEN • VERFILMING VAN EEN ROMAN • EIND-
VERHANDELINGEN 1977-80 • KRONIEK VAN DE MEDIAWERELD
TIJDSCHRIFTEN • BOEKBESPREKINGEN

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

E. VAN EVENSTRAAT 2A

3000 LEUVEN

JAARGANG 11

NR. 4

WINTER 1981-1982

COMMUNICATIE

Driemaandelijks tijdschrift
voor massamedia
en cultuur.
Een uitgave van het
Centrum voor Communicatie-
wetenschappen,
E. Van Evenstraat 2 A
3000 Leuven.
Verschijnt 4 x per jaar.

11de jaargang nr. 4
WINTER 1981-82

Hoofdredacteur: W. Van der biesen
Redactiesecretariaat: A. Hendriks
Administratie: M. Mommens, M. De Troy
Lay-out: G. De Meyer

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

Abonnementen : De abonnementsprijs bedraagt 300 fr. voor een jaargang (4 nummers). De prijs voor losse nummers is 100 fr. Betaling kan geschieden op nr. 431-0370171-86 van de Kredietbank te Leuven, t.n.v. K.U.L., Centrum voor Communicatiewetenschappen, Leuven. Vanuit het buitenland gelieve men 300 BF te betalen via een internationaal postmandaat of eurocheque op naam K.U.L-Centrum voor Communicatiewetenschappen, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven. Abonnementen worden automatisch verlengd, tenzij men een maand vóór het einde van de jaargang opzegt.

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

Advertentietarief wordt op aanvraag toegezonden.

Getekende artikels verbinden alleen de schrijvers.

Inhoud Jg. 11, nr. 4

- 1 **De krantengroep De Standaard sinds het faillissement** - Bart Sturtewagen
- 5 **Communicatiewetenschap en de studie van massacultuur** - Gust De Meyer
- 13 **De utopische radiotheorie van Bertold Brecht** - Ludo Dosonge
- 17 **Het recht van antwoord** - Leo Neels
- 19 **Lokale radio in Zweden** - Herman Clerinx
- 22 **Lijst eindverhandelingen CeCoWe 1977-1980**
- 26 **Feiten en meningen** - Wim Schamp - Wim Van der biesen
- 30 **Roman en film. Adaptatieproblemen bij de verfilming van de roman van Heinrich Böll "Ansichten eines Clowns"** - Dirk Lens
- 32 **Uit de tijdschriften**
- 35 **Uit de literatuur**

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

de krantengroep de Standaard sinds het faillissement

bart sturtewagen

De VUM

In juni 1981 was het vijf jaar geleden dat de kranten van de toenmalige, gefailleerde Standaardgroep werden overgenomen door de VLAAMSE UITGEVERSMAGTSCHAPPIJ (VUM), een vennootschap waarvan het zwaartepunt hoofdzakelijk in Antwerpse zakenkringen te vinden is (1). In de achtergrond figureren de voornaamste Belgische banken en holdings.

Het is wat precair na een zo korte periode reeds de uiteindelijke betekenis van deze transactie te willen omschrijven, maar enkele krachtlijnen kan men toch reeds trekken.

Alleszins kan men stellen dat de VUM de verdienste heeft gehad de kranten te redden. De risico's die zij daartoe heeft genomen - de nieuwe eigenaars hadden immers geen van allen enige ervaring in de perssector - waren niet gering. Daar staat wel tegenover dat de sociale offers dat nog minder waren. In ruil voor de tewerkstelling in de krantenuitgeverij (de enige afdeling die de VUM eigenlijk interesseerde), werden 1200 werknemers uit de labeurafdeling (waar zet- en drukwerk voor derden werd geproduceerd) afgestoten.

De herinnering aan dit staaltje van mislukte arbeiderssolidariteit breekt thans nog regelmatig zuur op. Reorganisatie- en moderniseringsvoorstellen van de bedrijfsleiding worden door de werknemers steeds met uiterste reserve bejegend. Het gevolg van deze afslanking was wel dat het bedrijf, dat vooral door een roekeloos en autocratisch management tenonder was gegaan, een geheel nieuwe dynamiek kreeg en sterker dan voordien weer op de markt verscheen.

De vreemdheid van de VUM-mensen aan het krantenmilieu bracht immers mee dat zij meteen komaf maakten met de bijna nog ambachtelijke methoden en gebruiken die er schering en inslag waren. Er is nauwelijks een terrein te

noemen waarop men niet vernieuwend, zoniet baanbrekend is tewerkgegaan.

In de plaats van de onorthodoxe, centralistische structuur, waarvan alle touwtjes in handen van de heer DE SMAELE waren, kwam een klaar organigram met duidelijke horizontale kenmerken. Wel is het zo dat sommige erfenissen uit het verleden een compromis noodzakelijk maakten. Zo kan men het naast elkaar bestaan van twee hoofdredacteuren (BOSTOEN EN RUYS) zonder efficiënte bevoegdheidsverdeling niet erg gelukkig noemen. Positief is wel dat alle afdelingen (redactie, techniek, administratie, commerciële dienst) op directieniveau zijn gebracht en dus van elkaar onafhankelijk zijn.

Krantenfonds

Deze verbreding van de basis wordt ook doorgetrokken op beheersvlak, waar de redactie een voet in huis heeft via de NV Krantenfonds. Dit initiatief ontstond tijdens de faillissementsdagen, uit frustratie omdat men nergens van op de hoogte was en uit de vaste wil om zoiets niet meer te laten gebeuren. De handigste manier om controle uit te oefenen is natuurlijk een aandelenpakket verwerven en in de raad van beheer zitting nemen. Het nodige geld werd, naast bijdragen van redactieleden, vooral aangebracht uit kringen die belang hadden bij, of interesse voor het voortbestaan van De Standaard in zijn huidige vorm. Het kapitaal kwam dan ook voornamelijk uit ondernemerskringen, personen en instellingen uit de christelijke en flamingantische wereld. De leiding van de vennootschap berust echter in meerderheid bij de redactie. De NV heeft een beheerder in de VUM en ziet toe op de vrijwaring van de redactionele autonomie en de handhaving van de beginselen die zij als essentieel voor het Standaard-gedachtengoed beschouwt (de christelijke waarden, de rechtmatige belangen van het Vlaamse Volk, de vrije

markteconomie en de pluralistische, parlementaire democratie).

Hieruit moge blijken dat de vernieuwende tendens ook van binnenuit heeft gewerkt. Dit stijft dan weer de hypothese dat het wanbeheer van de vorige Standaardgroep in hoge mate verantwoordelijk was voor het afglijden van het imperium. De groeikracht was immers wel degelijk aanwezig.

Technologische revolutie

Het meest spectaculaire facet van de VUM-inbreng, zeker voor de honderden bezoekers die jaarlijks in de nieuwe vestiging in Groot-Bijgaarden worden rondgeleid, is haar vooruitstrevende investeringspolitiek. Niet alleen werd immers de zetel van het bedrijf van de Brusselse Jacquainlaan overgebracht naar de randstad, ook de zet- en drukinfrastructuur werd grondig vernieuwd. Men kan hiervoor verscheidene verklaringsfactoren inroepen.

Vooreerst is het zo dat de Vlaamse Uitgeversmaatschappij slechts een gedeelte van de activa van de failliete NV De Standaard uit handen van de curator kon of wilde overnemen.

Ten tweede was door de reeds lang aanslepende financiële problemen van de Standaardgroep, het aankopen van nieuwe apparatuur op de lange baan geschoven, zodat modernisering zich hoe dan ook opdrong. Verder was men er van overtuigd dat zonder rationalisering geen rendabiliteit kon worden verzekerd. Tenslotte, maar niet in het minst, lijkt ons de herkomst van de VUM-mensen van belang.

Men staat hier immers voor een typevoorbeeld van «job-killing» door de moderne technologie. Het automatiseren en computeriseren van de zetterij (en op termijn wellicht ook van de invorming) veroorzaakt fataal een verlies aan werkplaatsen.

Het speciale van de grafische sector is

nu dat de werkgevers er geconfronteerd worden met vakbondscentrales die traditioneel behoren tot de sterkste van de hele industrie. Het typografisch geschoolde personeel heeft immers al sedert de vorige eeuw een wat eigen statuut in de arbeiderswereld. Hun toen nog vitale plaats in het productieproces van massamediale boodschappen én het feit dat zij over specifieke vaardigheden dienden te beschikken, (men denke alleen nog maar aan lezen en schrijven), brachten mee dat zij in het steekspel tussen werkgevers en werknemers een beduidend sterkere positie verwierven dan vele organisaties in andere industrietakken.

Het is daarom niet vergezocht te beweren dat precies een bedrijfsleiding die van buitenaf in deze context terecht komt en er dus ook minder schrik van heeft, de bres kan slaan. Vandaar dat de Krantengroep De Standaard de afgelopen jaren betrokken was bij zowat alle conflicten inzake deze materie.

Hoewel werkzekerheid gegarandeerd werd voor het huidige personeelsbestand, staan beide partijen meestal erg wantrouwig tegenover elkaar en liggen de gevoeligheden erg hoog. Het voorbereidingssysteem dat de Krantengroep heeft aangeschaft (ATEX) is namelijk zo geavanceerd, dat het de VUM in een eenzame spitspositie plaatst. Wellicht zal de toekomst dan ook aantonen dat de VUM de weg heeft vrijgemaakt voor de modernisering van de hele Vlaamse en Belgische pers.

Eigenzinnig

Toch is het duidelijk dat de Vlaamse Uitgeversmaatschappij zich aan het oordeel van de andere leden van het selecte clubje van dagbladuitgevers weinig gelegen laat. Zonder op- of omzien neemt zij haar rol als marktleider en vaandeldrager van de Vlaamse pers op, met een overtuiging die voor bescheidenheid nauwelijks ruimte laat.

Zo trok de VUM zich begin 1980 terug uit de - nog door DE SMAELE opgerichte - publiciteitspool Groep 1 omdat zij van oordeel was dat deze niet slagvaardig genoeg meer was. Meteen werd gestart met een eigen structuur voor het werven van thema (= merk-)reclame, met een aanzienlijke omzetverhoging als gevolg.

Ook inzake de overheidssteun aan de pers, neemt de Vlaamse Uitgevers-

maatschappij een aparte positie in. Zoals men weet wordt bij het uitdelen van deze perssteun geen rekening gehouden met de noodlijdendheid van de kranten(groepen). De VUM vroeg in 1976 wel staatssteun aan, maar kwam niet in aanmerking, omdat de regering oordeelde dat de kranten door de overname eigenlijk een nieuwe entiteit vormden en als zodanig slechts zes maanden bestonden. Vanaf 1977 weigerde de VUM de aanvraag in te dienen. Men meende namelijk het geld niet nodig te hebben en vond het onoirbaar dat een redactie die misbruik van overheids gelden wil aanklagen, zelf met opgestoken hand zou aanschuiven in het rijtje.

De VUM wilde het geld zelfs niet gebruiken om de verliezen die door de werknemers geleden waren in de faillissementsperiode (achterstallige wedden, lonen, premies en sluitingsvergoedingen) bij te passen. Hierdoor ontstond de vreemde situatie dat de werknemers wel hun anciënniteit moesten inleveren toen ze bij de nieuwe eigenaars tekenden, maar anderzijds geen sluitingsgeld kregen. Tussen twee stoelen, dus. Een proces hieromtrent is nog altijd hangende.

Door haar gedecideerde weigering van de overheidshulp, zet de VUM ook de andere uitgevers, die niet zo scrupuleus zijn, voor schut.

Het zijn slechts een paar voorbeelden van de originaliteit, zoal niet eigenzinnigheid van de Vlaamse Uitgeversmaatschappij in het Belgische perskader. Dat zij zich door deze houding niet alleen vrienden maakt in het milieu, is dan ook evident. De VUM veroordeelt zichzelf meteen om de grootste en de sterkste te blijven. Het lijdt geen twijfel dat bij de geringste misstap het leedvermaak links en rechts bijzonder groot zal zijn.

Commercialisering

Maar er is meer. Op ons heeft, tijdens onze regelmatige contacten met de Vlaamse Uitgeversmaatschappij, vooral de 'glimlachende agressiviteit' van de commerciële afdeling 'new look' een grote indruk gemaakt. Immers, de kloof die gaapt tussen de vrijwel volslagen passiviteit die de Vlaamse pers tot zeer onlangs kenmerkte en de overdonderende, creatieve en steeds vernieuwende initiatieven die door de snel expanderende commerciële dienst van

de Krantengroep De Standaard aan de dag gelegd worden, is wel bijzonder groot. Inzake de rubriekadvertenties (classified ads) werd in twee jaar tijd een omzetverhoging geboekt met 100%. Een bijna onwaarschijnlijk resultaat. De methode, die onder andere bestaat uit het aanstellen van 'productmanagers' (die elk voor hun sector verantwoordelijk zijn), het rubriceren van de advertenties in speciale bijlagen ('Personeelsgids', 'Woongids', 'Auto-tips', 'Notariële Gids') gepaard aan een drukke promotie-activiteit, is blijkbaar zeer succesvol en lijkt dan ook school te maken.

De trend die daardoor in ons nationale persbestel in gang is gezet, lijkt ons een factor met grote invloed op het karakter van de geschreven pers en zelfs van de massamedia in het algemeen. De toenemende kapitaalsintensiviteit van de massacommunicatie zal immers een steeds sterkere commercialisering in de hand werken. De gevolgen hiervan op de toegankelijkheid, zijn nauwelijks te overzien.

Reeds nu kan men vaststellen dat de succesrijke, mercantiele activiteiten van de commerciële afdeling haar in toenemende mate gewicht geven in zaken die buiten het strikt commerciële liggen.

Met name de verhouding met de redactionele diensten wordt gekenmerkt door een permanente, zij het latente animositeit. Die komt bijvoorbeeld tot uiting in het kader van de creatie van zogenaamde 'speciale katerns'. Dit zijn thema-uitgaven (bijvoorbeeld: 'Trouwen is houxen', 'Foto en Film', 'Vakantie', 'Huis en tuin' enz...) waarbij voor de gelegenheid gemaakte, redactionele bijdragen het kader vormen voor de werfing van advertenties rond bepaalde onderwerpen.

Men hoeft geen specialist te zijn om de conflictstof te zien opdoemen. Hoewel beide afdelingen op het formele vlak strikt gescheiden zijn, kan niemand ontkennen dat er aan de basis van de wederzijdse informele relaties een fundamenteel meningsverschil ligt omtrent de vraag: 'Wie is er koning? De klant of de krant? Intern twijfelt niemand eraan dat de krant een commercieel produkt is en dus moet verkocht worden om leefbaar te zijn. Maar toch stellen sommigen zich de vraag in hoeverre zij daartoe moet tegemoetkomen aan de wensen en gevoeligheden van de klant, hij weze adverteerder of lezer.

Ook naar de lezer toe kan men immers promotionele initiatieven nemen. In zoverre men hiervoor technieken gebruikt die ook voor andere produkten aangewend worden (affichage, in-paper publicity, wedstrijden, folders,...) is er weinig aan de hand, al is het in de Vlaamse perswereld wel een nieuw geluid. Wanneer men echter door enquêtes bij de lezers de behoeften van doelgroepen begint te peilen, ontstaat een nieuwe dimensie. De redactionele verantwoordelijken voor het prestigeblad De Standaard lijken voornamelijk weinig geneigd deze stap te zetten, maar dat tussen de commerciële afdeling en de Nieuwsbladredactie vleugel een soepele samenwerking bestaat, is onloochenbaar.

Redactioneel beleid

Als men als deze nieuwe evoluties overzouwt, rijst als vanzelf de vraag die de lezers van deze bijdrage vanuit een communicatiesociologische of -politieke achtergrond zich zullen stellen: namelijk in hoeverre de overname van de Krantengroep door de NV Vlaamse Uitgeversmaatschappij een invloed heeft gehad op de ideologische beleidslijn van de redactie.

Deze vraag is vanzelfsprekend niet in een handomdraai te beantwoorden. Voorlopig lijkt de tijd ons niet rijp om door een statistisch, inhoudsanalytisch onderzoek uitsluitsel in deze te kunnen brengen. Wij menen inderdaad dat de wijzigingen die men kan onderkennen, met name deze die het gevolg zijn van het produktbeleid dat met behulp van lezersenquêtes werd ontwikkeld, nog in evolutie zijn.

Daarom hebben wij een meer kwalitatieve aanpak verkozen.

Door onze gesprekken met redacteuren en andere insiders en door persoonlijke observatie, hebben wij gepoogd enig inzicht te krijgen in de aard van de relaties van de redactie met de buitenwereld. Dit leverde een aantal gegevens op die het - welhaast mythische - beeld van de onafhankelijke en onbeïnvloedbare redactie enigszins nuanceren. Ons uitgangspunt daarbij was, dat het met de redactionele autonomie een beetje is als met een ei. Men kan er een omelet van maken, maar het omgekeerde is beduidend moeilijker.

Daarom ook, zo menen wij, stijgt het anecdotische boven zichzelf uit en ver-

wijst het, veel meer dan afgevlakte gemeenschappen, naar de kern van de zaak. En die is dat het redactionele statuut weliswaar waarborgen biedt, maar dat het op zijn minst naïef zou zijn te menen, dat mensen hierdoor onbeïnvloedbaar zouden worden. 'Behoedzaamheid' inzake delicate onderwerpen' en vormen van zelfcensuur zijn in ons persbestel zelf ingebakken en kunnen door geen enkel papieren statuut ongedaan worden gemaakt.

Concluderend in verband met het redactionele beleid van de Krantengroep De Standaard sinds het faillissement, zouden wij willen stellen dat, voor zover thans te overzien is, de bedoeling van de VUM bij de overname, namelijk de instandhouding van een prestigieus en invloedrijk medium, mét zijn bestaande strekking -waarmee men het eens kan zijn of niet, maar dat is een andere kwestie - grosso modo werd bereikt. Wie de beginselen waarop de redactie haar beleid stoelt (zie hoger), bekijkt, kan amper iets anders verwachten.

Loyauteit

Tot slot willen wij nog op een verandering wijzen die, zeker voor de personeelsleden van de VUM die het vroegere regime gekend hebben, de vernieuwde trend markeert.

Wij bedoelen het volgende: een bedrijf waar 600 mensen werken, is een vat vol tegenstellingen. Dit geldt evenzeer en misschien zelfs in versterkte mate voor een krantenbedrijf. Overal evolueren spanningsvelden naast en door elkaar. Wij hebben er doorheen het voorgaande verscheidene aangeduid: spanningen tussen directie en werknemers, tussen redactie en commerciële afdeling, tussen de verschillende redactiediensten onderling, tussen de krant als geheel en de buitenwereld. Maar men kan bijvoorbeeld ook denken aan de wrevel die ontstaat tussen zetterij en redactie als door manke organisatie het verschijnen van de krant in gevaar wordt gebracht en men elkaar de bal (en de verantwoordelijkheid) toespeelt. En verder alle kleine en grote vetes die in elk bedrijf het dagelijkse leven doorkruisen en hun invloed hebben op het gebeuren.

Als men dit alles bedenkt, vraagt men zich als vanzelf af hoe het te verklaren valt dat, niettegenstaande al deze spanningen, de structuur niet alleen blijft bestaan, maar uiterst gesmeerd blijkt te lopen, winstgevend is en toonaange-

vend in de Vlaamse en Belgische perswereld.

Er zijn wellicht vele factoren aan te wijzen die een rol hebben gespeeld: Het rationele management, de voordelige overname-voorwaarden, de sterke positie op de advertentiemarkt, het gebrek aan concurrentie op de lezersmarkt, dit alles heeft zeker zijn belang.

Belangrijker lijkt ons nochtans de loyauteit die binnen het bedrijf heerst en die de tegenstellingen en spanningen overstijgt.

Eén van de voornaamste zaken die de Vlaamse Uitgeversmaatschappij de Krantengroep De Standaard heeft bijgebracht, is het overleg en het initiatief. Dit was precies wat ontbrak onder de vroegere leiding. Toen wist niemand wat er beslist werd, omdat niemand ergens bij betrokken was. Als zelfs de redacteuren van het best geïnformeerde blad van Vlaanderen niet op de hoogte zijn van het reilen en zeilen en de naderende moeilijkheden van hun eigen krant, dan klopt er toch iets niet.

Creativiteit en initiatief worden thans niet alleen getolereerd, maar gestimuleerd en in de hand gewerkt. Overleg wordt tot principe verheven. Het aantal werk-, discussie- en projectgroepen dat in die eerste vijf jaren het licht zag, is bijna niet te tellen. Weliswaar loopt dit overleg niet steeds op wietjes en komen botsingen eerder regelmatig dan sporadisch voor, maar de conflicten ontstaan meestal tijdens de gesprekken, hetgeen toch minstens betekent dat er gepraat wordt. De belangen zijn echter vaak tegengesteld. Ons schijnt het alles samen toch toe dat vrijwel iedereen het eens is over het einddoel: De Krantengroep De Standaard moet een leefbaar, winstgevend bedrijf zijn en blijven. Pas binnen dit kader wordt gediscussieerd. De angst voor een nieuw débâcle zit er diep in.

Om de waarde en de betekenis van deze, vaak informele, overlegstructuren te kunnen inschatten, is het wellicht noodzakelijk vergelijkingen te maken met de andere Vlaamse kranten. Hoewel hier een onderzoeksterrein braak ligt, wil het ons voorkomen dat men daar niet overal even ver staat.

(1) Zie i.v.m. het Standaardfaillissement: TESSENS, L. *Het faillissement van de Standaardgroep. Materiaalverzameling en explorerend onderzoek*, Leuven, 1978 (niet gepubliceerde licentiaatsverhandeling). Samenvatting in: *Communicatie* (3), herfst 1979, p. 29-31.

*Bij het
Gemeentekrediet
vindt U een volledige
bankservice.*

*Vraag hierover meer
inlichtingen bij
één van de 1400 agenten
van het Gemeentekrediet.*

*Zijn adres staat vermeld
in de Gouden Gids,
rubriek "Banken".*



**sparen bij het
GEMEENTEKREDIET
zeker en vast!**

Hieronder volgt een eerste deel van een artikel waarin gepoogd wordt de studie van massacultuur te situeren binnen het domein van de communicatiewetenschap. Er worden vragen in gesteld naar de traditionele benadering. Het tweede deel is een pleidooi voor een vernieuwde aanpak en verschijnt in volgend nummer.

communicatiewetenschap en de studie van massacultuur (1)

gust de meyer

«These educated enthusiasts for popular culture write little, they are satisfied to enjoy it» (1).

De traditionele benadering van massacultuur (2)

De systematische studie van massacultuur is een nog grotendeels braakliggend domein en in elk geval van recente oorsprong. Het minste wat kan gezegd worden over de traditionele doorsneemswetenschapper is dat hij van een gebrek aan belangstelling blijkt geeft voor de frivole en triviale dingen des levens.

Als de cultuur van de massa dan al ter sprake komt kan dezelfde menswetenschapper het moeilijk laten een grondige afrekening te maken. In het gunstigste geval slaagt hij erin zijn misprijzen te camoufleren achter een zogenaamde objectieve analyse. In dat opzicht zitten de twee grote anti-massacultuurscholen, te weten de elitair-conservatieve en de (neo-) marxistische, merkwaardig genoeg, in dezelfde boot.

1. Massacultuur en verwante termen

Het gebrek aan belangstelling én het misprijzen voor massacultuur worden weerspiegeld in het gebruik van de term in de traditionele sociologische en communicatieliteratuur.

1.1. Het gebrek aan belangstelling voor massacultuur blijkt uit het feit dat de term op zichzelf omzeggens geen bestaansrecht wordt gegund maar meestal wordt gebruikt in een afgeleide betekenis, in het verlengde van andere, meer erkende termen (3); massacultuur is dan:

- ofwel een uitvloeisel, een gevolg van de massamaatschappij, die geïurbaniseerde, geïndustrialiseerde, vertechnologiseerde, geatomiseerde maatschappij (geplaatst tegenover de agrarische, voor-industriële, niet vervreemde, organisch-universele gemeenschap),

- ofwel het produkt van de massamedia, die instituten die het nauwelijks bestaande onderscheid tussen communicator en ontvanger van een boodschap, en de directe, spontane en allesomvattende, persoonlijke tweewegs-communicatie verdrongen hebben voor een indirecte, kunstmatige en grotendeels op ontspanning afgestemde, hiërarchische eenwegcommunicatie,

- ofwel het produkt van beide, van massamaatschappij én massamedia (4).

1.2. Wanneer in deze afgeleide betekenissen van de term massacultuur het *misprijzen* ervoor al niet doorklinkt dan zit het zeker gebakken in de traditionele pogingen om massacultuur af te bakken ten opzichte van de hoge, ernstige of echte cultuur (in formuleringen als *lowbrow* ten opzichte van *highbrow*) enerzijds, en ten opzichte van de volkscultuur anderzijds.

1.2.1. *Cultuur* - bijvoeglijke naamwoorden als hoog of ernstig worden inderdaad veelal verondersteld en soms gecompenseerd door de schriftuur als *Cultuur*, met hoofdletter-cultuur dus wordt nog vaak beschouwd als gecreëerd in het boven de aardse dingen hoog verheven bolwerk van de kunst door een begenadigd kunstenaar op zoek naar de ultieme schoonheid of naar de bron van wat mooi, goed,

rechtvaardig... is. Zelfs wanneer dat niet op het programma staat, zelfs wanneer de (avant-gardistische) kunst zo ver gaat de (traditionele) kunst in vraag te stellen, dan nog worden in haar produkten tenslotte gelijkaardige betekenissen gelegd. Cultuur in de zin van kunst heet dan autonoom te zijn; tussen de cultuur en het alledaagse leven gaapt in elk geval een onoverbrugbare kloof. Kunst kan, bij hoge uitzondering, wel eens populair zijn (populair dan in de zin van door een grote groep gekend en geliefd) maar is zeker nooit massaal (in de zin van industrieel geproduceerd en door weerloze massamensen geconsumeerd).

In dit verband kan terzijde genoteerd worden dat een strikte etymologische analyse van de term massacultuur nochtans een optimistische interpretatie levert die evenwel niet de gebruikelijke blijkt te zijn: het latijnse massa betekent deeg of klomp en is zelf afgeleid van het Griekse maza (brooddeeg); massein (knedden) kan betekenen: het door gist rijzende deeg, of ook nog: metaal dat door toevoeging van bepaalde stoffen zijn volume vergroot; cultuur is afgeleid van het Franse culture waarin de betekenis beschouwing van de grond en vandaar «beschaving» uit het Latijnse cultura is overgenomen (5). 'Beschaving voor een in volume toenemende populatie' zou dus een te strikte en voor het normale spraakgebruik ook verkeerde etymologische interpretatie zijn van de term massacultuur.

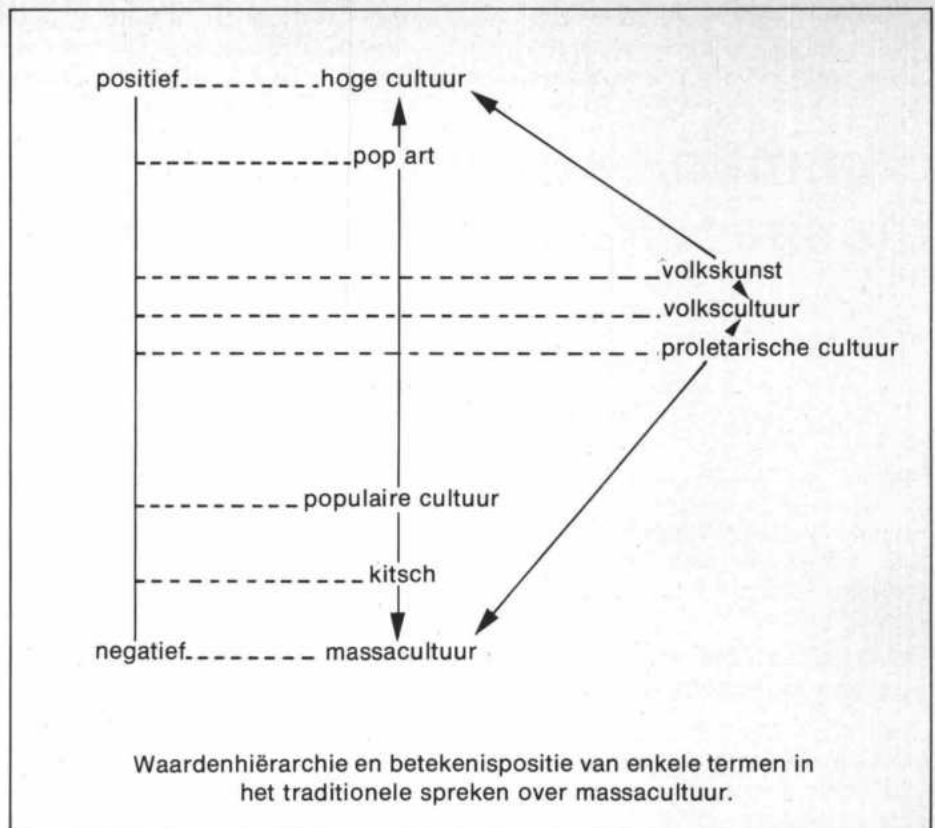
1.2.2. *Volkscultuur* nu, die in oppositie tot de hoge cultuur meestal geschat wordt als pretentieloos vermaak zonder esthetische aspiratie van het gewone volk, dicht bij het alledaagse leven dus,

wordt, geplaatst tegenover massacultuur, vaak nog vereenzelvigd met volkse gebruiken. Bedoeld worden dan meestal niet de bezigheden van het huidige gewone volk dan wel de restanten van eeuwenoude rituelen of al dan niet uit de vergeethoek gehaalde en opgepoetste gebruiken die in elk geval de connotaties voor-industrieel, spontaan, in gemeenschap gecreëerd en beleefd... meedragen (in tegenstelling tot de moderne populaire cultuur die voor industrieel geproduceerd doorgaat en derhalve voor artificieel, die door op winst beluste cultuurschenders geproduceerd en door geïsoleerde, vervreemde individuen geconsumeerd wordt).

Enkel in de zin van de traditionele kunstambachten wordt volkscultuur ook wel volkskunst genoemd. Bedoeld zijn dan activiteiten van en produkten gemaakt door het gewone volk als laagste bevolkingsgroep, wier esthetische relevantie evenwel zelden aan de orde is.

Wanneer voorvechters van een nieuwe orde de term volkscultuur (geplaatst tegenover de bourgeois-cultuur) in de mond nemen (6) dan doelen ze, vaak niet zonder nostalgische referenties naar de in hun ogen althans pure traditionele volkscultuur, ofwel op de cultuur die de grote revolutie mede mogelijk zal maken (7) of ze zal begeleiden ofwel - wanneer het enige heil van een economisch en niet van een culturele revolutie wordt verwacht - op de cultuur die zich na de grote dag bijna vanzelf zal installeren.

1.2.3. Volks kan dus synoniem zijn van *populair*, populair dan in de zin van thuishorende bij een lage bevolkingsgroep. Maar niet alles wat populair is is ook volks; populair kan, met andere woorden, ook betekenen: geliefd door, bekend bij het publiek in het algemeen (8). In deze betekenis staat de term populaire cultuur in de waardenhiërarchie slechts net boven massacultuur, is hij alleen iets minder pejoratief geladen. Soms wordt populaire cultuur bekeken als het (statisch) eindresultaat van een (dynamisch) populariseringsproces. Toegepast op de hoge cultuur heeft popularisering vaak eerder een negatieve dan een positieve connotatie; de eindprodukten van zo'n popularisering worden dan vaak als kitsch bestempeld. Pop art situeert zich dan weer in de buurt van de cultuurpool: het is de verheffing van kitsch tot kunst (9).



2. (Kritiek op) de massacultuur-kritiek (11)

Het in een communicatieschema gegoeten overzicht van de voornaamste punten van kritiek waarmee men massacultuur gewend is te lijf te gaan is tegelijk een aanzet tot een kritiek op deze massacultuur-kritiek. Vaak zal deze kritiek niet meer zijn dan een vraagstelling waarop het antwoord voorlopig met weinig harde argumenten kan gestaafd worden. Als er één uitgangspunt bij deze kritiek op de massacultuur-kritiek dient geëxpliciteerd te worden dan is dat de vraag naar de relevantie van het onderscheid tussen massacultuur en hoge cultuur, hoge cultuur dan zoals die verdedigd wordt door conservatief-elitair of (neo-)marxistisch geïnspireerde critici. De vraag naar de relevantie van het onderscheid tussen vernieuwingsgezinde avant-gardistisch-elitaire cultuur en bepaalde vormen van populaire cultuur is hier slechts op het achterplan aan de orde gesteld maar zou het voorwerp kunnen uitmaken van een minstens even interessante analyse.

2.1. Beknopte historiek

De kritiek op de massacultuur is niet nieuw (12).

Ze is gehoord sinds de opkomst van de verstedelijkte en industriële maar zich tegelijk ook democratiserende en alfabetiserende maatschappij. Ze bestaat, meer bepaald, sinds het dagelijks leven opgedeeld is in perioden van arbeid en vrije tijd.

In de achttiende eeuw vaak geuit op de opkomende populaire literatuur, voorloper van de huidige massamedia, is de kritiek vandaag de dag uitgebreid tot andere levenssferen.

Sinds de negentiende eeuw heeft ze betrekking op amusement in het algemeen, eerst op de zogenaamde excessen van alcoholgebruik en sex, later op de passiviteit van spektakelsport en film- of TV-kijken. In de negentiende en het begin van de twintigste eeuw, meer bepaald, worden kruistochten georganiseerd tegen de nadelige effecten van music hall, kroeg en bordeel. Van 1920 tot 1950 verschuift het accent naar film, stripverhaal, radio en de sport. In de expansieperiode van de jaren vijftig kent

de kritiek een uitbreiding tot massaconsumptie in het algemeen om zich in de jaren zestig terug te concentreren op het nieuwe massamedium televisie en al de negatieve effecten die op haar rekening worden geschreven.

Een deel van de cultuurcritici hebben omstreeks hetzelfde tijdstip hun aandacht verlegd naar de nieuwe vijand, namelijk de jeugdcultuur, waarvoor ze de populaire cultuur-kritiek ombuigen tot een tegencultuur-kritiek, die naast hedonisme en mysticisme nu eens nihilisme dan weer links-politiek extremisme wordt aangewreven; maar de aanhechtingspunten van kritiek zijn constanten: «sex, drugs and rock 'n' roll». De conservatieve kritiek op de tegencultuur, vaak culminerend in de waarschuwing dat ze een openlijke dan wel verkapte aansporing tot communisme inhoudt, mag voor een stuk gezien worden als een akte van zelfverdediging; immers (neo-)marxistische denkbeelden uit wat men de Frankfurterschool pleegt te noemen, welke gedeeltelijk ook in de tegencultuur gehoor vinden, gaan zover de hoge cultuur in vraag te stellen door ze af te schilderen als een produkt van de heersende klasse in een onrechtvaardige maatschappij. Maar ook de bestaande populaire cultuur moet het in de ogen van nieuw-links ontgelden: zij is immers alleen maar bedoeld om de massa te narcotiseren of ze er van af te houden haar lot in eigen handen te nemen. De term massacultuur wordt daar meestal in één adem genoemd met de term cultuurlandbouw: «Die Ersatzbefriedigung, die Kulturindustrie den Menschen bereitet, indem sie das Wohlgefühl erweckt, die Welt sei in eben der Ordnung, die sie ihnen suggerieren will, betrügt sie um das Glück, das sie ihnen vorschwindelt. Der Gesamteffekt der Kulturindustrie ist der einer Anti-Aufklärung; in ihr wird, wie Horkheimer und ich es nannten, Aufklärung, nämlich die fortschreitende technische Naturbeherrschung, zum Massenbetrug, zum Mittel der Fesselung des Bewusstseins. Sie verhindert die Bildung autonomer, selbständiger, bewusst urteilender und sich entscheidender Individuen. Die aber wären die Voraussetzung einer demokratischen Gesellschaft, die nur in Mündigen sich erhalten und entfalten kann.» (13); «Was heute volkstümliche Unterhaltung heisst, verdankt sich in Wirklichkeit einen von der Kulturindustrie künstlich erzeugten, manipulierten und infolgedessen depravierten Bedürfnis.» (14)

Alhoewel na de term cultuurindustrie het gebruik van de term bewustzijnsindustrie een nog meer catastrofale impakt van de massaconsumptie laat vermoeden, brengt zijn introducent een belangrijke correctie aan in het rechtlijnig 'massacultuur is bedrog'-denken: «Die Anziehungskraft des Massenkonsums beruht aber nicht auf dem Oktroi falscher, sondern auf der Verfälschung und Ausbeutung ganz realer und legitimer Bedürfnisse... Das gilt auch im Hinblick auf die Bewusstseinsindustrie. Die elektronischen Medien verdanken ihre Unwiderstehlichkeit nicht irgendeinem abgefeimtem Trick, sondern der elementären Kraft tiefer gesellschaftlicher Bedürfnisse, die selbst in der heutigen depravierten Verfassung dieser Medien durchschlagen.» (15)

Maar hiermee zijn de grenzen bereikt van tolerantie ten opzichte van massacultuur.

De tegencultuur vindt bij nieuw-links evenmin genade: ze wordt immers hooguit repressief getolereerd door de gevestigde cultuurdragers en in elk geval gerecupereerd in de commerciële populaire cultuur.

Zo is de kring gesloten en ligt de weg voor een hernieuwde aanval op de massacultuur in het algemeen in de jaren zeventig open.

Indien men voorlopig één constante in de kritiek op de massacultuur mag aanwijzen dan is dat ongetwijfeld haar regressief-pessimistische houding ten opzichte van het historisch proces, waarin een steeds voortdurende aftakeling van de kwaliteit van het leven wordt gepostuleerd sinds de overgang van de, overigens overgeïdealiseerde, agrarische samenleving naar de stedelijk-industriële en door massamedia bevoorradete maatschappij. Enkel het nostalgisch referentiepunt voor de projectie van een wazig toekomstbeeld (de aristocratische cultuur dan wel de voor-industriële volkscultuur) verschildt naar gelang de politieke positie die de massacultuur-criticus inneemt, respectievelijk een elitair dan wel een meer sociaal gerichte.

2.2. De thematiek

Ondanks een totaal verschillend uitgangspunt en ondanks op het eerste gezicht zeer verschillende theorieën over massacultuur, zijn de klachten van (neo)marxistische en conservatief-

elitaire critici op vele punten gelijkwaardig (16).

Verschilpunten zijn bijvoorbeeld aan te wijzen in de verklaring van het ontstaan van populaire cultuur: de conservatieve kritiek legt die verklaring gemakkelijk bij de inadeguaatheid van het publiek om de hoge cultuur te smaken, de marxistische in het kapitalistisch marktmechanisme. De conservatieve kritiek is ingegeven door vrees voor de opkomende macht van de massa (17) zoals die weerspiegeld wordt in haar cultuur, de marxistische door de ontgoocheling over het feit dat de massa, ondanks haar bevrijding uit het proletariaat, blijkbaar toch niet naar de hoge cultuur overstapt. Desondanks resulteren beide visies meestal in een denigerende houding ten overstaan van de grote massa en haar cultuur.

Behoudens enkele fatalistische stemmen zijn beide scholen het ook doorgaans eens over de remedies tegen de massacultuur. Afgezien van de extreem-elitaire 'hoe dommer-hoe beter'-theorie wordt alle heil verwacht van educatie, in het ene geval om de massa binnen het eigen systeem te integreren, in het andere geval om haar, in een vlaag van naastenliefde, ook een glimp te laten zien van wat voorheen voor de elite was weggelegd. In hun wereldverbeteraarsmentaliteit zijn beide scholen vaak doordrongen van humanistische idealen als persoonlijke autonomie, individuele creativiteit en verwerping van door de groep gedicteerde normen.

Maar meer nog dan in hun suggesties voor remedies tegen het kwaad dat massacultuur verondersteld wordt aan te richten zijn de critici het eens over een aantal klachten.

De gemeenschappelijke thema's waarin de massacultuur-kritiek zich geregeld vastbijt kunnen, ingeschoven in een elementair communicatieschema, voorlopig kort als volgt geformuleerd worden:

- op het punt van de zender: massacultuur wordt massaal geproduceerd terwille van het profijt van de industrie die haar op de markt brengt
- op het punt van de boodschap: massacultuur is gestandaardiseerde industrie die haar op de markt brengt;
- op het punt van de ontvanger: massacultuur verstrekt een voldoening van verdacht allooi en is in elk geval schadelijk voor de consument;

- op het punt van de effecten op de maatschappij: massacultuur creëert een passief en gemakkelijk te manipuleren publiek.

In volgende omschrijving zitten zowat alle thema's verweven: «Mass Culture is imposed from above. It is fabricated by technicians hired by businessmen; its audiences are passive consumers, their participation limited to the choice between buying and not buying. The Lords of kitsch, in short, exploit the cultural needs of the masses in order to make a profit and/or to maintain their class rule - in Communist countries, only the second purpose obtains.» (18)

De impliciete vergelijking met de hoge cultuur en de traditionele volkscultuur wordt in een andere omschrijving expliciet gemaakt:

«The decline of the individual in the mechanized working processes of modern civilization brings about the emergence of mass culture, which replaces folk art or «high» art. A product of popular culture has non of the features of genuine art, but in all its media popular culture proves to have its own genuine characteristics: standardization, stereotype, conservatism, mendacity, manipulated consumer goods.

In vergelijking met massacultuur wordt de hoge cultuur verondersteld niet commercieel te zijn of tenminste niet geëxploiteerd te worden omwille van het geld, gecreëerd te zijn door begenadigde kunstenaars, en geapprecieerd te worden door een actief, klein publiek van bevoorrechten dat door het kunstgenot innerlijk en maatschappelijk verrijkt wordt; de creaties van de ernstige cultuur dingen om de originaliteit, zijn zeer heterogeen en in geen geval aan de lopende band gemaakt en dus niet gestandaardiseerd, integendeel: een kunstwerk hoort de weerslag te zijn van een zich steeds vernieuwend scheppen.

2.2.1. De communicator

Wat de vergelijking tussen ernstige en massacultuur op het vlak van de produktie (bij de zender) betreft: het staat inderdaad buiten kijf dat massacultuur door winstzoekende bedrijven op de markt wordt gebracht. Maar geschiedt dat niet eveneens in de hoge cultuursector met reproduceerbare werken? Gehoorzaamt de uitgave van boeken met de wereldliteratuur en grammofoonplaten met klassieke muziek,

bijvoorbeeld, in principe niet aan dezelfde economische wetten waaraan de uitgave van strips of popmuziek gehoorzaamt? Zijn die niet in even grote mate onderworpen aan de wetten van de markt? Ook de hoge cultuur heeft zijn 'bestsellers' waarvan de opbrengst in minder in de markt liggende produkten kan geïnvesteerd worden; omgekeerd: lang niet alle populaire cultuurprodukten zijn 'hits': de populaire muziekproduktie, bijvoorbeeld, is voor een groot stuk een 'hit or miss' aangelegenheid en dus zeer verkwistend.

De vaak gehoorde kritiek dat de smaak van het publiek manipuleerbaar is dient in dit licht dus minstens stevig genuanceerd.

Baadt de verhandeling van niet reproduceerbare en al of niet gesubsidieerde kunstwerken (op kunstveilingen bijvoorbeeld) vaak niet nog uitdrukkelijker dan massacultuur in een commerciële sfeer? (19)

Heeft het sterrendom - om het zwaartepunt even van de marketingsector naar de creatieve sector te verleggen - in de klassieke cultuur niet dezelfde afmetingen aangenomen als in de massacultuur? Zouden competitiezucht en successtreven in de hoge cultuursfeer niet in even grote mate aanwezig zijn als in de populaire cultuur-sector, al was het alleen al maar omdat de markt van de eerste kleiner is?

Nog even terugkomend op het veelal reproduceerbaar karakter van massacultuur mag nog eens uitdrukkelijk gesteld worden dat dit media-immanent kenmerk ook geldt voor de van massamedia gebruik makende hoge cultuur en dat, aan de andere kant, in de massacultuur ook eenmalige creaties worden aangetroffen (rock-concerten bijvoorbeeld) die nochtans vaak worden voorgesteld als het monopolie van de hoge cultuur.

Wanneer kunstliefhebbers een eenmalige creatie op een niet voor reproductie vatbare materiële drager (een schilderij, bijvoorbeeld) willen bezitten, zijn ze genoodzaakt zich reproducties aan te schaffen van niet voor reproductie bedoelde werken, wat doorgaans als minderwaardig wordt beoordeeld. Vele massacultuur-produkten bestaan niet anders dan in hun reproduceerbaarheid en zijn in dit opzicht dus authentieker dan een copie van iets dat niet voor veelvoudiging bestemd is.

Het reproduceerbaar karakter van wat traditioneel massacultuur wordt ge-

noemd veronderstelt, als vanzelfsprekend, dat de creatie geschiedt in de vorm van een hoog technologisch productieproces naar het industrieel model van niet culturele, economische goederen, met, bijvoorbeeld, ook nog een hoge arbeidsdeling, een vanzelfsprekendheid die door de kritiek niet altijd wordt toegejuicht: «Such art workers are as alienated from their brainwork as the industrial worker is from his hand-work. The results are as bad qualitatively as they are impressive quantitatively... and so art - as against kitsch - will result only when a single brain and sensibility is in full command». (20) De vergelijking van massacultuur met gebruiksgoederen wordt door de kritiek vaak doorgetrokken tot op het vlak van de verkoop: pockets of tandpasta verkopen is net hetzelfde, heet het dan. De minachting voor het creatief aspect van de verkoop van gebruiksgoederen terzijde gelaten is het minste dat in dit verband kan gezegd worden dat promotie- en reclamedenken reeds lang in de klassieke cultuursector is doorgedrongen.

Wat de plaats van de maker van massacultuur, nog steeds aan de kant van het productieproces, betreft is de kritiek geneigd zijn rol te minimaliseren, hem ondergeschikt te maken aan het productie-apparaat en, vervolgens, hem voor te stellen als een slaafs inspeler op de wensen van het publiek. De echte kunstenaar daarentegen wordt traditioneel voorgesteld als de persoon die op de eerste plaats voor zichzelf creëert, los van de controle van zowel de executives in de media-industrie als van het publiek.

In een historische dimensie geformuleerd wordt het statusverlies van de moderne schepper dan als volgt uitgedrukt: «In aristocracies, readers are fastidious and far less difficult to please. The consequence is that among aristocratic nations no one can hope to succeed without great exertion, and this exertion may earn great fame, but can never procure much money; while among democratic nations a writer may flatter himself that he will obtain at a cheap rate a moderate reputation and a large fortune. For this purpose he need not be admired, it is enough that he is liked.» (21).

De aldus geschetste verhouding tussen vakmanschap, faam en geldelijk gewin is voor wat de moderne massacultuurmaker betreft zeker aan herziening toe;

vakmanschap is er in elk geval een hoog gewaardeerde eigenschap, al moet toegegeven dat het vaak minder door schooling dan door vallen en opstaan wordt verkregen. En wat de ernstige kunstenaar betreft: de romantische voorstelling van hem als een in alle eenzaamheid werkend genie is voor een groot deel ongetwijfeld een mythe. Kunstenaars zijn op de eerste plaats vakmensen die bovendien niet in een vacuüm creëren maar zich mogelijk een beeld pogen te vormen van hun publiek, kunnen inspelen op de verwachtingen van het publiek en eventueel een compromis sluiten tussen hun eigen waarden en die van een potentieel gehoor. Omgekeerd is het duidelijk dat in de massacultuur zeer eigenzinnige creatoren opstaan die, zeker in het begin van hun carrière, de standaarden van zowel de industrie, die hun producten op de markt moet brengen, als die van het gevestigd publiek negeren. Van het werken in teamverband maakt de populaire cultuurmaker in elk geval geen probleem.

2.2.2. De boodschap

Standaardisering geldt als het meest genoemde kenmerk van de massacultuur-boodschappen. Maar zou het niet kunnen dat ook als ernstig beschouwde kunstenaars ontlenuen aan anderen, met andere woorden, niet altijd even origineel zijn, en vervolgens, dat zij, vaak in een concept, in een bepaalde stijl blijven steken, dat hun werken, met andere woorden, niet gespaard blijven van een zekere vorm van standaardisering?

Populaire cultuur-producten zouden - zo luidt de argumentatie - noodzakelijk clichématig, stereotiep, gehomogeniseerd zijn omdat zij een zo breed mogelijk publiek dienen aan te spreken: «Like nineteenth-century capitalism, Mass Culture is a dynamic, revolutionary force, breaking down the old barriers of class, tradition, taste, and dissolving all cultural distinctions. It mixes and scrambles everything together, producing what might be called homogenised culture, after another American achievement, the homogenisation process that distributes the globules of cream evenly throughout the milk instead of allowing them to float separately on top. It thus destroys all values, since value judgments imply discrimination. Mass Culture is very, very democratic: it absolutely refuses to discriminate against, or between, anything or any-

body. All is grist to its mill, and all comes out finely ground indeed (22).

Het 'massacultuur is gehomogeniseerde kitsch'-argument dient genuanceerd: men mag niet alleen stellen dat het publiek van de massamedia heterogener is dan men doorgaans geneigd is te denken (cfr. infra) maar ook dat de massacultuur-boodschappen die via die media verspreid worden ten minste tot op een bepaalde hoogte origineel en dus onvoorspelbaar zijn; indien ze dat niet waren zouden ze niet in staat zijn de aandacht van het publiek gaande te houden. Elk massacultuurmedium laat bij nader toezien een grote mate van diversiteit aflezen niet enkel naar genres maar ook binnen de genres, een heterogeniteit van thematiek en vormgeving die niet moet onderdoen voor deze die verondersteld wordt in de ernstige cultuur aanwezig te zijn; docu-drama's zijn even verschillend van komische TV-feuilletons als het klassieke drama van de klassieke comedie bijvoorbeeld, en rock-muziek groepeerst minstens evenveel stijlen als, bijvoorbeeld, moderne klassieke muziek. Precies omdat populaire cultuur minder bestudeerd wordt is enige systematiek en categorisering van genres op het eerste gezicht afwezig. De constructie van zekerheidsgevende, althans niet verontrustende boodschappen, de creatie van een psychologisch comfort is niet het monopolie van de populaire cultuur, evenmin trouwens als het vaak met kitschproducten geassocieerde conservatisme van de er in verscholen waarden.

Kunst zou - nog zo'n algemeen aanvaarde stelling - tijd- en ruimteloo zijn, een voor eens en altijd en overal geldende waarheid communiceren. Populaire cultuur wordt gemaakt voor het moment, voor ogenblikkelijke consumptie: eens geconsumeerd wordt ze in de vergeethoek gegooid om er nooit meer uit opgevist te worden. Ongetwijfeld maakt een deel, zelfs een groot deel van de populaire cultuur-producten geen geschiedenis, evenmin trouwens als een groot deel van de hoge cultuurcreaties. Maar toch blijken vele van deze zogenaamd voor instant-consumptie ontworpen producten in de tijd stand te houden. Men denke aan Hymphrey Bogart-films of evergreens uit de populaire muziek. En in de ruimte dienen massacultuurboodschappen evenmin gebonden te zijn - naar hun plaats van oorsprong zijn ze, net zoals de hoge cul-

tuur, altijd wel herkenbaar. Het feit dat ook massacultuur, westerse popmuziek bijvoorbeeld, in staat is de grenzen van staten te overschrijden mag als aanduiding dienen dat ze minstens enige universele waarden reflecteert.

Wanneer de hoge cultuur zich alleen maar hoeft te bekommeren om haar esthetische relevantie wordt de lage cultuur haar realiteitsvreemd, zero-informatief karakter verweten: «The Lords of kitsch sell culture to the masses. It is a debased, trivial culture that voids both the deep realities (sex, death, failure, tragedy) and also the simple, spontaneous pleasures, since the realities would be too real and the pleasures too lively to induce what Mr. Seldes calls 'the mood of consent': i.e., a narcotised acceptance of for the unsettling and unpredictable (hence unsalable) joy, tragedy, wit, change, originality and beauty of real life. The masses, debauched by several generations of this sort of thing, in turn come to demand trivial and comfortable cultural products». (23)

Tegenover dergelijke uitspraken kan men met recht argumenteren dat populaire cultuur een zeer functioneel instrumentarium biedt voor het leven in de kapitalistische maatschappij: «Popular culture has played a useful role in the process of enabling ordinary people to become individuals, develop their identities, and find ways of achieving creativity and selfexpression.

The issues are rarely presented as they appear in ordinary life, and problems are solved much too easily, but still, they offer ideas to the audience which it can apply to its own situation.» (24)

Het zogenaamd afstellen van cultuurproducten op de gemiddelde smaak van het grote publiek stoot op weerstand wanneer het traditionele gegevens uit de massacultuur betreft maar wordt volstrekt onaanvaardbaar geacht wanneer de lage cultuur daarvoor ook nog uit het domein van de grote kunst gaat ontlenuen: «Corruption of past high culture by popular culture takes numerous forms, starting with direct adulteration... Corruption also takes the form of mutilation and condensation... works are cut, condensed, simplified and rewritten until all possibilities of unfamiliar or esthetic experience are strained out and plot and action become meaningless thrills with

an obligato of maudlin simperings and grandiose defiances; music is reduced to clatter and tinkle or cloying sentimentality» (25).

De corruptie van de hoge cultuur wordt zelfs beschouwd als het voornaamste kenmerk van kitsch: «Kitsch, using for raw material the debased and academized simulacra of genuine culture, welcomes and cultivates this insensibility (to the values of genuine culture). It is the source of its profits. Kitsch is mechanical and operates by formulas. Kitsch is vicarious experience and faked sensations. Kitsch changes according to style, but remains always the same. Kitsch is the epitome of all that is spurious in the life of our times. Kitsch pretends to demand nothing of its customers except their money - not even their time».

Afgezien van het feit dat wederzijdse beïnvloeding van verschillende culturele sferen als normaal kan worden beschouwd mag gesteld worden dat populaire cultuur niet alleen de grote kunst 'verkracht' maar dat ook, omgekeerd, de laatste ten gepaste tijde bij de eerste te leen gaat. Men zal hier zelden van verkrachting spreken, maar kan men niet evenzeer argumenteren dat een bewerking van een populair cultuurgegevens in het idioom van de traditionele kunst het vaak meer onrecht dan recht laat wedervaren (men denke aan bewerkingen door symfonie-orkest van Beatle-nummers)?

2.2.3. De ontvanger

Wat de vergelijking van massacultuur met hoge cultuur op het vlak van de consumptie (bij de ontvanger) betreft dient op de eerste plaats de traditioneel gemaakte homogeniteit/heterogeniteit-tegenstelling in de publieksgroep van beide cultuursferen gerelativeerd. Alhoewel de leden van het hoge cultuurpubliek graag prat gaan op de individualiteit van de eigen smaak zijn ze daarin ongetwijfeld meer beïnvloed dan ze van zichzelf zouden toegeven, om niet te zeggen, dat tenminste een deel van hen in feite kan gecatalogeerd worden als een snobistische 'kunst is slijk'-groep voor wie het een statusaan gelegenheid is zich gecultiveerd voor te doen. Zou de smaak van het doorsnee publiek dat zich liefhebber van klassieke muziek verklaart niet even homogeen zijn als de smaak van de populaire mu-

ziek-luisteraar, bijvoorbeeld? Nog een voorbeeld: een hitparade, die doorgaat voor populariteitsbarometer van de meest gemiddelde en vervlakte muzikale smaak, reflecteert bij nader toezien een onvermoede heterogeniteit in zake samenstelling, dus ook voor wat betreft de kopers van lichte muziek. Het massacultuur-publiek is niet zo massaal als men geneigd is te denken, het groepeerd een grote variëteit van heterogene groepen, elk met hun eigen voorkeur.

In dezelfde mate als hoge cultuur alleen maar verrijkend geoordeeld wordt, wordt massacultuur beschouwd als alleen maar nadelig, schadelijk zelfs voor de emotionele en intellectuele capaciteiten van de consument - het woord consument is hier tekenend: zelden gehoord in verband met de hoge cultuur wordt het meestal in zijn met betrekking tot levensmiddelen gebruikte zin aangewend: eten leidt slechts tot een kortstondige, momentane bevrediging: «its (mass culture) distinctive mark is that it is solely and directly an article for mass consumption, like chewing gum» (26). Soms gaat de kritiek nog verder en doet de notie 'verslaving' haar intrede: «... 'mass' culture is without any serious value; its is shallow, evasive, often bad in its own terms and performs no more important cultural function than does tobacco. I will admit that it is habit-forming in a more serious way than is tobacco and often, though not always, forms an exclusive habit, one that excludes the possibility of other and, by the old tradition, superior forms of culture.» (27)

Massacultuur wordt destructief beoordeeld voor de emotionele activiteit doordat zij slechts een onechte voldoening verschaft en/of de menselijke activiteit herleidt tot geweld en sex. Massamediacultuur veroorzaakt onherstelbare letsels in de intellectuele capaciteiten door haar bedrieglijke en escapistische inhoud die de consumenten onbekwaam maakt om zich in de realiteit te manifesteren, om uit te groeien tot autonome individuen: «All mass media in the end alienate people from personal experience and though appearing to offset it, intensify their moral isolation from each other, from reality and from themselves. One may turn to the mass media when lonely or bored. But mass media, once they become a habit, impair the capacity for meaningful experience... Though more

diffuse and not as gripping, the habit feeds on itself, establishing a vicious circle as addictions do... Even the most profound of experiences, articulated too often on the same level, is reduced to a cliché... It lessens people's capacity to experience life itself» (28).

Het globale effect van massacultuur is dan ook «to distract people from lives which are so boring that they generate obsession with escape. Yet because mass culture creates addiction to prefabricated experience, most people are deprived of the remaining possibilities of autonomous growth and enrichment, and their lives become ever more boring and unfulfilled» (29).

Als er één ding gebleken is uit effectonderzoek bij de massamedia dan is het wel dat deze niet die pavloviaanse impact hebben die de massacultuurkritiek hun wil toeschrijven, de mensen niet zodanig narcotiseren, vervreemden... dat zij zich niet adequaat meer kunnen gedragen in de realiteit. De vraag zoals die vooral met betrekking tot geweld in de massamedia is gesteld - leidt geweld in de media tot reëel agressief gedrag of compenseert het net agressief gedrag? - blijft voorlopig onopgelost. En wat mag gezegd over de functie van geweld en sex in de grote meesterwerken van de cultuur? Kunnen vage noties over de veronderstelde catarisfunctie aldaar niet met evenveel recht getransponeerd worden naar het domein van de massacultuur? Kunnen overigens de met betrekking tot de ontvanger rijzende punten van kritiek niet met recht geformuleerd worden voor wat betreft de kunst en de functies die zij vervult? Wanneer iemand in zijn dagelijks leven gelimiteerd wordt door zijn belangstelling voor de hoge cultuur wordt dit in elk geval zelden pathologisch genoemd. En betekent kunst, opgevat als sublimering van frustraties, niet evengoed een vlucht uit de realiteit als de massacultuur op haar manier verondersteld wordt te bieden? Is, tenslotte, een groot deel van het hoge cultuur-bedrijf er niet op gericht de ontvanger van zekerheden te voorzien, al geldt dit verwijt gewoonlijk slechts voor de massacultuur?: «Every spectator of a television mystery knows with absolute certainty how it is going to end. Tension is but superficially maintained and is unlikely to have a serious effect any more. On the contrary, the spectator feels on safe ground all the time. (30).

2.2.4. *Effecten op de maatschappij.*

Wat de weerslag van de massacultuur-consumptie op het brede vlak van de maatschappij betreft wijst de kritiek nogal eens op het gevaar voor een totalitair regime via de massamedia geïnstalleerd boven een door de massacultuur genarcotiseerde en geatomiseerde massa: «At its worst, mass culture threatens not merely to cretinize our taste, but to brutalise our senses while paving the way to totalitarianism. And the interlocking media all conspire to that end» (31).

Het spookbeeld van het fascisme wordt in één adem genoemd met dat van de massacultuur: «It was because man was alienated and uprooted that he so eagerly accepted the cruel and spurious ethnic community proffered by National Socialism. The same factors which lead them to National Socialism are responsible for modern man's eager self-immersion into the trivial, base and meretricious culture provided by the radio, the film, the comic strips, the television, and mass-produced goods. It is therefore to be expected that the mass culture which has been created to meet the needs of alienated and uprooted men will further the process, exacerbate the needs and lead onto an inevitable culmination in Fascism» (32)

In de scheefgetrokken relatie tussen arbeid en vrije tijd in de kapitalistische maatschappij speelt de populaire cultuur een doorslaggevende rol: «The consumers of musical entertainment are themselves objects or, indeed, products of the same mechanisms which determine the production of popular music. Their spare time serves only to reproduce their working capacity. It is a means instead of an end. They want standarization and pseudo-individualization, because their leisure is an escape from work and at the same time is molded after those psychological attitudes to which their workaday world exclusively habituates them» (33). Of anders geformuleerd: «Whatever its manifest content, mass culture must therefore not subvert the basic patterns of industrial life. Leisure time must be so organized as to bear a factitious relationship to working time: apparently different, actually the same. It must provide relief from work monotony without making the return to work too unbearable; it must provide amusement without in-

INTERESSANTE BOEKEN

- Wapenen voor de vrede.** door S.C. Derksen
Opvoeding, politiek en ons voortbestaan. 450 Fr
- Handleiding voor het houden van interviews in marktonderzoek en opiniepeiling.** door L. Hellebosch 245 Fr
- Het gezin.** door R. König
"Het gezin" is tot nog toe het volledigste boek over dit onderwerp in het Nederlands taalgebied. 410 Fr
- Waar de klappen vallen.** door J. Tromp
De crisis en het antwoord van Albada. 320 Fr
- Organizing educational broadcasting.** door D. Haxkridge 912 Fr
- Communications in the twenty-first century.** door R.W. Haigh 1158 Fr

MODERN ANTIQUARIAAT

- Audovisuele media in onderwijs en opleiding.** door H. Biezeman 150 Fr
- Massamedia en geweld.** door D. Howitt 90 Fr

STANDAARD BOEKHANDEL

Naamsestraat 57,
3000 LEUVEN



sight and pleasure without disturbance - as distinct from art which gives pleasure through disturbance.

Mass culture is thus orientated toward a central aspect of industrial society: the depersonalization of the individual.» (34).

Ook al wordt het schrikbeeld van de autoritaire staat niet opgeroepen, ook al wordt de slinkse strategie van de machthebbers in de onrechtvaardige maatschappij niet aangeklaagd, dan zal men toch stellen dat populaire cultuur slechts de status quo, op politiek vlak, dienstig is, sociale ongelijkheid, racisme, sexismen, imperialisme (35)... expliciet en vaker nog impliciet propageert.

Maar houdt het gros van de ernstige kunst dan altijd de nobele menselijke waarden voor, propageert zij altijd een rechtvaardige wereld of zou men integendeel ook niet kunnen stellen dat zij op haar manier haar bewonderaars drogeert in de plaats van aan te zetten tot mondigheid, en alleen al door haar elitaire ingesteldheid een onrechtvaardige maatschappij zo niet propageert dan toch mee in stand houdt?

(1) SHILS, E., *Daydreams and Nightmares: Reflections on the Criticism of Mass Culture*, in DAVISON, P., MEYERSON, R., SHILS, E., (eds.), *Literary Taste, Culture and Mass Communication*, vol. 13: *The cultural Debate Part 1*, Cambridge, 1978, blz. 25.

(2) De thematiek van dit hoofdstuk is op een vergelijkbare manier gesteld door KANDO, T., *Popular Culture and its Sociology: Two Controversies*, in *Journal of Popular Culture*, vol. 9, nr. 2, herfst 1975, blz. 439-455, (In-Depth: Theories and Methodologies in Popular Culture); REAL, M.R., *Mass mediated Culture*, Englewood Cliffs, 1977, blz. 1-43 en 231-273.

(3) Men consultere ter staving van deze stelling de sociologische en communicatieencyclopedieën.

(4) Voor een overzicht, zie o.m.: *The Study of Culture*, unit 3-4, Milton Keynes, 1977, (The Open University).

(5) DE VRIES, J., *Nederlands Etymologisch Woordenboek*, Leiden, 1971, blz. 102 en 430.

(6) cfr. PLEKHANOV, G., *Art and social Life*, in DAVISON, P., MEYERSON, R., SHILS, E. (eds.), *Literary Taste, Culture and Mass Communication*, vol. 3: *Art and social Life*, Cambridge, 1978, blz. 3-68; PAUL, E. en C., *Proletcult*, in *ibidem*, blz. 69-220.

(7) De primaire opdracht voor een revolutionaire of proletarische cultuur is: "the design to make the workers realize that, apart from what is really needful for physical re-

laxation and mental refreshment, amusements and pseudo-culture are part of the dope whereby their attention is diverted from the class war and whereby their slave status is maintained. It is probable that only a minority is intellectually capable of responding to the call of Proletcult - but in critical hours a sufficiently large, well-informed, and enthusiastic minority can always sway the inert mass», aldus PAUL, E. en C., *Proletcult*, in DAVISON, P., MEYERSON, R., SHILS, E., *Literary Taste, Culture and Mass Communication*, vol. 3: *Art and social Life*, Cambridge, 1978, blz. 867.

(8) BIGSBY, C.W.E., *Europe, America and the cultural Debate*, in BIGSBY, C.W.E. (ed.), *Superculture, American popular Culture and Europe*, London, 1975, blz. 23.

(9) Al is dat niet de intentie van de grondleggers geweest en al blijkt dat, bijvoorbeeld, niet uit R. Hamiltons pop art-credo - in feite wordt hier een omschrijving gegeven van wat doorgaans voor massacultuur doorgaat: «pop-art is populair (ontworpen voor een massapubliek), vergankelijk (oplossing voor korte termijn), ergens voor bestemd (dus gemakkelijk vergeten), goedkoop, massaproduct, jong (op de jeugd gericht), bij de pinken, sexy, betoverend, glamour, big business» (BEKAERT, G., *Pop*, Leuven, 1966, blz. 20; zie ook ARIAS, M.J.R., *Pop, Kunst und Kultur der Jugend, Reinbek bei Hamburg*, 1978).

(11) Vele ideeën in dit hoofdstuk zijn ontleend aan GANS, H.J., *Popular Culture and high Culture*, New York, 1974 (vooral blz. 1-64); maar de pro of contra massacultuurargumentatie is ook aan de orde in: SWINGWOOD, A., *The Myth of Mass Culture*, London, 1977 (blz. 93-116); SHILS, E., *Mass Society and its Culture*, in ROSENBERG, B., WHITE, D.M. (eds.), *Mass Culture revisited*, New York, 1971, blz. 61-84; SHILS, E., *Daydreams and Nightmares: Reflections on the Criticism of Mass Culture*, in DAVISON, P., MEYERSON, R., SHILS, E. (eds.), *Literary Taste, Culture and Mass Communication*, vol. 13: *the cultural Debate Part 1*, Cambridge, 1978, blz. 17-40; ROSTEN, L., *The Intellectual and the Mass Media*, in DAVISON, P., MEYERSON, R., SHILS, E. (eds.), *Literary Taste, Culture and Mass Communication*, vol. 2: *Mass Media and Mass Communication*, Cambridge, 1978, blz. 219-234; KANO, Th. M., *Leisure and popular Culture in Transition*, St. Louis, 1980, (Tweede uitgave), blz. 51-64; FIEDLER, L.A., *The Middle against both Ends*, in ROSENBERG, B., WHITE, D.M., *Mass Culture, The popular Arts in America*, Glencoe, 1957, blz. 537-547; BIGSBY, C.W.E., *The Politics of popular Culture*, in BIGSBY, C.W.E., *Approaches to popular Culture*, London, 1976, blz. 3-26.

(12) GANS, H.J., *op.cit.*, blz. 4-9; zie ook LOWENTHAL, L., *Historical Perspectives of popular Culture*, in ROSENBERG, B., WHITE, D.M., *op.cit.*, 1957, blz. 56-58.

(13) ADORNO, T.W., *Résumé über Kulturindustrie*, in PROKOP, D., *Massenkommunikationsforschung*, 1: *Produktion*, Frankfurt am Main, 1972, blz. 354.

(14) HORKHEIMER, M., *Neue Kunst und Massenkultur*, in NEGTE, O. (ed.), *Kritische Kommunikationsforschung, Aufsätze aus der Zeitschrift für Sozialforschung*, München, 1973, blz. 43.

(15) ENZENSBERGER, H.M., *Baukasten zu einer Theorie der Medien*, in PROKOP, D.

(ed.), *Massenkommunikationsforschung*, 2: *Konsumtion*, Frankfurt am Main, 1972, blz. 430.

(16) Voor een overzicht zie: SWINGWOOD, A., *The Myth of Mass Culture*, London, 1977, blz. 1-92.

(17) «... that was democracy. The mass took it for granted that after all, in spite of their defects and weaknesses, the minorities understood a little more of public problems than it did itself. Now, on the other hand, the mass believes that it has the right to impose and to give force of law to notions born in the café», aldus ORTEGA Y., GASSET, J., *The Coming of the Masses*, in ROSENBERG, G., WHITE, D.M., *op.cit.*, 1957, blz. 45.

(18) MACDONALD, D., *A Theory of Mass Culture*, in ROSENBERG, B., WHITE, D.M., *op.cit.*, 1957, blz. 60; ook in DAVISON, P., MEYERSON, R., SHILS, E., *op.cit.*, vol. 1: *Culture and Mass Culture*, blz. 168-169.

(19) «Being good in business is the most fascinating kind of art» (WARTHOL, A., *The Philosophy of Andy Warhol (From A to B and back again)*, New York, 1975).

(20) MACDONALD, D., *op.cit.*, blz. 65 en 175.

(21) DE TOCQUEVILLE, A., *In what Spirit the Americans cultivate the Arts*, in ROSENBERG, B., WHITE, D.M., *op.cit.*, 1957, blz. 34.

(22) MACDONALD, D., *op.cit.*, blz. 62 en 171.

(23) MACDONALD, D., *op.cit.*, blz. 72 en 182.

(24) GANS, H.J., *op.cit.*, blz. 57-58.

(25) VAN DEN HAAG, E., *Of Happiness and of Despair we have no Measure*, in ROSENBERG, B., WHITE, D.M., *op.cit.*, 1957, blz. 524-525.

(26) MACDONALD, D., *op.cit.*, blz. 59 en 167.

(27) BROGAN, D.W., *The Problem of high Culture and Mass Culture*, in DAVISON, P., MEYERSON, R., SHILS, E., *op.cit.*, Vol. 1, blz. 190-191.

(28) VAN DEN HAAG, C., *op.cit.*, blz. 529.

(29) VAN DEN HAAG, C., *A Dissent from the consensual Society*, in DAVISON, P., MEYERSON, R., SHILS, E., *op.cit.*, vol. 2, *Mass Media and Mass Communication*, blz. 204.

(30) ADORNO, T.W., *Television and the Patterns of Mass Culture*, in ROSENBERG, B., WHITE, D.M., *op.cit.*, 1957, blz. 476.

(31) ROSENBERG, B., *Mass Culture in America*, in ROSENBERG, B., WHITE, D.M., *op.cit.*, 1957, blz. 9.

(32) Aldus SHILS, E., *Daydreams and Nightmares: Reflections on the Criticism of Mass Culture*, in DAVISON P., MEYERSON R., SHILS, E., *op.cit.*, vol. 13: *The cultural Debate Part 1*, blz. 31, die daarbij opmerkt dat het fascisme in Duitsland, Italië en Spanje triomfeerde voor de massa's in deze landen de kans hadden om massacultuur te consumeren en dat het massacultuur-land bij uitstek, de USA, gespaard bleef van een fascistisch regime.

(33) ADORNO, T.W., *On popular Music*, in PROKOP, D., *Kritische Kommunikationsforschung*, München, 1973, blz. 67-77.

(34) HOWE, I., *Notes on Mass Culture*, in ROSENBERG, B., WHITE, D.M., *op.cit.*, 1957, blz. 417.

(35) Over het zogenoemde Amerikaanse media-imperialisme zie: LEE, C.C., *Media Imperialism reconsidered, The Homogenizing of Television Culture*, Beverly Hills, 1980.

de utopische radiotheorie van bertold brecht

ludo dosogne

1. Het voorspel

Op het einde van de twintiger jaren oefende het medium radio een onweerstaanbare aantrekkingskracht uit op een groot aantal kunstenaars. Niet zozeer de specifieke mediamieke eigenschappen waren het object van hun belangstelling; veeleer was hun interesse gericht op een potentiële uitbreiding van het publiek. De uitsluitend orale dimensie van het medium werd eerder ervaren als een tekort, dat gecompenseerd diende te worden. Toch hechtten dichters, voordrachtkunstenaars, theatermakers, zangers en musici meer belang aan het bereiken van de massa. Radio werd beschouwd als het kunstdemocratiseringsmedium bij uitstek. Ook Bertold Brecht (1898-1956) was die mening toegedaan, toen hij op 11 mei 1925 op 27-jarige leeftijd in Berlijn als radiomedewerker debuteerde. In het kader van een radio-avond, verzorgd door de Novembegroep (1) droeg hij de ballade MAZEPPA (2) en het verhaal «Die höflichen Chinesen» (3) voor. Op dat moment had Brecht nog geen radiotheorie ontwikkeld. Radio was enkel een doorgeefluik naar de massa toe.

Bovendien was hij toen wat we nu zouden noemen «vertrost» ingesteld. Hij hing het vraag-en-aanbod-principe van de nieuwe zakelijkheid aan. Deze liberale beweging nam de vrije markteconomie als criterium, ook op cultureel domein. «Onze hoop richt zich op het sportpubliek!» schreef Brecht toen. «Wanneer de toeschouwers hun plaatsen kopen weten ze exact wat er hen te wachten staat; wanneer ze eenmaal in de zaal beland zijn zullen ze ook zien wat ze hadden verwacht» (4). In 1926 werkte hij mee aan het eindejaarsprogramma, een akoestische jaarrevue. Tijdens deze uitzending in een regie van Alfred Braun traden al de voornaamste personen op, die in de latere radiocarrière van Brecht een belangrijke rol zullen vervullen. De eigenlijke doorbraak in de radiowereld beleefde Brecht toen zijn theaterstuk «Mann ist Mann» in een Berlijnse creatie werd uitgezonden (18-3-1927). Vooraf wees hij op de nauwe band tussen het episch theater en de radio. In dit werk, waarin het heldendom wordt geparodieerd, ontwikkelt Brecht een bijzondere relatie met de luisteraar en met het medium radio. De luisteraar kan en mag het stuk de betekenis toekennen die hij verkiest. Hij biedt het vrijblijvend aan het genietend (sport)publiek aan.

Voor Brecht werd op dit moment de radio het ideale forum voor zijn «nieuw» (episch) theater.

Hetzelfde jaar (uitzending 14-10-1927) bewerkte Brecht Shakespeare's «Macbeth» voor uitzending. Hoewel hij deze auteur in de eerste plaats beschouwde als de voornaamste vertegenwoordiger van het individualisme (van de «grossen Einzelnen»), constateerde hij toch de eerste aanzetten naar een epische dramatisering. Aan de oorspronkelijke Macbeth-tekst voegde hij eigen passages toe. De jamben zette hij om in proza, een toegevoegde verteller wees de luisteraar op de betekenis van de verschillende fragmenten. Door het gebruik van epische middelen, die tot vervreemdingseffecten bij de luisteraar leidden, bleek het werk als radiofonisch aan te slaan (uitgezonderd bij de fervente aanhangers van Shakespeare, die iedere wijziging aan de originele tekst als een heiligschennende inbreuk afschilderden). Hieruit leidde Brecht af dat de mediamieke mogelijkheden van de radio een grote affiniteit bezitten ten opzichte van de epische stijl van het theater.

In december 1927 behandelt de «Berliner Börsencourier» de verhouding tussen radio, kunst en actualiteit. Bertold

Brecht levert daarin een bijdrage getiteld «Vorschläge für den Intendanten des Rundfunks». Hierin ontwikkelt hij een aantal democratiseringsmogelijkheden van de radio. Volgens hem moeten de belangrijke Rijksdagbijeenkomsten en de grote processen via de radio uitgezonden worden, opdat het politieke leven zo rechtstreeks onder de controle van de gemeenschap zou komen. Kurt Weill, op dat ogenblik nog criticus in het tijdschrift «Der Deutsche Rundfunk» deelde Brechts opvattingen dat men de radio als democratiseringsmiddel diende in te schakelen.

Waar het traditionele theater en de tot dan genoemde politiek een kleine minderheid bereikte, kon de radio zich — als groot — on-belast nieuw instituut tot de hele natie richten.

Zodra hij merkt dat er verzet ontstaat tegen het voorstel politieke bijeenkomsten uit te zenden, ontstaat bij hem een steeds kritischer houding tegenover de radio als instituut. Hij werpt de principes van de nieuwe zakelijkheid overboord en evolueert naar een pedagogische mediumvisie.

In 1928, het jaar dat hij met de Driestuiveropera op de planken kwam, neemt hij deel aan een radiodiscussie, die als thema «Die Not des Theaters» behandelde. In deze discussie — die grotendeels geënceneerd werd — de teksten werden immers vooraf gecontroleerd en bestonden dus vóór de uitzending — kwam zowel de democratisering van het theater als die van de radio ter sprake. Dit was trouwens ook het geval in andere radiogesprekken over klassieke literatuur of andere onderwerpen. De kritische houding van Brecht werd door de «Lieveranten» niet geapprecieerd zodat hij na 1929 niet meer voor een radiodiscussie werd uitgenodigd, hoewel hij — zoals blijkt uit latere hoorspelproducties, nog wel degelijk in radiowerk geïnteresseerd was.

2. Het radioleerstuk «Der Flug der Lindberghs» (5)

Ter gelegenheid van de Baden-Baden Musikwoche in 1929 ontwierpen Bertold Brecht (tekst) en Kurt Weill (muziek) een luisterspel, waarin de radio op een merkwaardige wijze diende aangewend te worden. De thematiek van het luisterspel behandelde de vlucht van Lindbergh over de Atlantische Oceaan. De wolken, de wind en het oceaanwater spreken Lindbergh in verzen toe. Lindbergh praat met zichzelf, over het werk

van de arbeiders die tot de bouw van het vliegtuig hebben bijgedragen. Hij praat ook met zijn vliegtuig, dat enkel via motorengeronk antwoord geeft. Het werk omschreef Brecht als een radioleerstuk voor jongens en meisjes. Hoewel het werk esthetisch was uitgebouwd hechtte Brecht toch meer waarde aan het pedagogische: «Der Ozeanflug hat keinen Wert, wenn man sich nicht daran schult. Er besitzt keinen Kunstwert, der eine Aufführung rechtfertigt, die diese Schulung nicht bezweckt. Er ist ein Lehrgegenstand» (6).

Dit Brechtiaans luisterspel stond de radio niet meer ten dienste — het diende niet langer «zum Gebrauch» — het was er om de radio te veranderen (7). In de grond ontwikkelt Brecht hier de eerste aanzetten tot zijn theorie die de eenrichtingscommunicatie die het medium tot dan toe bezat, wil doorbreken. Bovendien wilde hij de scheiding tussen de productie en de consumptie van de programma's opheffen. Het was Brechts bedoeling dat de luisteraars de teksten van Lindbergh — het oefengedeelte — mechanisch meezegden. De elementen die Lindbergh ontmoette — moesten slechts meegelezen worden. Zij waren er enkel om de oefening mogelijk te maken. Zij behoorden tot het radio-apparaat.

Tijdens de creatie in Baden-Baden werd dit scenisch gevisualiseerd doordat Brecht het podium opsplijste in twee duidelijk onderscheiden gedeeltes. Aan de ene zijde vertolkten koor en instrumenten samen de rol van de elementen achter een bordje waarop «das Radio» te lezen stond; aan de andere zijde zat één man, die de rol van Lindbergh vertolkte, achter het bord «der Hörer». Tussen hen beide stond Brecht zelf, die de aanwijzigingen gaf.

Het technisch apparaat wordt door Brecht als deelnemer aan een collectief leerproces ingezet. Niet alleen zou zo de afstand tussen zender en ontvanger maar ook tussen de verschillende ontvangers onderling overbrugd worden. De individuele luisterervaring transformeerde door het mechanisch meespreken tot een collectief leerproces. Brecht doelde daarmee zeker niet op een identificatie van de luisteraar met de Lindberghfiguur. Als ideaal stelde hij voor het Lindbergh-gedeelte collectief bv. in een schoolklas bij het radiotoestel mee te spreken of te zingen: «Nur durch das gemeinsame Ich-Singen 'Ich bin Charles Lindbergh' kann ein Weniges von der pädagogischer Wirkung geret-

tet werden». In de gedrukte tekst wordt het Lindbergh-gedeelte dan ook meer-voudig aangeduid als «de Lindberghs». Op deze manier wil hij een «Art Aufstand des Hörers» mogelijk maken.

De leerstuk-theorie van Brecht moet wel duidelijk onderscheiden worden van de toen bestaande schoolmuziekpedagogie, die niet zozeer de uitvoering van een muziekwerk, dan wel het leerproces dat daaraan ten grondslag ligt als uitgangspunt nam.

Eigenlijk leidt de muziekpedagogie in de school op tot kunst, terwijl Brecht de kunst eerder hanteerde als middel tot het gestelde doel, nl. een bewustzijnsverandering, waardoor ook een verandering van de wereld in positieve zin mogelijk zou worden.

Het leerstuk was voor Brecht ook geen leerspel waarbij het ludieke het educatieve zou kunnen verdringen. Het spelend leren was volgens Brecht een typische methode van de geïnstitutionaliseerde maatschappij, die via ludieke vormen de mensen initieerde in de bestaande maatschappelijke structuren. Het leerstuk bevat integendeel een leerstof en roept op tot kritiek (ook tot briefwisseling van de luisteraar met de programmamaker). Ook verschilde het leerstuk van het episch theater. Het leerstuk is immers slechts werkzaam door het mee te spelen, niet door het te bekijken of louter te beluisteren. In «Der Flug der Lindberghs» wordt eigenlijk het tragisch conflict tussen het individu en de maatschappij opgerakeld. Volgens Steinweg is het leerstuk een oefening in dialectisch denken en handelen. Groth anderzijds vindt in het leerstuk zowel elementen van het natuurdialectisch als van het «ingreifendes Denken», waarbij enerzijds de objectieve abstract onhistorische en anderzijds de subjectieve geschiedenis makende — want ingrijpende — factoren worden benadrukt. De vlucht van Lindbergh wordt niet zozeer als een grote individuele prestatie of als een zegen van de techniek over de natuur voorgesteld; eerder zal Brecht de samenhang tussen technische en sociale ontwikkelingen benadrukken. Door de machine (het vliegtuig) te construeren of te besturen schoolt men de geest («Schulung des Geistes in der Mechanik»).

Al in de leerstukstructuur komt het utopisch karakter van Brechts denken tot uiting. Wie zal immers de oefeningen organiseren? Volstaat een eenmalige uitzending? Is de identificeerbaarheid van de luisteraar met de hoofdfiguur wel

D'r gaat geen minuut voorbij
of er gebeurt wat
dat de moeite loont
om te lezen.



Daar maken wij werk van
in een klare taal,
duidelijke standpunten,
sprekende en kleurrijke foto's,
boeiende achtergrondverhalen,
levendige reportages
en brengen het samen onder één noemer:

HET BELANG VAN LIMBURG

N.V. Concentra - Het Belang van Limburg

— Herckenrodesingel 10 3500 Hasselt

Tel.: 011/25.09.11

— Internationaal Perscentrum

Karel de Grotelaan 1, bus 11 1040 Brussel

Tel.: 02/736.80.15 (binnenpost 253)

uit te sluiten? Kan de luisteraar wel voldoende abstractie maken van de concrete tekst om tot de diepere betekenis door te dringen?

3. De radiotheorie

Bij Kurt Weill, Brechts nauwste medewerker op het einde van de jaren '20, ontstond vlug een desillusioneringsproces t.o.v. de radio. Een gedeelte van zijn «Berliner Requiem» (1929) was immers gecensureerd. Vanaf 1930 bestempelde hij de radio als een oud medium, dat voor de concert- en de theaterzaal niet moest onderdoen. «Denn im Rundfunk ist eine anonyme Gemeinschaft von Erwachsenen aus verschiedensten Kreisen vorhanden, mit der wenig anzufangen ist» (8).

Ook Brechts medewerking aan de radio verminderde. Op 30-1-1931 werd door de Berlijnse zender nog een Hamletbewerking uitgezonden en op 11-4-1932 een hoorspelversie van «Die heilige Johanna der Schlachthöfe». Dit laatste werk, moest om politieke redenen tot 1/3 gereduceerd worden, zodat de revolutionaire inhoud enigszins kwam te vervallen.

Deze omstandigheden waren de aanleiding tot het ontwikkelen van een radiotheorie. De grondslagen hiervan zijn te vinden in de «Rede über die Funktion des Rundfunks» (1932).

Uitgangspunt voor de argumentatie is de stelling dat de radio werd uitgevonden vóór er vanuit maatschappelijk standpunt behoefte aan was. De gouden jeugdijaren van de radio worden vergeleken met een akoestisch warenhuis, waar men kon «leren zuchten op het kippengekakel van een pelgrimskooi en waar de radioserieën goedkoper bleken dan leidingwater!» In zijn eerste fase was de radio enkel een plaatsvervanger van het theater, de opera, het concert, de voordracht, het café of de lokale pers. *Hoewel men plots over de mogelijkheid beschikte alles aan allen te zeggen, had men in feite niemand iets te zeggen* (9). Waar de radio in 1927 door Brecht nog als democratiseringsmedium werd beschouwd, wordt dit in 1932 het communicatiemedium. Daartoe moet het van distributieapparaat getransformeerd worden tot een communicatieapparaat. Daartoe moet er door de zender niet louter uitgezonden, maar ook ontvangen worden. De luisteraar moet niet alleen luisteren; hij moet ook kunnen spelen. De isolatie tussen zender en ontvanger moet opgeheven wor-

den: «Der Rundfunk müsste demnach aus dem Lieferantum herausgehen und den Hörer als Lieferanten organisieren» (10).

Het medium moet volgens Brecht omgevormd worden en de bezitsverhoudingen gewijzigd. De maatschappelijke basis van de radio moet beschermd worden en «ihre Verwendung im Interesse der wenigen haben wir zu diskutieren» (11).

Het woord massamedium krijgt bij Brecht dus een dubbele betekenis: Het is niet alleen het medium voor de massa, maar ook en vooral van de massa.

Dat Brecht zich het utopisch karakter van zijn gedachten bewust is blijkt uit het volgende fragment; «Sollten Sie dies für utopisch halten, so bitte ich Sie darüber nachzudenken, warum es utopisch ist» (12).

4. Brechts radiowerk na 1933

Door politieke ontwikkelingen in Duitsland en hun weerslag op de officiële radio-instituten was er steeds minder plaats in de media voor een man als Brecht. Voor een alternatieve vrije zender schreef hij nog «Deutschen Satiren». In 1934 werd zijn luisterspel over Lindbergh door de Belgische radio uitgezonden onder de titel «Het leerstuk uit Baden over de eensgezindheid». In 1940 kwam «Das Verhör des Lukullus» op de antenne van Radio Beromünster. Daarin werden door het «Ministerium für Volksbildung» zgn. «correcties» aangebracht. Door de omstandigheden was hij verplicht de radicale utopische radiotheorie te vervangen door een politiek-realistische epische benadering. Toen Brecht na een analyse van de radiouitzendingen — zowel in Oost als West-Duitsland in 1954 — dus 2 jaar voor zijn overlijden — tot de vaststelling kwam dat de inhoud van de programma's louter op amusement gericht was en er geen institutionele verandering van het medium te bespeuren viel schreef hij «Der Rundfunk ist trotz einiger Bemühungen nach wie vor tot» (13).

5. Besluit

Wanneer Brecht zijn radiotheorie ontwikkelt is hier geen sprake van een wetenschappelijke theorie. Hij werkt enkel een aantal voorstellen uit die duidelijk utopisch blijken te zijn maar die toch door hun utopisch karakter de vinger op de wonde leggen van het instituut radio. Zijn kritiek richt zich eigenlijk op de to-

tale maatschappelijke structuur, die zowel weerspiegeld wordt in de verhoudingen binnen een instituut als de radio, als tussen de radiomakers en de luisteraars. Door de opheffing van de grenzen zou de werkelijkheid kunnen omgebogen worden zodat zender en ontvanger in elkaar vervloeien. Zoniet zijn de media ten dode opgeschreven.

(1) De Novembegroep ontstaan rond 1920 omvatte kunstenaars uit verschillende domeinen. Hun stijl zou als «politiek expressionisme» kunnen omschreven worden.

(2) Zie «Gesammelte Werke», (8, 233).

(3) G.W., 11, 100.

(4) G.W., 15, 81.

(5) Omgedoopt tot «Ozeanflug» toen Brecht constateerde dat Lindbergh met de Nazis samenwerkte.

(6) G.W., 18, 124.

(7) *Idem*

(8) Kurt Weill, *Ausgewählte Schriften*, David Drew, Frankfurt am Mainz, 1975, blz. 64.

(9) G.W., 18, 122.

(10) G.W., 18, 129.

(11) G.W., 18, 133.

(12) G.W., 18, 130.

(13) G.W., 20, 330.

Bibliografie

BAUSCH, Hans, *Der Rundfunk im politischen Kräftespiel der Weimarer Republik*, 1923-1933.

BRECHT, Bertold, *Gesammelte Werke in 20 Bänden*, Suhrkamp-Verlag, Frankfurt-a-M., 1967.

GROTH, Peter, *Die Entwicklung der Brechtschen Radiotheorie 1927-1932 im Brecht Jahrbuch 1976*, Suhrkamp, Frankfurt am Mainz, 1976.

GROTH, Peter, *Hörspiele und Hörspieltheorien in der Weimarer Republik*, Volker-Spiess, Berlijn, 1980.

KNILLI, Friedrich, *Deutsche Lautsprecher*, C.E. Poeschel, Stuttgart, 1970.

BODO, Rollka, Bertold Brechts Radiotheorie, in *Rundfunk und Fernsehen 19*, (1971), nr. 2, blz. 150 en vgl.

SCHWITZKE, Heinz, *Das Hörspiel*, Kiepenheuer & Witsch, Köln-Berlin, 1963.

SCHWITZKE, Heinz, *Reclams Hörspiel-führer*, Reclam, Stuttgart, 1969.

STEINWEG, Reiner, *Brechts Modell der Lehrstücke*, Frankfurt a.M., 1976.

het recht van antwoord

leo neels

In België hoort het recht van antwoord traditioneel bij de pers: zoals men een grote persvrijheid vanzelfsprekend acht, neemt men tevens aan dat het vanzelfsprekend is dat diegenen die in de pers worden vernoemd, over een repliekrecht beschikken. Naast de onbeperkte vrijheid van de pers om gelijk wie in haar kolommen te noemen, staat het recht voor al wie werd genoemd of aangeduid, om, naar aanleiding daarvan, te «antwoorden».

Reeds de eerste Belgische perswet van 20 juli 1831 regelde het recht van antwoord; zij werd op dit punt vervangen door de wet van 23 juni 1961, die op haar beurt werd aangevuld door de wet van 4 maart 1977.

Alle natuurlijke personen of rechtspersonen beschikken over het recht van antwoord; hoewel deze tekst de zgn. feitelijke verenigingen schijnt uit te sluiten, kan misschien toch wel worden gedacht dat zij hetzelfde recht hebben. Men neemt evenwel veel moeilijker aan dat zij ook in rechte hun recht zouden kunnen afdwingen, indien nodig. Het volstaat dat men in een periodiek geschrift bij name is genoemd of impliciet is aangewezen. Periodiek wordt

ruim opgevat; zelfs een jaarboek wordt als zodanig opgevat, en natuurlijk kranten, weekbladen enz. Boeken in de strikte zin van het woord vallen er buiten.

Het volstaat tevens dat men is genoemd of impliciet aangeduid; men moet niet zijn aangevallen, en men is evenmin verplicht iets te weerleggen, te ontkennen of recht te zetten. Men heeft zelfs reeds aanvaard dat men aan lofbetuigingen nog wat kan toevoegen via het recht van antwoord.

Daarmee is tevens aangegeven dat de oude opvatting, volgens dewelke het recht van antwoord een recht van verdediging was, geheel is verlaten. Het is een eigen zelfstandig recht, dat weliswaar pas ontstaat zodra men is genoemd in een periodiek, maar dat niet wordt geconditioneerd door de tendens van het artikel waarin de vernoeming voorkomt.

Alléén degene die het recht uitoefent, oordeelt over de opportuniteit van het antwoord. De rechtspraak vergt wel dat het een antwoord moet zijn «in de gewone betekenis van het woord», maar veel verduidelijking heeft zulks niet gebracht. Gezien men zelfs aanneemt dat degene die zijn recht van antwoord

benut, een persoonlijkheidsrecht uitoefent, past alleszins een zeer grote terughoudendheid van de redactie om het antwoord te beoordelen of te evalueren. In feite komt dit haar niet toe.

Zoals gezegd, geeft élke vermelding in de pers aanleiding tot het uitoefenen van het recht van antwoord. Hieraan heeft de wet toch één beperking gesteld. Indien het oorspronkelijk artikel wetenschappelijke, artistieke of letterkundige kritiek omvat, levert dit slechts een recht van antwoord op indien het antwoord ten doel heeft een zakelijk element recht te zetten of een aantasting van de eer af te weren. In die gevallen is dus de inhoud van het antwoord wél beperkt. Omdat het gaat om uitzonderingsgevallen, worden zij beperkend geïnterpreteerd. Zo heeft de rechtspraak niet aanvaard dat een damesweekblad voorhield dat een artikel als wetenschappelijke kritiek werd voorgesteld, terwijl dezelfde kwalifikatie ook reeds werd ontzeggd aan een blad van een verbruikersorganisatie waarin vergelijkende waarentests werden gepubliceerd.

Het recht van antwoord moet worden uitgeoefend binnen drie maanden, door een aangetekend schrijven, te richten

aan het kantoor van het blad. Indien het aan de wettelijke voorwaarden beantwoordt, moet het worden afgedrukt «in het eerste nummer dat verschijnt na afloop van een termijn van twee vrije dagen, die ingaat op de dag waarop het antwoord ten kantore van het periodiek geschrift werd ingediend». Tegenover de relatief lange termijn om het recht uit te oefenen, staat derhalve een zeer korte termijn voor de redactie om uit te maken of men verplicht is het te publiceren. Immers, alleen de redactie kan dan in werkelijkheid nagaan of de wettelijke vereisten vervuld zijn, naar vorm en inhoud. En vermits zij in de regel liever zélf haar kolommen vult, dan deze te laten vullen, zal men vaak op zoek gaan naar middelen om het antwoord niet te plaatsen. De rechtspraak is op dit punt veel-er strikt, en gaat uit van de primaire plicht voor de redactie om zich aan de wet te houden. Zo werd zelfs geoordeeld dat het feit dat een weekblad al geheel was gedrukt op het ogenblik dat het antwoord nog binnenkwam, niet verhinderde dat het toch had moeten worden gepubliceerd, ook al zou dat belangrijke bijkomende kosten hebben meegebracht.

Het recht van antwoord moet aan de volgende formele eisen beantwoorden:

- uitgaan van een natuurlijke of rechtspersoon;
- die genoemd is of impliciet is aangeduid;
- binnen drie maanden;
- gericht aan het kantoor van het blad;
- max. 1000 lettertekens (=minimum), of het dubbel van de ruimte (ook in letter- en leestekens uitgeteld) die werd ingenomen door het oorspronkelijk artikel; ook deze vereiste is van zéér strikte interpretatie,
- nauwkeurige opgave van de teksten, vermeldingen, of aanhalingen waarop het antwoord betrekking heeft;
- in dezelfde taal zijn opgesteld als die van het periodiek geschrift.

De beoordeling van deze formele eisen is vrij gemakkelijk, en stelt geen grote problemen. Men kan er wel op wijzen dat de berekeningsnorm, die bestaat uit de letter- en leestekens, wél uitermate vervelend is.

- Moeilijker liggen de inhoudelijke eisen:
- bij wetenschappelijke... kritiek is de inhoud beperkt, zoals beschreven;
 - het moet een «antwoord» zijn «in de

gebruikelijke betekenis van het woord»;

- het moet in onmiddellijk verband staan met de bestreden tekst. Dit stelt een probleem, omdat men hieruit vaak probeert af te leiden dat het antwoord een weerlegging zou moeten zijn van de bestreden tekst, of uit niet méér zou mogen bestaan dan een rechtzetting. Zulke interpretatie is duidelijk foutief. Het verband wordt in de eerste plaats beoordeeld door degene die antwoordt, en niet door de redactie. Deze vereiste kan er niet toe leiden eisen te stellen aan de stijl of het niveau van het antwoord. Wie op een platvloers artikel antwoordt, kan niet gedwongen worden dat op een even platvloerse wijze te doen, en een intellectualistisch artikel kan perfect worden beantwoord met een dom recht van antwoord. Naar mijn mening volstaat het dat de thema's van het oorspronkelijk artikel en van het antwoord samenvallen of dicht bij elkaar liggen; er kan perfect verschil zijn in de wijze waarop zij in het artikel en het antwoord worden behandeld.
- Het mag niet beledigend zijn of in strijd met de wetten of de goede zeden. Wat het beledigend karakter betreft, moet worden aangemerkt dat de rechtspraak van de redacties verwacht dat zij niet al te lichtgeraakt zouden zijn: een repliek op dezelfde toon als zij hebben aangewend, kunnen zij niet weigeren te plaatsen.
- Men mag in het antwoord niet zonder noodzaak derden in de zaak betrekken. Derden zijn personen die niet werden genoemd in het oorspronkelijk artikel. Degene die antwoordt, oordeelt of hij een derde moet noemen om nuttig te kunnen antwoorden. Vaak wordt echter de vermelding van enige derde aangegrepen om het antwoord te weigeren. Er is zelfs een arrest bekend, dat de vermelding van «Jesus Christus» voldoende acht om het antwoord te weigeren.

De redactie, die over beperkte tijd beschikt om zich te beraden, staat voor een epineus probleem: haar houding zou in werkelijkheid moeten zijn om, ruiterlijk, de antwoorden op te nemen: dat is immers de strekking van de wet. Maar vaak voelt zij zich gecounterd, en zoekt men motieven om het antwoord niet te moeten plaatsen. Dit heeft geleid tot een soms wonderlijke jurisprudentie.

Het antwoord moet, indien het conform is, geplaatst worden: in zijn geheel, in dezelfde lettertekens als het oorspronkelijk artikel, en zonder tussenvoeging. De bijna gebruikelijk geworden «nota van de redactie» is, volgens de strekking der wet wel enigszins misplaatst...

Overtredingen zijn strafrechtelijk, met boetes, gesanctioneerd; het misdrijf verjaart echter binnen drie maanden, hetgeen erg snel is. Men doet er derhalve goed aan ofwél klacht neer te leggen met burgerlijke partijstelling, of, beter nog, een rechtstreekse dagvaarding uit te brengen.

Ten aanzien van audiovisuele middelen bestaat ook het recht tot antwoord; dit geeft echter geen toegang tot de micro of het scherm. Het antwoord is hier altijd beperkt tot rechtzetting van onjuiste feiten, of tot het afweren van aantastingen van de eer. Men heeft slechts één maand om het antwoord te vorderen. De tekst mag 4500 typografische tekens omvatten, of moet in max. 3 minuten kunnen gelezen worden. Voor het overige gelden dezelfde eisen als t.a.v. periodieke geschriften. Desgevallend kan reeds eerder spontaan een bevredigende rechtzetting zijn geschied, en dan vervalt de grond tot antwoord; over de ingezonden tekst kan ook overleg worden gepleegd, omdat hij moet worden «aanvaard». Indien geen akkoord bestaat, kan een beroep worden gedaan op de voorzitter van de rechtbank van eerste aanleg.

Een eigenaardige bepaling is de volgende. Uitzendingen door derden (de gastprogramma's of de zendgemachtigde verenigingen) geven géén aanleiding tot recht van antwoord. Men weet dat deze uitzendingen tot 50 % van de zendtijd van de B.R.T.-Nieuwsdienst kunnen omvatten, en dus steeds belangrijker zijn geworden qua omvang. Men weet ook dat de informatieve uitzendingen van de B.R.T. zélf aan een objectiviteitsverplichting zijn onderworpen. Welnu, dié uitzendingen zijn vatbaar voor uitoefening van een recht tot antwoord, terwijl de uitzendingen van de «zendgemachtigden» natuurlijk bij definitie gebonden, subjectief en eenzijdig zijn, en géén aanleiding geven tot recht van antwoord.

Dit is, samen met verscheidene andere, toch een aangelegenheid die zou moeten worden gewijzigd.

Op 6 oktober 1981 hield EVA INSULANDER, manager van de lokale 'Radio Kronoborg', een uiteenzetting over de Zweedse lokale radio. Dit in het kader van een IYF-seminarie (International Youth Federation for environmental Studies and action) over «the use of the media for environmental education and action», dat georganiseerd werd in samenwerking met de European Youth Council en plaatsvond in Straatsburg. HERMAN CLERINX verwerkte de krachtlijnen van haar toespraak en de discussie achteraf.

lokale radio in zweden

herman clerinx

Tijdens de nabespreking zei Mevr. Insulander trots dat het Zweedse systeem vermoedelijk niet ideaal was maar toch het beste dat ze ooit gezien had. Allezins was het volgens haar het meest open en democratische ter wereld. Omdat de Belgische debatten rond de vrije en lokale radio voorlopig nog niet rond zijn, is het wellicht nuttig om na te gaan waarom ze deze mening aankleeft.

De wetgeving

De Zweedse nationale omroep is sinds 1979 als volgt gestructureerd:

De omroep is m.a.w. in vier 'blokken' verdeeld, die elk een ruime mate van onafhankelijkheid genieten. Ze hebben hun eigen bestuursorganen, voeren hun eigen beleid en beheren zelf hun financiën. Deze laatste komen net als in België van een kijk- en luisterbelasting die door de staat wordt geïnd. Het parlement bezit het recht erover te beschikken en beslist vrij hoeveel procent ervan naar de omroep gaat.

Binnen de omroep begint dan het touwtrekken om het grootste deel van deze koek, een verschijnsel dat door de

besparingswoede waaraan ook Zweden niet ontsnapt, met het jaar erger wordt. Met als gevolg dat, om de woorden van Insulander aan te halen, de lokale radio «niet veel maar toch iets ontvangt.»

In 1977 werden de eerste lokale radio's opgericht, als reactie op de persconcentratie die ook in Zweden plaatsvond, en waardoor het aantal (hoofdzakelijk lokale) kranten aanzienlijk afnam op een ogenblik dat bij het publiek het verlangen naar decentralisatie en kleinschaligheid alsmear aangroeide. Nadat in 1979 alle partijen de 'lokale radiowet' goedkeurden, werden de stations onder de nationale omroep geplaatst.

De regering schreef in deze wet o.m. de volgende doelstellingen: «-een intensieve en vrije doorstroming van informatie is een van de voorwaarden voor een goed draaiende en levende democratie;

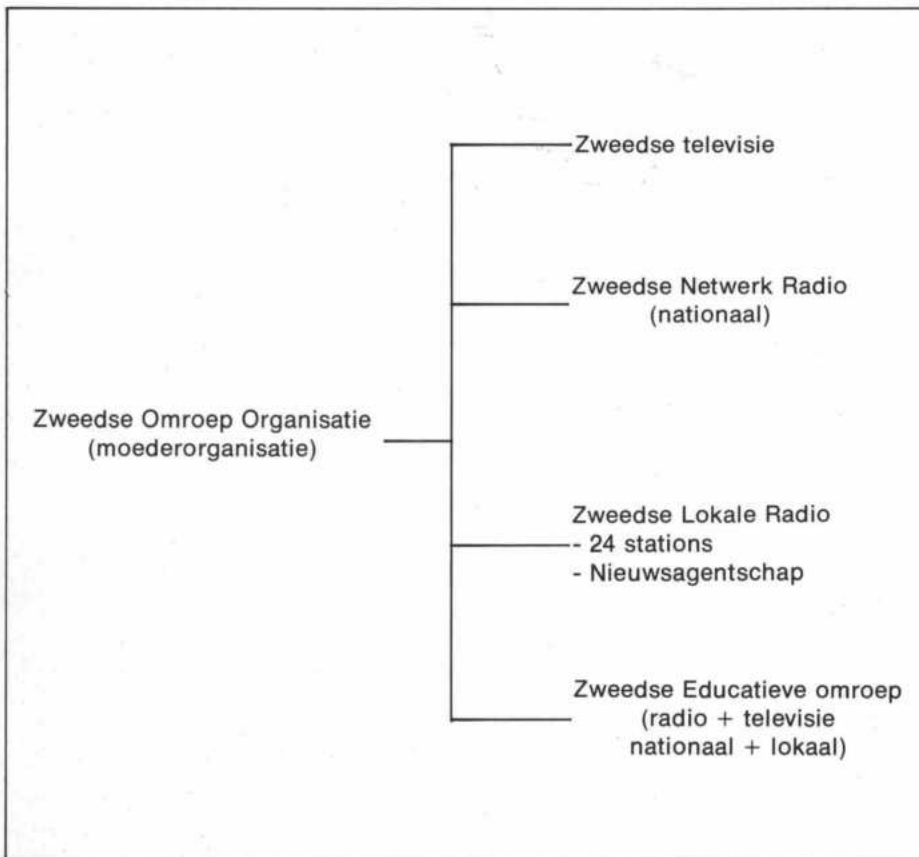
- een belangrijke taak van de massamedia bestaat erin de beslissingen van de centrale regeringen en van plaatselijke besturen, kritisch te onderzoeken;

- lokale radio moet, op een zo evenwichtig mogelijke wijze, het economische leven, industriële relaties, opvoeding, stromingen binnen het volk en het culturele leven binnen zijn gebied, weerspiegelen;

- vanuit het gezichtspunt van de gemeentelijke democratie is het noodzakelijk dat de lokale radio meer berichten over plaatselijke aangelegenheden doorgeeft en een algemene discussie erover bevordert;

- politieke partijen, stromingen binnen het volk en privé-personen moeten daarom de kans krijgen om hun eigen visie over gemeentelijke en andere onderwerpen te uiten;

- lokale radio moet een forum bieden



voor een dialoog tussen gemeentelijke en gekozen mandatarissen en de burgers;

- lokale radio moet uitzendingen in talen van minderheden verzorgen» (1).

Alles kwam er op neer dat de lokale radio een instrument tot oriëntatie en identificatie van de plaatselijke gemeenschap zou worden.

Naast de wet werden de doelstellingen van de radio's ook bepaald door een overeenkomst met de staat. Hierin komen twee belangrijke kernbegrippen naar voren:

«- verbeteren van de communicatie tussen de mensen, tussen de verkozenen en hun kiezers, tussen de bewinds-lui en wie door hun bewind beïnvloed is; - uitdiepen van de democratie, wat betekent dat de radio geopend wordt voor verschillende vormen van toegankelijkheid en participatie, op wijzen die tot nog toe niet in Zweden werden geprobeerd» (2).

Daarnaast moet de lokale radio de ether openstellen voor de plaatselijke cultuur en deze zelfs stimuleren. Deze eis kan men natuurlijk niet loskoppelen van de naar Europese begrippen enorme oppervlakte van Zweden, met een eerder verscheiden bevolking. Zo kennen de Lappen een heel ander levenspatroon dan zeg maar de inwoners van Stockholm.

De praktijk

Volgens het principe van een zo groot mogelijke decentralisatie (zoals gezgd een steeds terugkerend punt binnen de Zweedse politiek) richtte men 24 lokale stations op, wat ongeveer overeenkomt met één per provincie. Deze vorm van 'lokale' radio ligt uiteraard mijlver verwijderd van de 8 km-eis van het Belgische koninklijk besluit maar we moeten hier toch bij aanstippen dat Zweden veel dunner bevolkt is. Bovendien kent men ook een uiterst plaatselijke, oftewel gemeentelijke vorm van radio. We komen daar nog op terug.

Elk plaatselijk station is vrij onafhankelijk, zowel tegenover de nationale omroep als tegenover het overkoepelend bestuur van de lokale radio. Binnen het wettelijk kader kan elkeen vrij zijn eigen beleid bepalen. In feite is elk station over alles bevoegd, behalve over het aanwerven van nieuw personeel. Om de een of andere duistere reden, waar Insulander

niet op inging, heeft het hierin enkel een sterk adviesrecht.

Binnen elk station verlangt men dat iedereen ongeveer alles kan; de journalisten dienen zelf hun programma te kunnen monteren terwijl van de technici verwacht wordt dat ze ook een interview kunnen afnemen.

Men koos bewust voor deze integratieve aanpak omdat men geen vakidioten wil kweken en ook omdat men met te weinig personeel moet werken. Om die reden kocht men trouwens betrekkelijk gemakkelijk te hanteren apparaten aan, en liet men deze zelfs speciaal voor de omroep ontwerpen.

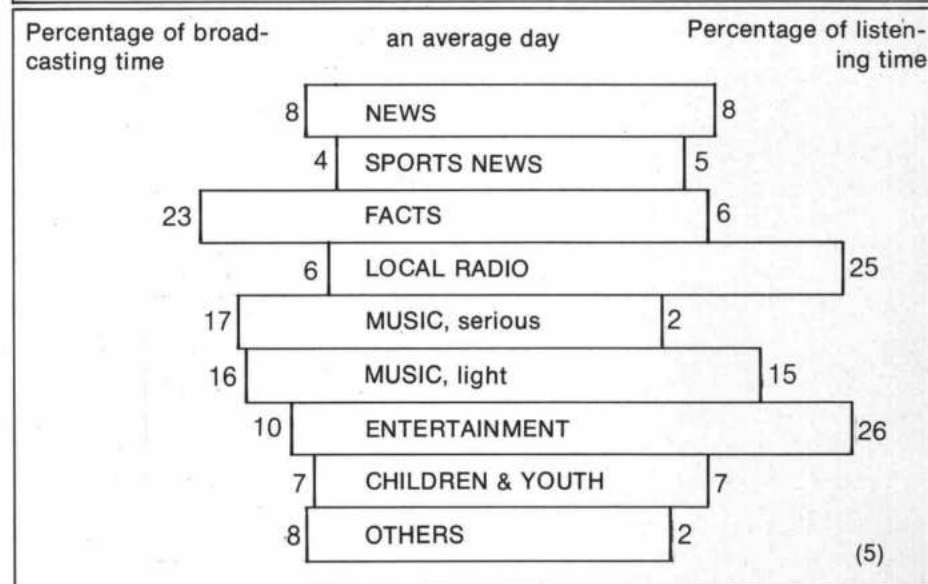
Verder bezit elke zender een aantal mobiele studio's en zenders voor o.m. héél plaatselijke opnamen en uitzendingen. Sommige stations gebruiken hiervoor een caravan, terwijl ze allemaal over een speciale zend-auto beschikken. Om de decentralisatie nog sterker door te voeren werden over het hele land ook 33 bij-kantoren of bij-stations opgericht. Dat aantal wil men overigens nog opdrijven, waarbij men er naar streeft om tegelijk regelmatige en zeer plaatselijke uitzendingen te verzorgen.

Normaal gebruikt men voor de uitzendingen van de «derde» Zweedse radio, een station dat met Hilversum kan worden vergeleken (waarvan trouwens ook de programma's door de regionale zenders worden 'weggedrukt'). Gedurende de ochtend, middag en vooravond vervangen de lokale uitzendingen de nationale programma's, met een gemiddelde van 15,5 uren per week en per station. Daarbuiten verzorgt elk station ook uitzendingen binnen een straal van 7 km, en dit met behulp van de hoger vernoemde zend-auto.

Gemiddeld nemen nieuws- en actualiteitenprogramma's 65% van de lokale programma's voor hun rekening. Muziek krijgt minder dan 20% en daarvan neemt volksmuziek (plaatselijke muziek) nog de grootste brok in beslag.

Blijkbaar kan het publiek de lokale uitzendingen pruimen want alhoewel de lokale radio in maart 1981 slechts 6% van de zendtijd vulde, nam hij toch 25% van de beluisterde tijd in beslag (3). In tegenstelling tot wat men wel eens zou denken, wordt het publiek dus niet door het 'praat-programma-karakter' van de uitzendingen afgeschrikt:

Percentage	1978/79	79/80	80/81°
News	37,8	36,7	35
Facts	23,6	28,4	28
Entertainment	3,8	2,3	3
Gramophone	13,1	13,8	17
Others	21,7	8,8	17
°prognosis			(4)



Omdat de lokale radio ook ruimte diende te scheppen voor de talen van minderheden, heeft elk station ten minste één journalist in dienst die de taal in kwestie machtig is. De algemene regel luidt dat een taalgroep 2000 leden moet tellen om programma's te krijgen. Dit maakt dat 23 stations in het Fins uitzenden (Zweden heeft een belangrijke Finse minderheid en zelfs partijen die ijveren voor een hereniging van beide landen), 14 in het Joegoslaafs (Servo-Kroatisch), 12 in het Grieks, 3 in het Laps en 1 in het Turks en Spaans.

«allemansradio»

Tenslotte voelde Insulander zich bijzonder gelukkig met een aantal recente ontwikkelingen binnen de lokale radio. Zo kent men sinds kort de «allemansradio», een woord dat we niet hoeven te vertalen. De meeste stations proberen thans zulk een «open-ether» initiatief uit, en sommige onder hen hebben er zelfs speciaal personeel voor aangevonden.

Het systeem komt er op neer dat *iedereen* een programma over wat hij maar wil, kan maken. Het mag eender waarover handelen: over politiek, over zijn geliefkoosde huisdier of het mag zelfs een gewoon popprogramma wezen (wat in de praktijk echter weinig voorkomt). Het enige dat een liefhebber moet doen is een briefje schrijven, waarna hij een technicus en de nodige opnamespullen ter beschikking krijgt. Wanneer het technisch aanvaardbaar is, wordt zijn programma in zijn gemeente uitgezonden, en een enkel keertje over de hele provincie.

Wèl gaf Insulander toe dat voor dit laatste - het uitzenden van een interessant (wat is dat eigenlijk?) programma over de hele provincie, laat staan over het hele land - geen vaste, en dus enigszins 'objectieve', procedures bestaan. Alles hangt af van de goodwill en de informele contacten van het personeel, in casu de manager van elk station.

Tijdens de discussie bleken nog meer adertjes onder het gras van de allemansradio te schuilen. Alhoewel de programma's druk beluisterd worden, bleek uit een rondvraag toch slechts een bepaalde groep van de bevolking (echter zowel privé-personen als groeperingen) van deze mogelijkheid gebruik te maken. Verder staat het het publiek wel

vrij uit te zenden wat het wil (op onze vraag of men dan ook 'leugens' mocht vertellen, antwoordde ze dat wat dit betreft dezelfde wetten van kracht zijn, als voor de geschreven pers), maar moet de programmatie in zijn geheel toch evenwichtig zijn. Wanneer bijvoorbeeld iemand een programma over kernenergie maakt, moet het station ervoor zorgen dat binnen een redelijke termijn ook de andere klok wordt gehoord.

Verder is er niet voldoende zendtijd om aan alle aanvragen te voldoen. Het station moet dus schiften. Waarborgen om dit werkelijk objectief (wat dat ook moge betekenen) te laten geburen, ontbreken in feite. Veel hangt immers af van het oordeel van de plaatselijke manager.

Deze figuur heeft opvallend veel invloed: hij verzorgt de schifting van de aanvragen voor de allemansradio, is verantwoordelijk voor het programma-evenwicht en heeft ook een dikke vinger in de pap bij het uitkiezen van de onderwerpen voor de eigen uitzendingen. Natuurlijk, wanneer hij een integere man of vrouw is die alle richtingen echt aan bod wil laten komen en die zijn personeel een redelijke vrijheid toestaat, kan het systeem prima en tegelijk vlot functioneren.

Maar wanneer hij niet zo'n figuur is, kan de democratiserings-bedoeling weleens tekort worden gedaan. Iets wat Insulander zelf toegaf.

Toch bleef ze van mening dat het Zweedse systeem verre van slecht was. De meeste stations die ze kende, draaien inderdaad zoals het hoort en de luistercijfers zijn ook hoog, dus wat wil je meer? Alleszins vond ze het systeem beter dan wat ze in het buitenland zag en had ze goede hoop voor de toekomst. Wij van onze kant zijn benieuwd wat België ervan zal terecht brengen.

(1) *Swedish Local Radio - Lrab.* (Rapport opgesteld door de SWEDISH LOCAL RADIO - LRAB) Stockholm, 1981. (11 s 3 p.) p. 1.

(2) *Ibid.*, p. 7.

(3) *Ibid.*, p. 7-8.

(4) *Ibid.*, p. 9.

(5) *Ibid.*, p. 11.

ADVERTEREN IN DIT NUMMER

Gemeentekrediet	4
Standaard Boekhandel	11
Het belang van Limburg	15
Kluwer	38

lijst eindverhandelingen ce.co.we 1977-1980

Enkele jaren geleden, meer bepaald in het aprilnummer van de vierde jaargang (1974) publiceerden we de volledige lijst van de eindverhandelingen die tussen 1953 en 1973 werden afgelegd aan het Departement Communicatiewetenschap van de K.U.Leuven. Later, in het herfst-winter nummer van 1976-1977 werd deze lijst aangevuld met de thesissen die tussen 1974 en 1976 gepubliceerd werden.

Hieronder wordt deze lijst vervolledigd met de verhandelingen die tot en met 1980 verschenen zijn. De titels werden volgens zittijd gerangschikt en volledigheidshalve worden ook de namen van respectievelijk promotor en rapporteur vermeld.

In het volgend nummer van «Communicatie» zullen we dan de lijst publiceren van de eindverhandelingen die in 1981 werden verdeeld. Voor het eerst zal dit overzicht dan niet beperkt blijven tot het Centrum voor Communicatiewetenschappen van de K.U.Leuven, maar zullen ook de licentiaatsverhandelingen worden opgenomen die werden afgelegd aan de communicatiewetenschappelijke-centra van de universiteiten van Brussel (V.U.B.) en van Gent (R.U.G.).

W.V.d.b.

Februari 1977

1. DOBBELAERE, Freddy

Massamedia en technologische samenleving.
L. BOONE J.M. PETERS

2. VRANCKEN, Ludo

School en pers. Een onderzoek naar het communicatiegedrag van de leraar en de belangstelling vanwege de pers.
L. BOONE J.M. PETERS

3. WOUTERS, Eduard

Retoriek in «Alice's Restaurant», een retorische, formeel-esthetische filmanalyse.
J.M. PETERS L. VAN POECKE

Juli 1977

1. LOMMELEN, Alfons

Kommunikatiesatellieten verhouding: Westerse Wereld — Ontwikkelingslanden
L. BOONE W. VAN DER BIESEN

2. MATHIJS, Marleen

Kritiek en antikritiek op de reclame.
G. FAUCONNIER P. MARCK

3. TYRIONS, Hendrik,

De krant en haar omgeving. Een verkenning van de factoren die nationale persstructuren bepalen.
L. BOONE A. BREYNE

4. VAES, Karel

Radioamusement: onbekend, onbemind en toch dierbaar. Een kritische analyse van het fenomeen «radioamusement» en de doorwerking ervan bij BRT 2.
P. VANDENBUSSCHE J.M. PETERS

5. VANDERSCHOMMEN, Lucas

Lokale televisie en samenlevingsopbouw. Een communicatiewetenschappelijke toetsing van de theorie aan een concreet experiment.
G. FAUCONNIER P. VANDENBUSSCHE

6. VAN THIELEN, Stefaan

Bouwstenen voor een beschouwing over de specifieke taak en plaats van de K.R.O. in een Belgisch-Nederlandse omroepsamenwerking.
P. VANDENBUSSCHE J.M. PETERS

7. WYLIN, Willem

Telekolleg.
Een open schoolsysteem van de Bayerischer Rundfunk in München.
J.M. PETERS J. VERHOEVEN

September 1977

1. BILLEN, Raymond

Public-relations in het lokale openbare bestuur.
P. MARCK R. DEPREE

2. GEENS, Robert

Het Koninklijk Belgisch Filmarchief.
J.M. PETERS L. VAN POECKE

3. JAMAELS, Eduard

Studie over de openbaarheidsidee en haar impact op de verhouding van pers en gerecht.
L. BOONE L. MEERTS

4. SLEGGERS, Hildegard

De massamedia in Portugal na 25 april 1974. De gevallen Republica en Radio Renascenca.
L. BOONE W. VAN DER BIESEN

5. VAN WINCKEL, Anne-Marie

De stadskrant: «Ambetant, stout, nieuwsgierig en lastig»?
L. BOONE A. BREYNE

6. VERCAMMEN, Daniel

Interne communicatie in het Bedrijf.
G. FAUCONNIER L. BOONE

7. WIEERS, Marijke

Van jeugdbescherming naar jeugdbegeleiding. Een sociaal probleem met communicatiewetenschappelijke aspecten.
G. FAUCONNIER W. DUMON

Februari 1978

1. BERGHMAN, Greta

Studie van misdaadnieuws in Vlaamse dagbladen: literatuurstudie

en inhoudsanalyse

L. BOONE W. VAN DER BIESEN

2. STROOBANTS, Alena

Vorm- en inhoudskarakteristieken van de bestseller

J.M. PETERS L. VAN POECKE

3. VAN DE MAELE, Bernadette

Het beeld van de vrouw in de reclame van de nederlandsestalige vrouwenbladen: een inhoudsanalyse.

G. FAUCONNIER L. VAN POECKE

Juli 1978

1. DECOUTERE, Marleen

Overheidsvoorlichting inzake ruimtelijke ordening in Nederland.

G. FAUCONNIER A. BREYNE

2. DE GROOFF, Dirk

Vergelijkende reclame. Toekomstmuziek voor de Belgische advertentiemarkt.

G. FAUCONNIER W. VAN DER BIESEN

3. DE KUNST, Rosa

Sociale aspecten van de vrouwenpers. (Naar een nieuw beeld van de vrouwenbladen).

L. BOONE L. VAN POECKE

4. GILLES, Marleen

Patiënt en hulpverlener in de ziekenhuissituatie. Een communicatiewetenschappelijke benadering.

G. FAUCONNIER Y. NUYENS

5. HUYSENTRUYT, Stefaan

Typologie van de Vlaamse Redactionele Weekbladpers

W. VAN DER BIESEN L. BOONE

6. RASKING, Peter

Overheidssteun aan de pers in Zweden. Met toepassing op de Belgische situatie.

L. BOONE G. FAUCONNIER

7. RECKERS, Godelieve

Abonneren op en afzeggen van Het Belang van Limburg.

L. BOONE W. VAN DER BIESEN

8. SERVAES, Jan

Het boek in Vlaanderen. Een verkennende studie naar de structuur en werking van uitgeven, distribueren en consumeren van boeken.

L. BOONE L. VAN POECKE

9. VAN CLEEMPUT, Jan

Overheidsreclame.

G. FAUCONNIER A. BREYNE

10. VAN HOOFF, Dony

Computer en communicatie. De tweede technologische revolutie.

G. FAUCONNIER J. VANHOUTVINCK

11. VANMOLKOT, Hendrik

De notie «Kommunikatie» in het werk van Claude Lévi-Strauss.

L. VAN POECKE G. FAUCONNIER

September 1978

1. DE GEEST, Marleen

Kinderjoernaal, mondjesmaat-informatie op kindermaat. Onderzoek naar de bestaansreden en de juiste formulering van een kinderjoernaal.

P. VAN DEN BUSSCHE G. FAUCONNIER

2. HERMANS, Sonia

De lezersbrief in een vrouwenblad.

L. BOONE L. VAN POECKE

3. LAEREMANS, Leon

Kommunikatiepolitieke denkbeelden bij de BSP-PSB sinds 1945.

L. BOONE A. BREYNE

4. SCHEERDER, Arnold

De beïnvloeding door de reclame en de bescherming van de konsument.

G. FAUCONNIER L. MEERTS

5. TESSENS, Luc

Het faillissement van de Standaardgroep. Materiaalverzameling en explorerend onderzoek.

L. BOONE W. VAN DER BIESEN

Februari 1979

1. BOLLEN, Julius

Overheidsvoorlichting in de openbare centra voor maatschappelijk welzijn.

P. MARCK G. FAUCONNIER

2. DRIESSEN, Anna

Jeugd en krant. Een beschrijving van het ontstaan en de totstandkoming van een project in verband met onderwijs met en over de krant.

L. BOONE G. FAUCONNIER

3. INDIGNE, Elisabeth

De weerklank van de eerste neo-realistische films in de internationale pers.

J.M. PETERS D. LAUWAERT

4. STAS, Norbert,

Lokale verkiezingspropaganda. Een analyse naar de communicatieve aspecten van de postinwerpsels verspreid n.a.v. de gemeenteraadsverkiezingen van 10 oktober 1976 in Landen en Montenaeken.

W. VAN DER BIESEN G. FAUCONNIER

5. VANDERWEGEN, Imelda

Het beeld van de journalist in de roman. Elementen ter constructie van een analysemodel.

L. VAN POECKE L. BOONE

Julie 1979

1. ADRIAENS, Rik

Zelfdiscipline in de reclame.

G. FAUCONNIER L. MEERTS

2. BRUNEEL, Jozef

Communicatiegedrag in een crisis- en een gerucht-situatie.

L. BOONE G. FAUCONNIER

3. CEOEN, Catharina

Een vergelijkende studie van de grondslagen van het omroepbestel in Groot-Brittannië en West-Duitsland.

P. VANDENBUSSCHE L. BOONE

4. DE VOS, Ingrid

Het fenomeen sensatiekrant. Een literatuurstudie en een inhoudsanalyse van 'Bild-Zeitung' en 'Kwik'.

W. VAN DER BIESEN L. BOONE

5. VAN POPPEL, Adelbert

Kritische sportjournalistiek: mogelijkheid of onmogelijkheid.

W. VAN DER BIESEN A. BREYNE

6. WILLEM, Maria

Analyse van de berichtgeving over China in de Standard en Le Monde

L. BOONE W. VAN DER BIESEN

September 1979**1. BOSSEREZ, Erika**

'Wilde aardbeien' van Ingmar Bergman. Een esthetische filmanalyse.

J.M. PETERS L. VAN POECKE

2. CLIJMANS, Godelieve

Het theoretisch principe objectiviteit. Literatuurstudie als proeve tot begripsmatig en procesmatig definiëren van een controversieel maxime in de Westeuropese monopolistische omroepen.

L. BOONE W. VAN DER BIESEN

3. DE SAEDELEER, Anita

Structuur en bronnen van de regionale berichtgeving in de Vlaamse dagbladpers.

L. BOONE L. MEERTS

4. FAES, Eddie

De Nouvelle Vague in de Nederlandstalige filmtijdschriften (1955-1965).

J.M. PEETERS

5. HUYS, Cecile

Kinderen en geweld op televisie. Een literatuuronderzoek naar de invloed van het zien van geweld op de televisie op het agressief gedrag bij kinderen.

J.M. PETERS P. MARCK

6. LOCUS, Daniel

Het beeld van het fascisme in de hedendaagse Italiaanse film.

J.M. PETERS E. DE JONGHE

7. VAN BEEK, Wouter

Radioreclame. Literatuurstudie en case-study.

G. FAUCONNIER P. VANDENBUSSCHE

8. VERPOORTEN, Bruno

Evolutie van de Vlaamse film en het filmkader in Vlaanderen sedert 1960.

J.M. PETERS L. VAN POECKE

9. VRANCKX, Frank

Sober maar mondig: de pretentie van het medium. Een typologie van het medium video.

G. FAUCONNIER J.M. PETERS J. VAN HEDDEGEM

Februari 1980**1. DERIDDER, Karel**

De grammofoonplaat, een massa-medium tussen producent en consument.

A. DE MEYER G. FAUCONNIER

2. LOWETTE, Patrick

Mediaonderwijs in de lagere school. Uitwerking en evaluatie van een concreet lessenpakket.

W. VAN DER BIESEN L. BOONE

3. VAN ROMPAY, Guido

Reklame op de Belgische televisie? Status questionis en bijdrage tot een globale discussie.

G. FAUCONNIER L. BOONE

4. VERMEREN, Anna

Wetenschapsvoorlichting. Studie van het proces en terreinverkenning aan de Nederlandstalige universiteiten in België.

G. FAUCONNIER P. MARCK

5. WINNEN, Daniël

Informatieverspreiding door culturele centra in Vlaanderen

G. FAUCONNIER P. MARCK

Juli 1980**1. BOM, Martine**

Une radiographie de «Beaubourg». Le Centre National d'Art et de Culture Georges Pompidou à Paris analysé selon un modèle de communication.

G. FAUCONNIER L. VAN POECKE

2. CHANTILLON, Théophile

Farmaceutische reclame. Status quaestionis van een maatschappelijk probleem.

G. FAUCONNIER L. MEERTS

3. MERTENS, Stefaan

De Algerijnse film. Een politiek-cinematografische studie.

J.M. PETERS L. VAN POECKE

4. MEULEMANS, Anita

De vrouwenpers. Inhoudsanalyse van een vrouwentijdschrift gedurende 2 tijdsperiodes.

L. BOONE W. VAN DER BIESEN

5. MICHIELS, Eliane

Sociale verslaggeving als public relations-middel.

P. MARCK G. FAUCONNIER

6. SMETS, Godelieve

Kommunikatoren in de vrouwenpers.

L. BOONE G. FAUCONNIER

7. VAN DEN ABEELE, Gabriël

Film, genre en politiek. Literatuurstudie naar de politieke rol van de (genre-)film.

J.M. PETERS E. DE JONGHE

8. VANDORMAEL, Jeanine

Een morfologie van de Belgische Nederlandstalige dagbladpers.

L. BOONE W. VAN DER BIESEN

9. VAN ESPEN, Nora

Variabelen die kijk-, lees- en luistergedrag bepalen.

L. BOONE G. FAUCONNIER

10. VAN MEEL, Rosita

Het grenzenloze medium radio 1930-1980.

P. VANDENBUSSCHE G. FAUCONNIER

9. TANGHE, Diederik

Teletext-ondertiteling. Een verkennend onderzoek naar de behoefte aan ondertiteling voor gehoorstoorden in het Vlaamse landsgedeelte.

G. FAUCONNIER L. VAN POECKE J. VAN HEDDEGEM

10. VAN DER PLAS, Gerda

Oorlog en film. Literatuurstudie over de oorlogsfilm in Duitsland, Groot-Brittannië en de Verenigde Staten. Sinds de tweede wereldoorlog.

J.M. PETERS L. VAN POECKE D. LAUWAERT

11. VERHELLE, Anthony

Mei '68 in de media. Diverse belichting van mei '68 in Parijs. Le Monde - Le Figaro.

E. DE JONGHE W. VAN DER BIESEN

12. WELLENS, Daniël

Muziek als manipulatie. Analyse en beschrijving van functionele muziek.

G. DE MEYER G. FAUCONNIER

September 1980

1. CAMMAERTS, Marc

Reklame en konsumenteninformatie. Een vergelijkend onderzoek.

G. FAUCONNIER L. MEERTS

2. COOSEMANS, Dirk

Televisietoneel.

J.M. PETERS L. VAN POECKE

3. DAELS, Franca

Beschrijvende studie van de toneelrecensies in de Vlaamse pers tijdens het seizoen 1974-1975.

J.M. PETERS L. BOONE

4. DE GENDT, Johan

De houding van de omroep tegenover zijn publiek. Een verkenning van de mogelijkheden tot wisselwerking.

L. BOONE G. FAUCONNIER

5. DE GREEF, Willem

Dziga Vertov. Een montageconcept.

J.M. PETERS L. VAN POECKE

6. HENDRIX, Ivo

Massamedia, instrumenten van heerschappij of van bevrijding?

Een inleiding tot de mediatheorie van Oskar Negt en Dieter Prokop.

L. BOONE G. FAUCONNIER

7. PEETERS, Michel

Leesbaar of niet? Een vergelijkend onderzoek naar de leesbaarheid van Nederlandse journalistieke teksten.

L. VAN POECKE G. DE MEYER

8. STEENSELS, Ludo

Persvrijheid en dagblad.

Rechten en plichten van de bij de dagbladcommunicatie betrokken oproepen.

L. BOONE W. VAN DER BIESEN

feiten
en
meningen
uit
de
media-
wereld

WIM SCHAMP
WIM VAN DER BIESEN

Als het van JIMMY GOLDSMITH, de tumultueuze eigenaar van het Franse weekblad L'Express, afhangt, komen premiejagers in de journalistiek in de komende jaren aan hun trekken. Goldsmith maakte onlangs bekend dat hij jaarlijks een prijs uitlooft van meer dan 3,5 miljoen BF voor de beste journalistieke bijdrage over de SUBVERSIE IN DE MEDIA.

'Dat zou de pers moeten aanmoedigen om zichzelf wat uit te mesten', zo schreef Goldsmith aan de Engelse Times. 'In Groot-Brittannië krijgen de dagbladuitgevers telkens opnieuw te horen dat zij zich te pas en te onpas mengen in het werk van hun redacties. Men zwijgt echter als vermoord over de inmenging van VREEMDE MOGENDHEDEN bij de kranten. Zoveel is zeker dat nochtans heel wat journalisten door hen betaald worden'.

Wie die 'vreemde mogendheden' zijn, laat Goldsmith in het midden, maar één naam wil hij alvast noemen: de Lybische kolonel Kadhafi.

In het Italiaanse Siena was er dit jaar veel herrie rond de toekenning van de gerenommeerde PRIX ITALIA. Het TV-aanbod was kwalitatief ondermaats zodat het er oorspronkelijk naar uit zag dat bepaalde prijzen niet zouden toegekend worden. De Prix Italia voor radiodocumentaires werd behaald door een productie van de Poolse radio «Poolse zomer», een reportage over Gdansk 1980. De persprijs in deze sector ging naar de Spaanse radio voor het klankbeeld «23 februari», een montage van de live-uitzending over de bezetting van het Spaanse parlement op die dag. Radio France verwierf de muzikale prijs met «De macht van Hermes» en de ARD radio behaalde de hoorspelprijs met «Intensive Care».

«The day after Trinity» van het Amerikaanse PBS-station over de vader van de atoombom Oppenheimer behaalde de prix-Italia in de sector TV-documentaires. De toekenning van een prijs aan het Zweedse TV-spel «Jackpot» werd fel betwist.

In tegenstelling tot de meeste andere Europese landen is het DUITSE BIOSCOOPBEZOEK in 1980 fel toegenomen. Het aantal bioscopen liep dit

jaar op tot 3.354, wat 158 meer is dan in 1979. Het bezoekersaantal evolueerde met 1,3 % tot 143 miljoen.

•
Het KIJKVOLUME voor de B.R.T. stijgt voortdurend.

Tijdens het tweede kwartaal (april-mei-juni) van 1981 werd 64,50 % van de kijktijd aan de beide B.R.T.-zenders besteed. In 1980 was dit nog 62,50 %. Tijdens dezelfde periode daalde het kijkvolume voor de Nederlandse zenders van 23,50 % tot 20,20 %.

Tussen januari en juni 1981 was DALLAS de absolute topper (2.080.297 kijkers op 11 juni 1981), onmiddellijk gevolgd door Arnold, de Weerman, het Nieuws en het Eurovisie-Songfestival vanuit Dublin.

•
Onder de titel M.E.P. (= "Maatschappelijk Educatieve Publikatie") verscheen op 22 oktober 1981 het eerste nummer van een soort Vlaamse tegenhanger van het succesrijke franstalig satirisch weekblad PAN. Het verschijnt om de veertien dagen en men betaalt 5 Bfr. voor vier pagina's. De auteur Henri Floris Jaspers en de cartoonisten Jan en Joke behoren tot de medewerkers.

•
Op een congres van de Internationale Federatie van Dagbladuitgevers (FIEJ) te Genève zei Elisabeth NOELLE-NEUMANN, directrice van het "Institut für Demoskopie" te Allensbach (West-Duitsland), dat de krant zich hoofdzakelijk tot de linkerhelft van de hersenen wendt, terwijl de televisie vooral de rechterhelft aanspreekt. Volgens de zgn. "twee-hemisferentheorie" wordt de linkerhelft van onze hersenen als het overwegend rationele gedeelte beschouwd. Hier wordt het woordmateriaal dan ook in een logische vorm verwerkt. De rechterhelft integendeel houdt zich specifiek bezig met het opnemen en verwerken van beeldmateriaal. Hieruit volgt, aldus Noelle-Neumann, dat het hersenonderzoek grote betekenis heeft gekregen voor uitgevers en redacteurs.

Uit een enquête die werd uitgevoerd door de studiedienst van de Unie van de Belgische Adverteerders is gebleken dat de uitgaven voor RECLAME in de GESCHREVEN PERS in 1980 met 5,80 % waren gestegen in vergelijking met 1979. In totaal ontving de pers 7.262,8 miljoen Bfr. aan reclamegelden. Van deze som ging 2.787,7 miljoen of 38 % naar de dagbladen, 1.584,5 miljoen naar de zgn. familiebladen en 1.451,2 miljoen naar de vrouwenbladen.

Wat de economische sectoren betreft, komt vervoer en toerisme op de eerste plaats (22,42 %), gevolgd door de dienstensector (19,79 %), woning-inrichting en -onderhoud (11,32 %), voeding (11,02 %), cultuur en ontspanning (7,2 %), drank (7,06 %) enz.

Het weekblad KNACK bestaat sinds de voorbije oktobermaand 10 JAAR. Knack werd in 1971 gesticht door Willy De Nolf, voorzitter van de raad van bestuur van de uitgevergroep ROULARTA. De rendabiliteit van wettelijk verschijnende magazines elders ter wereld en het onmiskenbaar gat in de Vlaamse weekbladmarkt noopten de initiatiefnemers tot de oprichting van Knack. Het heeft de uitgeverij — achteraf beschouwd — geen windeieren gelegd, getuige de indrukwekkende expansie en activiteit die Roularta in de zeventiger jaren kenmerkte. Stichter Willy De Nolf heeft dit tienjarig bestaan niet meer mogen beleven. Hij overleed op 6 oktober 1981.

Op de Antwerpse boekenbeurs (begin november 1981) werd het eerste nummer van "DE NIEUWE BOEKENKRANT" voorgesteld, een nieuw maandblad dat volledig aan de boekenactualiteit gewijd is. In opdracht van de uitgeverij Roularta werd het opgericht door Mark GRAMMENS, stichter en gewezen hoofdredacteur van "De Nieuwe" en van het "Tijdschrift voor Diplomatie". Grammens blijft ondertussen verder meewerken aan het economische magazine "Trends", eveneens een Roularta-uitgave.

Het beroep van het weekblad POUR tegen het vonnis van de correctionele rechtbank van Brussel, waarbij het blad een veroordeling opliep wegens 'heling van vertrouwelijke documenten' werd niet aanvaard. Pour had vroeger op het jaar enkele kopieën van Interpol-telexen gepubliceerd waaruit bleek dat de politierechercheurs ook belangstelling toonden voor 'misdrijven' met een politiek karakter. Zowel de Belgische wetgeving als de internationale conventie van Interpol verbieden soortgelijke opsporingspraktijken.

In persmiddens maakt men zich zorgen over de motieven waarmee beide vonnissen omkleed zijn. Volgens een woordvoerdster van de Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten van België komt er een stuk PERSVRIJHEID in het gedrang als journalisten (en hun respectieve uitgevers) niet langer gedekt zijn wanneer zij bewijsstukken met een vertrouwelijk karakter aanvoeren ter staving van hun informatie. Met het arrest van het Hof van Beroep krijgt immers elke potentiële 'benadeelde' een juridisch instrument in handen om al te nieuwsgierige kranten voor de rechtbank te laten veroordelen. Collega-journalisten van andere bladen wilden tijdens het eerste proces getuigen dat ook zij geregeld gebruik maken van vertrouwelijke stukken die hen langs een gunstige wind bereiken, maar de rechter stond hun getuigenis niet toe.

In een ander proces werd het dagblad DE MORGEN veroordeeld tot het betalen van 25.000 F schadevergoeding aan de Zaïrese president MOBUTU. Twee jaar geleden maakte De Morgen melding van berichten als zou Mobutu 'ongeneeslijk ziek' zijn. Voor de burgerlijke rechtbank van Gent eisen Mobutu's advocaten eerherstel ter waarde van een half miljoen BF. Als repliek las de verdediging o.a. een stukje voor uit de Zaïrese partijkrant Elima van eind 1979: Elima verdacht Sovjetleider Brezjnev er namelijk van al een tijdje dood en begraven te zijn...

Bij hoofdredacteur Mortier en uitgever

Dupuis van het weekblad HUMO lag op 10 december een dagvaarding in de bus vanwege SPEKPATER Werenfried van Straaten. Humo had de dag voordien het eerste deel gepubliceerd van 'Het Spekater-schandaal', een artikelenreeks waarin over het privéleven en de politieke connecties van de pater werd uitgeweid. De advocaat van de Spekater vroeg aan de rechter in kortgeding een onmiddellijk verschijningsverbod voor verdere afleveringen uit deze reeks, een eis die de rechter niet inwilligde. Humo drukte intussen wel een recht van antwoord af, maar zal zich op een latere datum en voor dezelfde feiten moeten verweren tegen de beschuldiging van laster en eerroof. Hoofdredacteur Guy Mortier maakt zich sterk dat de aanklacht op de agenda van het Assisenhof komt, de aangewezen gerechtelijke instantie voor de behandeling van persmisdrijven.

Begin november 1981 werd Luc TESSENS, oudstudent van het Centrum voor Communicatiewetenschappen (K.U.Leuven), benoemd tot secretaris-generaal van de NATIONALE FEDERATIE DER INFORMATIEWEEKBLADEN (N.F.I.W.). Sinds 1 oktober 1980 was hij reeds secretaris van dezelfde instelling. De Nationale Federatie van de Informatieweekbladen is een patronale organisatie die de belangen van de weekbladuitgevers verdedigt en op dit ogenblik 45 weekbladtitels groepeert.

Op 3 november 1981 was het feestvieren bij de GAZET VAN ANTWERPEN, die er nu NEGENTIG JAAR heeft opzitten. De Gazet van Antwerpen werd opgericht in 1891, het jaar van de pauselijke encycliek Rerum Novarum. Net zoals de ACW-krant Het Volk putte zij haar inspiratie uit dit pauselijk schrijven. Hoofdredacteur Louis Meerts herinnerde eraan dat zijn blad 'doorheen de beroerde omstandigheden die de 20ste eeuw hebben gekenmerkt', nooit zijn christelijk, sociaal en Vlaams karakter heeft verloochend. Even belangrijk bleek de zin voor de fundamentele waarden uit het traditioneel erfgoed: een 'grote eerbied voor de menselijke waardigheid en het menselijk leven, (...) een grote bekom-

mernis om het waardevolle uit het verleden niet te laten teloorgaan, en een intense bezorgdheid ook voor de democratische vrijheden, die zowel naar binnen als naar buitenuit moeten worden beschermd'.

Het regeerakkoord van het christen-democratisch-liberaal kabinet-Martens V bevat een belangrijke passage i.v.m. het DOORBREKEN van het B.R.T.-MONOPOLIE: "Op het vlak van radio en televisie, zal de regering in het raam van haar bevoegdheden, in overleg met de gemeenschappen en met de geschreven pers, maatregelen nemen opdat het feitelijk monopolie vervangen zou worden door het stelsel van mededinging".

Hoe het B.R.T.-monopolie concreet zal doorbroken worden, staat nog niet vast. Hierover doen allerlei geruchten de ronde. Sommigen spreken van een grotere liberalisering van de vrije radio's of van het uitzenden van eigen programma's door de kabelmaatschappijen. Anderen zien meer heil in een ernstige uitbreiding van de gastprogramma's, terwijl er ook duidelijk stemmen opgaan voor de oprichting van een commerciële zender naast de B.R.T.

Bij dit (eventueel) doorbreken van het omroepmonopolie had Kijker in "Volksmacht" (20 november 1981) volgende commentaar:

"....voor goede of betere programma's heeft de brave kijker aan dergelijk doorbreken geen enkele, maar dan ook geen enkele boodschap. De kijker heeft er niets aan en om hem is het ook niet begonnen. Het gaat enkel om belangen van mensen, bankrekeningen en politieke partijen. Programma's zijn in die dingen van tweede, zoniet derde orde".

Op 21 november 1981 verscheen een ministerieel besluit dat toestemming verleende om de TOEGANGSPRIJZEN VOOR BIOSCOOPZALEN te verhogen. De maximumprijs mag sindsdien 140 Bfr. bedragen.

'Waar kijken de Belgen naar?' is een nieuwe bijdrage van het weekblad Spectator, gewijd aan het KIJK- EN

LEESGEDRAG van Belgen en Nederlanders. Rekening houdend met de voortschrijdende bekabeling van het Belgisch grondgebied en de 'doorbraak' van het Luxemburgse TV-station RTL, is zo'n rapport uiteraard op zijn plaats.

Men zwijge dan nog van de etherreclameplannen van de vorige regering en de meer recent geuite intentie om het feitelijk uitzendmonopolie van de BRT en de RTBF te doorbreken.

Uit de kijk- en luisterstatistieken van onze omroepen blijkt dat de VLAAMSE TELEVISIE het best standhoudt tegenover de buitenlandse concurrentie. De BRT trok in 1980 62,5% der Vlaamse kijkers aan, terwijl 34% naar buitenlandse programma's keek (overwegend op Ned. 1 en 2). Voor de RTBF zijn de cijfers minder vleiend: franstaligen stemmen meer af op de Franse netten (38%) en op RTL (toch 'slechts' 16%) dan op hun eigen zender (46%).

ONTSPANNING en entertainment blijven het hoofdmotief voor de TV-consument. In de top-tien der meest bekeken programma's van 1980 (BRT 1) vindt men naast Dubbel Dobbel (nummer één), Ontsnappingsroute, Paradijsvogels en het Eurosongfestival alleen nog het weerpraatje van Armand Pien. Als Vlaamse kijkers op Nederland afstemmen, is dat hoofdzakelijk om de Herdershond, Columbo en Flip Fluitketel aan het werk te zien.

Met zijn eerder educatief en informatief programmapakket is de RTBF een gemakkelijke prooi voor de Luxemburgse en Franse kapers.

Het TV-nieuws van half acht ondervindt daar weinig hinder van, maar na acht uur zoeken de Waalse kijkers in dichte drommen hun vertier bij buitenlands amusement.

Op 8 december 1981 werd te Brussel de tweede EUROPESE CONCENTRATIEPRIJS voor Communicatiewetenschappen uitgereikt. Zoals twee jaar geleden, bij de eerste toekenning, be kroonde de jury twee laureaten ex aequo, nl. de heer Lawrence J. Jorgenson (K.U. Leuven) voor z'n werk "The Freedom of the Press and the Right to Information" en de heer Guido Ros (R.U. Gent) voor zijn werk "De pers van de Duitse radicale en communistische emigranten te Parijs en te Brussel in de jaren 1844-1849". Zij ontvin-

gen ieder een kunstwerk en 50.000 Bfr.. Vijf andere deelnemers kregen een eervolle vermelding.

De inzendingen kwamen uit acht universiteiten van vier Europese landen.

Bij het Franse dagblad LIBERATION is de interne bedrijfshervorming nu (definitief?) voltooid. Via een geheime stemming gaf het personeel (144 man sterk) zijn fiat aan het voorstel van de directie om ondermeer vanaf 1 januari 82 ADVERTENTIES op te nemen in de krant (ten belope van maximum 3 bladzijden per dag) en af te stappen van het in voege zijnde egalitair LOONSTELSEL. Aan het principe dat het blad eigendom blijft van hen die het vervaardigen, wordt niet getornd, al sluiten de zaakvoerders 'minderheidsparticipaties van buitenaf' niet uit.

Libération, dat de jaren zeventig inging als het lijfblad der Franse achteenzestigsters, maar in mei 81 onvoorwaardelijk partij koos voor François Mitterrand en de Parti Socialiste, neemt daarmee voorgoed afscheid van een bepaald 'gauchisme' dat zijn kolommen gedurende jaren doordrong. Directeur-uitgever Serge July kijkt met optimisme de toekomst in: als de krant zich voort ontwikkelt tot een journalistiek goed gemaakt produkt, dat tevens informatie op niveau verschaft, volgt de financiële rendabiliteit vanzelf. De eerste tekenen zijn gunstig: de huidige oplage ligt meer dan één derde hoger dan die van vorig jaar.

De partijkrant van de Franse kommunisten, L'HUMANITE is daarentegen zwaar ziek. Het aantal overgekochte exemplaren neemt met de dag toe en van de 700.000 partijleden heeft het overgrote deel het eerder begrepen op kranten als France-Soir of Ouest-France. Enigszins contradictorisch met de sociale fundamenteen van het eigen partijprogramma besloten de verantwoordelijken in het najaar van 1981 een ver gaande kostenrationalisatie door te voeren. Zestien journalisten en bedienden kregen een AFDANKINGSBRIEF, met de toezegging 'geherklasseerd' te zullen worden in andere organen van de partij. De

meesten van hen weigerden deze overplaatsing (er was o.a. nieuw werk voorzien in de overzeese koloniën!) en maken nu aanspraak op de wettelijke ontslagvergoedingen.

Aan de afvloeiingsoperatie kleeft nog een politiek tintje: de helft van de afgedankten tekende eertijds een petitie tegen de uitsluiting uit de partij van de oprichters van 'Rencontres Communistes', een oppositionele groep die het niet eens is met de lijn van partijleider Marchais. In een reactie gaf Roland Leroy, directeur van L'Humanité, blijk van misprijzen voor het gedrag van zijn ex-werknemers, die er volgens hem op uit zijn 'geld te ontfutselen aan de krant en de partij onder het voorwendsel van schadevergoeding'.

DE NIEUWE LINIE blijft, zo leek het er in oktober van vorig jaar nog naar uit te zien. Via het Bedrijfsfonds voor de Pers kwam in extremis een overbruggingskrediet tot stand van circa 3 miljoen BF. Daarmee hoopte De Nieuwe Linie rond te komen tot het einde van 1981 en tevens haar onmisbaarheid op de weekbladmarkt te bewijzen.

Eind november was de stemming anders. De raad van beheer nam unaniem een voorstel van directeur-uitgever Henk-Jan Kuypers over, dat luidde: STOPPEN! Verder gaan was volgens de uitgever 'niet langer verantwoord op basis van de omstandigheden'. Tegenover een lichte stijging van de losse nummerverkoop in de tweede helft van 1981 stond een verdere afkalking van het abonnementenbestand. Met 4.500 verkochte exemplaren hoefde men zich ook geen illusies te maken over een mogelijke toename van de advertentieinkomsten.

In het nummer van 18 december maakte hoofdredacteur Gerard van den Boomen bekend dat De Nieuwe Linie 'op de valreep' TOCH DOORGAAT. Aan de basis van deze onverwachte beslissing ligt een juridisch 'truukje': het blad werd verkocht aan een nieuwe eigenaar (Lumen BV uit Hilversum), die voor de aflossing van de oude schulden (o.a. het terugbetalen van een omvangrijk krediet aan het Bedrijfsfonds voor de Pers) naar de vorige eigenaar verwijst. Het Bedrijfsfonds verklaarde zich akkoord met deze regeling.

• Radioverslaggever DANIEL BUYLE heeft van de BRT-directie een berisping gekregen en werd tevens voor onbepaalde tijd met huiswerk belast op de binnendienst van de Reyerslaan. De berisping, die de tweede graad is in een serie van administratieve sancties, is het gevolg van een interview dat Buyle afnam van premier MARTENS de nacht waarin het regeerakkoord tussen christendemocraten en liberalen tot stand kwam. Daniël Buyle vroeg de eerste minister ondermeer waarom het akkoord in geen enkel punt de kwestie van de kernraketten behandelde, of hij aan het parlement een blanco-check voor de regering vroeg en of het sociaal-economisch hoofdstuk niet onvermijdelijk naar sociale afbraak moest leiden. De vermoeide premier — het vraaggesprek vond plaats in de morgenuren na het beëindigen van de ultieme onderhandelingen — had ook moeite met een vraag van Buyle waarin deze teruggreep naar het vroeger engagement van Martens voor de progressieve frontvorming. Het interview dat onverkort te beluisteren was op het radionieuws van 7 uur 's morgens, keerde een uur later in gekuiste versie terug.

Volgens administrateur-generaal Vandenburg heeft Buyle gezondigd tegen artikel 8 van de BRT-voorschriften inzake berichtgeving bij de omroep. Dit artikel waakt over de OBJECTIVITEIT, die elke journalist moet in acht nemen door geen eigen standpunten in te nemen noch de indruk te wekken andermans standpunten aan te kleven. De Bond van Radio- en TV-Journalisten en de ACOD-BRT hebben inmiddels protest aangetekend.

Van 2 tot 4 juni 1982 wordt aan de Universiteit te Münster (West-Duitsland) een congres gehouden over MASSAMEDIA EN VERKIEZINGEN in democratische landen.

Volgende thema's worden er behandeld telkens door een Duitse en een buitenlandse hoogleraar:

1. Massamedia en verkiezingen: oude en nieuwe researchperspectieven.
2. Effecten van media in verkiezingscampagnes.
3. Het beeld van de verkiezingscampagne in de massamedia.
4. Massamedia en de campagne-strategie van de politieke partijen.
5. Verkiezingscommunicatie en het politiek systeem.

Bijkomende papers, kaderend in deze thema's, worden aanvaard. Geïnteresseerden kunnen hiervoor contact opnemen met:

Winfried SCHULZ, Institut für Publizistik, Bispinghof 3/E, D-4400 Münster, tel. 251-834261

of met:

Klaus SCHOENBACH, Department of Communication, Cleveland State University, 1983 E. 24th Street, Cleveland, Ohio 44115, U.S.A., tel. 216-687.4630.

• Op 24, 25 en 26 maart 1982 organiseert de Stichting Onderzoek Massamedia ter gelegenheid van haar 10-jarig bestaan SOMMATIE 82 in De Koningshof te Veldhoven met als titel: De Communicatiekloof, onvermijdelijk verschijnsel of oplosbaar probleem?

Gerenommeerde wetenschappers en praktijkmensen uit Nederland en daarbuiten zullen inleidingen houden rond volgende vragen: Wat zijn de maatschappelijke consequenties van de communicatiekloof en zullen de technologische ontwikkelingen deze kloof nog vergroten? Welke zijn de oorzaken?

Wat is de relatie tussen boodschap en werkelijkheid, het verschil tussen bericht en gebeurtenis? Media en technologie, de kloof tussen techniek en maatschappij; Wat zijn de gevolgen van de communicatiekloof? Wat kunnen de media doen aan het vergroten of verkleinen van de kloof tussen bepaalde bevolkingsgroepen?

Deelname kost f 450,- (f 100,- voor een beperkt aantal "junior-onderzoekers"); logies en maaltijden f 250,- Aanmelding bij: NIVEKON, Van Alkemadeplein 700, NL-2597 AW Den Haag.

dirk lens

roman en film. adaptatieproblemen bij de verfilming van de roman van heinrich böll: «Ansichten eines Clowns»

**Fac. Soc. Wet., Leuven, februari 1981, 102 blz.
(Promotor: Prof. Dr. J.M. Peters).**

We hebben de theoretische inleiding zo beknopt mogelijk gehouden. In het kader van deze synthese leek het ons veel belangrijker zoveel mogelijk plaats in te ruimen voor de analyseresultaten. Hiermee bedoelen we dan de algemene conclusies die we hebben getrokken uit het gedane onderzoek. Wegens plaatsgebrek hebben we ook hier de concrete analyses moeten weglaten, waardoor de argumentering, begrijpelijkerwijze, vrij vaag en oppervlakkig overkomt.

Algemene probleemstelling

Hoe kan men nagaan in welke mate de cineast de zwaartepunten uit de roman heeft bewaard in zijn film, en in hoeverre hij (noodzakelijkerwijze) andere klemtonen heeft gelegd?

Elke vergelijking tussen roman en film heeft nood aan een degelijk film- en romantheoretisch kader, waardoor het literaire verwoorden en het filmische verbeelden zo worden geanalyseerd, dat men weet wat met wat vergeleken wordt. Elke oefening blijft daarenboven beperkt tot de limiet van een welbepaald theoretisch kader, ze is steeds voor verbetering vatbaar.

Laten we echter ook stellen dat de vergelijking die we in onze studie hebben gemaakt, gebeurd is op het niveau van de beeld- en woorduitingen en niet op het terrein van de tekensystemen. We veronderstelden eventuele codes als gekend zijnde.

De grote vraag wordt dan welke problemen de transpositie van een bepaald verhaal in woorden, naar een audio-visueel medium met zich meebrengt. Welke functies krijgen de woorden, respectievelijk de beelden toebedacht? We mogen daarbij nooit vertrekken van de idee in hoeverre woorden en mechanische beelden van elkaar verschillen, maar wel in hoeverre ze gemeenschappelijke functionele kenmerken vervullen. Beide kunstvormen, roman en film, verbeelden een fictief verhaal en geven er op hun manier een bepaalde betekenis aan.

Adaptatieproblemen op het niveau van de weergave of representatie

We hebben in ons eigenlijke betoog tal van aspecten besproken op het niveau van de representatie, namelijk: i.v.m. de panoramische vertelwijze, de plaats van handeling, de voorstelling van de personages, de concretiseringsproblematiek, bepaalde aspecten van de verhouding tussen tijd en ruimte, en tenslotte de mimering van het innerlijke en uiterlijke gebeuren. We zullen ons hier beperken tot de opsomming van enkele typische verfilmingproblemen die zich voordeden bij de ik-roman van Böll.

Vooraf nog moeten we duidelijk stellen dat er massa's woorden en zinswendingen zijn waarvoor eenvoudigweg geen filmisch equivalent bestaat. Ze vervullen functies waarmee mechanische beelden voor onoplosbare problemen worden geplaatst. We kunnen met woorden niet alleen iets beschrijven, maar ook iets wensen, uitroepen, verge-

- Eerst en vooral is het typerend voor een ik-roman dat de auteur zich,

wat betreft de mimering of beschrijving van het uiterlijke, werkelijk tot een minimum beperkt. De ene innerlijke reflectie volgt op de andere, terwijl de beschrijvingen van het uiterlijke gebeuren beperkt blijven tot enkele details. Er is hier geen sprake van een «affectloos cameraoog» zoals dit bij een roman in de derde persoon wel het geval zou kunnen zijn. Uiteraard leveren deze relatief karige gegevens problemen op voor de cineast. Hij zal als het ware vele van z'n beelden zelf moeten opvullen en aanvullen.

- Ook wat betreft de kennismaking met de personages uit de ik-roman, heeft de regisseur heel wat problemen gehad. Hier speelt niet louter en alleen de aard van het medium een rol. De schrijver van de ik-roman maakt van de woorden op papier dan ook meer gebruik om het innerlijke van zijn figuren bloot te leggen. Aldus scheidt hij een zekere psychologische ondergrond die geen equivalent kent bij filmische beelden als dusdanig.

Uiteraard komen we via het spel der acteurs, de camerahandelingen en een eventuele buitenbeeldse laag, waarbij we ons hier dan beperken tot de muziek, reeds heel wat te weten over de innerlijke beweging der auteurs. Echter, datgene wat niet kan worden uit- en afgebeeld valt hier buiten. Het enige alternatief, in een aantal gevallen, is dan de onfilmische interne monoloog.

- In het algemeen mag men stellen dat de mimering van het uiterlijke gebeuren zich veel makkelijker laat realiseren door de middelen van de mise-en-scène, dan wel met geschreven woorden. Belangrijk is echter evenzeer, en zeker in ons geval, dat via de uitwendige lichamelijke expressie in niet onbelangrijke mate uitdrukking kan gegeven worden aan de innerlijke beweging. De spelregie staat echter steeds in functie van de beeldregie.

- De camera en de montage hebben een erg belangrijke taak gehad bij de verfilming van «Ansichten eines Clowns», wat de mimering van het innerlijke betreft. De camera kan namelijk beelden dermate bevormen dat de innerlijke beweging van de auteurs er veel beter en sterker mee tot uiting komt. Een ganse reeks van vormcomponenten en montageregels staan ter beschikking van de cineast om iets van dat innerlijke in functie van zijn eigen denkbeelden gestalte kunnen te geven, daar waar de lichamelijke expressie tekort schiet om dat te bewerkstelligen. Daarbij mogen we ook nooit vergeten dat representatie of mimering en bemiddeling steeds hand in hand gaan. En close-up bijvoorbeeld, kan niet alleen een sterke emotionele betrokkenheid bewerkstelligen van de kijker met de acteur in kwestie; het feit dat de cineast ons op een bepaald ogenblik nauw in contact wenst te brengen met dat personage kan betekenen dat hij belang hecht aan datgene wat gaat volgen. Hij vestigt er onze aandacht op en treedt als dusdanig (camera) bemiddelend op.

- Ook de buitenbeeldse laag heeft een erg belangrijke rol gespeeld in de film van Jasny, wat betreft de mimering van het innerlijke. Dit geldt èn voor de muziek èn voor het buitenbeelds commentaar. In een relatief groot aantal scènes verrijkt de muziek de beeldinhoud en beklemtoont ze de innerlijke beweging der acteurs. We hebben het reeds terloops gehad over het belang van de interne monoloog bij de verfilming van deze ik-roman. De commentaar van het ik-personage hoeft echter niet altijd louter mimetisch te werken, integendeel. De hoorbare «gedachtenstroom» kan tevens informatie bevatten. Hierop komen we terug bij de problematiek i.v.m. de bemiddeling.

De bemiddeling in roman en film

Een romanverhaal bestaat nooit buiten de betekenisvolle wereld welke geschreven woorden kunnen oproepen. Het optreden van de

auteur als duidelijk voelbare en alwetende verteller of zijn ogen-schijnlijke afwezigheid moet zich noodzakelijkerwijze manifesteren binnen één en hetzelfde medium. Dit heeft o.a. tot gevolg dat de schrijver veel minder moeite zal hebben met het consequent doorvoeren van één bepaalde vertelstijl dat dit het geval kan zijn in een film.

Hoe wordt nu de bemiddelingsrol welke zich in de roman uitsluitend manifesteert in geschreven woorden, vertaald in filmische mid-delen? Niet zozeer de vraag in welke mate de bemiddelende rol van het geschreven woord overeenkomsten vertoont met de informatieve en bemiddelende procédés uit de filmkunst, is hier van belang. Wat onze eigenlijke aandacht vraagt, is het feit hoe de begeleidende rol van een al dan niet latent voelbare auteur, vertaald wordt in de filmische media, met de camera als bemiddelaar bij uitstek.

Als we in de film spreken van een vertelstandpunt, dan bedoelen we daar eigenlijk mee dat de cineast een bepaalde techniek heeft toegepast, die al dan niet door de kijkers ook als dusdanig zal worden ervaren, maar die niet louter of beter overwegend tot doel heeft van iets te representeren.

De meeste mensen zijn toch trouwens nauwelijks bewust van het feit dat het uiteindelijk toch de filmmaker is die elke shot, elke *découpage* en tevens de uiteindelijke montage bepaalt. In welke mate de camera als bemiddelende instantie aangevoeld zal worden, is afhankelijk van de relatie cameraoog - object/subject en van de intentie van het kijkend publiek.

Het wederzijdse spel tussen beide zopas vernoemde componenten resulteert in het feit of een camerablik overwegend mimerend of bemiddelend functioneert. Dat beide functies kunnen samengaan wordt hierbij niet uitgesloten, integendeel. In dit laatste geval slaat een bepaalde zienswijze om in een aanblik.

In de ik-roman, waarvan het boek van Böll een typisch voorbeeld is, komt de bemiddelende rol van de schrijver tot uiting binnen het verhaal zelf. Via een aantal technieken toont hij z'n expressie t.o.v. datgene wat hij waarneemt. Dit geldt in de ik-roman zowel voor de mimering van het uiterlijke als deze van het innerlijke, aangezien het in dit laatste geval gaat om het object van de innerlijke mimering en niet om de beleving als dusdanig. In een roman moet nu eenmaal alles, noodzakelijkerwijze, worden beschreven.

Als we informeren zien als één bepaalde belangrijke vorm van bemid-delen, mogen we stellen dat er in deze ik-roman zeer zeker een verborgen verteller aan het werk is.

De camera functioneert echter voor het overgrote deel niet als een subject, tenzij men werkt met subjectieve camerastandpunten. Dit laatste kan men echter nooit gedurende de ganse duur van de film volhouden. Deze werkwijze laat geen ruimte voor wat betreft de eventuele emotionele participatie van het kijkend publiek.

Aangezien de mimering van het innerlijke en de eventuele identificatie van de lezer met de ik-persoon uit de roman erg belangrijk is, heeft de camera ons de hoofdacteur van buitenaf moeten tonen, wat strikt genomen in vergelijking met het boek niet kan.

Onafgezien van het feit of de filmmaker zoveel mogelijk op de achtergrond wenst te blijven of daarentegen erg «voelbaar» wenst te zijn voor de kijker, blijft het een onbetwistbaar feit dat men steeds ergens de aanwezigheid van een vertelinstantie aanvoelt.

De cineast kan zich enerzijds opwerpen als een alwetend verteller en zich aldus eventueel regelmatig als een duidelijke intermediair manifesteren (subjectieve bemiddeling), ofwel kan hij, als buitenstaander, ook trachten van zo weinig mogelijk «voelbaar» te zijn (objectieve bemiddeling).

Er dient de nadruk opgelegd te worden dat een bepaalde bemid-delingstechniek erg consequent doorgevoerd kan worden binnen één bepaalde romanstijl: dit zal en kan echter nooit het geval zijn voor wat betreft een filmprodukt. In bepaalde scènes zal de camera- en

*découpage*techniek erg opvallend werken, bij andere delen uit dezelfde film zullen we hiervan niet al teveel merken. Sterker nog, zelfs binnen elke shot is er steeds een spanning, manifest of latent voelbaar, tussen de mimerende en bemiddelende werking t.o.v. de afgebeelde objecten/subjecten. Het is daarom ook alleen maar ver-antwoord te spreken over het gebruik van een subjectieve of ob-jectieve vertelstijl binnen één bepaalde film, wanneer we hiermee bedoelen dat er relatief veelvuldig gebruik gemaakt werd van be-paalde vorm- of expressiecodes t.o.v. mimetische stijlprincipes.

We zullen nu in het kort samenvatten welke stijlprincipes relatief veel aan bod zijn gekomen bij de verfilming van de roman van Böll:

- De verhaalstructuur (montage) van de film is verre van eenvoudig te noemen. Hieraan is het veelvuldige gebruik van «flash-backs» zeker niet vreemd. Ondanks deze concludering bevat de film van Jasny, noodzakelijkerwijze, een aantal objectiverende vormprincipes die vrij frekwent worden gebruikt, zoals: onopvallende beeldovergangen, neutrale en statische cameraposities, passieve *découpages* etc.

- Jasny heeft echter relatief veel meer, en dit terecht in functie van de romanstijl, gebruikgemaakt van een aantal subjectieve bemid-delingstechnieken om de ik-figuur, evenals in het boek, sterk als interne vertelinstantie tot uiting te doen komen. Bij het zien van de film heeft men sterk de indruk het ganse gebeuren te zien en te horen via de kijk op en het innerlijke van deze ene auteur. Aan de grondslag hiervan lagen volgende technieken:

- De vele flash-backs en de vormelijke manier waarop ze meestal worden «geïntroduceerd» bij de kijker.

- De 15 interne monologen die men als het ware kan beschouwen als een secundaire vertelinstantie naast de camera.

- Het gebruik van opvallende en duidelijk «voelbare» camera-standpunten vanuit buitenstaande opnameposities. De camera neemt hierbij blikpunten in waarbij de toeschouwer opvallende zienswijzen te zien krijgt van buitenaf, die in vele gevallen zullen omslaan in bepaalde aanblikken.

- Het gebruik van vele subjectieve en subjectiverende shots, en dit in combinatie met een informerende shot die eraan voorafgaat of erop volgt. In vele gevallen is dit een close-up van het aangezicht van de hoofdacteur. In eerste instantie zou men stellen dat het hier alleen gaat om de mimering van het innerlijke. Alvorens echter het subject in beeld bepaalde aanblikken gaat vertonen, is er een (bemid-delende en informerende) zienswijze voorafgegaan. Alhoewel het camerawerk ontgensprekelijk bemiddelende componenten ver-toont, eigen aan een actieve camera, wordt dit in overgrote mate overschaduwd door de emotionele band welke subjectieve came-rastandpunten en vooral close-ups bij de kijker bewerkstelligen.

- Vermelden we tenslotte nog het «Leitmotiv» dat de dramatische onderbouw van de film op gepaste tijden komt ondersteunen, door-dat het de toeschouwer herinnert aan situaties of ogenblikken die reeds eerder gepasserd zijn.

enkele bibliografische gegevens:

BLEUSTONE, G., *Novels into Film*, Univ. California Press, Los Angeles - Berkeley - London, 1971.

CHATMAN, S., *Story and Discourse. Narrative Structure on Fiction and Film*, Cornell Univ. Press, London, 1978.

PETERS, J.M., *Roman en Film*, H.D. Tjeenk Willink, Groningen, 1974.

RICHARDSON, R., *Literature and Film*, Indiana Univ. Press, Bloom-ington - London, 1969.

SPIEGEL, A., *Fiction and the Camera Eye. Visual Consciousness in Film and the modern Novel*, Los Angeles - Berkeley - London, 1976.

WAGNER, G., *The Novel and the Cinema*, ASS. Univ. Press Inc., Cran-bury, New Jersey, 1975.

uit de tijdschriften

FILM QUARTERLY

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

Vol. XXXIV, nr. 3, lente 1981.

John HUGHES, *The Tin Drum: Volker Schlöndorff's «Dream of Childhood»*, 1
Denis WOOD *The Empress' New Clothes*, 10
Noël CARROL, *Nightmare and the Horror Film: The Symbolic Biology of Fantastic Beings*, 16
Marsha KINDER, *From the Life of the Marionettes to The Devil's Wanton: Bergman's Creative Transformation of a Recurrent Nightmare*, 26
Michael DEMPSEY, *The Stunt Man*, 37
Barbara QUART, *Popeye*, 42
Flo LEIBOWITZ and Lynn JEFFRESS, *The Shining*, 45
Julianne BURTON, *Portrait of Teresa*, 51
PETER BRUNETTE, *Ludwig: Requiem for a Virgin King*, 59
Judith BLOCH, *The Dancing Soul of the Walking People*, 61

Vol. XXXIV, nr. 4, zomer 1981.

Tom SCHLESINGER, *Putting People Together: An Interview with John Sayles*, 2
Bill NICHOLS, *American Gigolo: Transcendental Style and Narrative Form*, 8
A Postscript from Paul Schrader, 13
Karen JAEHNE, *Rehabilitating the Superfluous Man; Films in the Life of Nikita Khrushchov*, 14
Bruce KWAIN, *The Elephant Man*, 21
X., *Film Books: The Year's Work. A round-up of more than 200 film books published in the last year*, 25

CAHIERS DU CINEMA

Revue Mensuelle de Cinéma
13, rue des Petits-Champs, Paris - 1er.

Nr. 326, juli-augustus 1981

Serge TOUBIANA, Charles TESSON, e.a., *Festival de Cannes 1981*, 5-33
Alain BERGALA, *Helma Sanders-Brahms: 'Allemagne, mère blafarde'*, 35-39
Pascal BONITZER en Serge TOUBIANA, *Andrzej Zulawski*, 40-41

Nr. 327, september 1981

Alain BERGALA, *Mizoguchi Kenji*, 5-7
Jean NARBONI & Serge DANÉY, *Jacques Rivette*, 8-21

Charles TESSON, *Satyajit Ray*, 24-33
Olivier ASSAYAS & Charles TESSON, *Lino Brocka*, 35-41
Serge DANÉY, *Impressions indonésiennes*, 42-47
Olivier ASSAYAS e.a., *Festival de Cannes 1981 (suite)*, 49-53

Nr. 328, oktober 1981

Charles TESSON, *Orson Welles: Monsieur Arkadin*, 4-7
Jean-Claude BIETTE, Charles TESSON, *Manoel de Oliveira*, 10-22
Olivier ASSAYAS e.a., *Lucas/Spielberg: Raiders of the lost ark*, 24-33
Gilles DELAUAUD & François GÉRÉ, *Télévision*, 35-53

FILM EN TELEVISIE

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

Nr. 288-289, mei-juni 1981

Jean-Pierre WAUTERS, *Hollywood*, 4-11
Kari BERT, *De legendarische filmmogols (2)-Irving Thalberg*, 12-17
Gaston WEEMAES, *Lili Marleen*, 18-19
Rudy VANSCHOENWINKEL, *Eraserhead*, 20-21
Jules SEGERS, *Orin, de verbannene*, 22-23

Nr. 290-291, juli-augustus 1981

Jean-Pierre WAUTERS, Ronnie PEDE e.a., *Cannes 1981*, 4-22
Ronnie PEDE, *Oberhausen '81*, 24-27
Dirk MICHIELS, *Geraldine Chaplin*, 28-30

Nr. 293, oktober 1981

Rudy VANSCHOENWINKEL, *Raiders of the lost ark*, 4-6
Ronnie PEDE, *For your eyes only*, 8-9
Dirk MICHIELS e.a., *Tell me a riddle*, 10-15
DIRK MICHIELS, Jean-Pierre WAUTERS, *Le grand paysage d'Alexis Droeven*, 16-21
Ronnie PEDE, *Il faut tuer Birgitt Haas*, 22-23
Marc HOLTHOF, *De legendarische filmmogols (3)-Howard Hughes*, 24-26

Nr. 294, november 1981

Jean-Pierre WAUTERS, *Venetië 1981*, 4-9
Jean-Pierre WAUTERS, *True Confessions*, 10-13
Jo DAEMS, *Een vlucht regenwulpen*, 14-16
Dirk MICHIELS, *Passione d'amore*, 17
Rudy VANSCHOENWINKEL, *Du Zaïre au Congo*, 18
Ronnie PEDE e.a., *8ste Internationaal Filmgebeuren Gent*, 19-33

JOURNALISM QUARTERLY

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

Vol. 58, nr. 3, herfst 1981.

Robert SCHAFER, *The Minnesota News Council: Developing Standards for Press Ethics*, 355
Harry W. STONECIPHER, *Protection for the Editorial Function: Is First Amendment Right Being Eroded*, 363
Linda J. SHIPLEY and James K. GENTRY, *How Electronic Editing Equipment Affects Editing Performance*, 371
Nancy R. MOSIER and Andrew AHLGREN, *Credibility of Precision Journalism*, 375
John N. RIPPEY, *Perceptions by Selected Executives of Local Business Coverage*, 382
Myles P. BREEN, *The Flow of Television Programs from America to Australia*, 388
Haluk SAHIN, *Broadcasting Autonomy in Turkey: Its Rise and Fall — 1961-1971*, 395
Mark R. LEVEY, *Home Video Recorders and Time Shifting*, 401
Nick RUSSELL, *The Impact of Facsimile Transmission*, 406
Michael BURGOON, Judee K. BURGOON and Miriam WILKINSON, *Newspaper Image and Evaluation*, 411
Harriet ENGEL GROSS and Sharyne MERRITT, *Effect of Social/Organizational Context on Gatekeeping in Lifestyle Pages*, 420
Barbara W. HARTUNG, *Attitudes Toward the Applicability of the Hutchins Report on Press Responsibility*, 428
John L. HUFFMAN and Denise M. TRAUTH, *After Ginsburg and Tinker: Book Banning and Minor's First Amendment Rights*, 434
David K. PERRY, *Foreign Industrial Disputes in Time and Newsweek, 1966-1973*, 439
Kim ANDREW ELLIOTT, *World News Coverage of U.S. and International Broadcasters*, 444
Joseph C. PILEGGE, JR., *Two-Party Endorsements in a One-Party State*, 449
M.A. PORTEOUS, *The Image of Adolescents in English Daily Newspapers*, 453
Robert L. BISHOP and Judy HANSEN, *Content of Taiwan's English and Chinese Press*, 456
Gerald C. STONE and Edgar P. TROTTER, *Community Traits and Prediction of Circulation*, 460
James B. LEMMERT, *Misperceiving Network Deadlines: A Field Test*, 463
Paula ENGLAND, Alice KUHN and Teresa GARDNER, *The Ages of Men and Women in Magazine Advertisements*, 468
Douglas J. KOCHER and Eugene F. SHAW, *Newspaper Inaccuracies and Reader Perception of Bias*, 471

COMMUNICATION RESEARCH

Uitgegeven door: Department of Journalism, University of Michigan.

Vol. 8, nr. 4, oktober 1981.

Perceptual Veridicality in Esthetic Communication:

A Model, General Procedure, and Illustration

- Morris B. HOLBROOK, Stephen A. BERTGES, *Perceptual Veridicality in Esthetic Communication: A Model, General Procedure, and Illustration* 387
Jim VAN LEUVEN, *Expectancy Theory in Media and Message Selection*, 425
John J. GALLOWAY, F. Louise MEEK, *Audience Uses and Gratifications: An Expectancy Model*, 435
Philip PALMGREEN, Lawrence A. WENNER, J.D. RAYBURN II, *Gratification Discrepancies and News Program Choice*, 451
Felipe KORZENNY, Connie BAUER, *Testing the Theory of Electronic Proximity: Organizational Teleconferencing*, 479
Robert L. STEVENSON, *The Politics of Information*, 499

CRITICAL INQUIRY

Uitgegeven door: The University of Chicago Press.
5801 S. Ellis Ave.
Chicago, Illinois 60637

Vol. 7, nr. 4, zomer 1981

- Gary SAUL MORSON, *Tolstoy's Absolute Language*, 667
Marshall BROWN, *Mozart and After: The Revolution in Musical Consciousness*, 689
James B. WHITE, *Homer's Argument with Culture*, 707
Frederic K. HARGREAVES, JR., *The Concept of Private Meaning in Modern Criticism*, 727
Joel RUDINOW, *Duchamp's Mischief*, 747
Stanley CAVELL, *North by Northwest*, 761
Louis O. MINK, *Everyman His or Her Own Annalist*, 777
Marilyn ROBINSON WALDMAN, *"The Otherwise Unnoteworthy Year 711": A Reply to Hayden White*, 784
Hayden WHITE, *The Narrativization of Real Events*, 793
Nelson GOODMAN, *The Telling and the Told*, 799
Seymour CHATMAN, *Reply to Barbara Herrnstein Smith*, 802

Vol. 8, nr. 1, herfst 1981.

- Erwin PANOFKY, *The Concept of Artistic Volition*, 17
Jerome J. McGANN, *The Meaning of The Ancient Mariner*, 35
Donald WESLING, *Difficulties of the Bardic: Literature and the Human Voice*, 69

- Roy HARVEY PEARCE, *Whitman Justified: The Poet in 1855*, 83
Harold BEAVER, *Homosexual Signs (In Memory of Roland Barthes)*, 99
Nelson GOODMAN, *Routes of Reference*, 121
Alexander NEHAMAS, *The Postulated Author: Critical Monism as a Regulative Ideal*, 133
Jeffrey WIEAND, *Duchamp and the Artworld*, 151
Leo BERSANI, *Rejoinder to Walter Benn Michaels*, 158
Walter BENN MICHAELS, *Fictitious Dealing: A Reply to Leo Bersani*, 165

Vol. 8, nr. 2, winter 1981.

- Elizabeth ABEL (Editor), *Writing and sexual Difference*.
Elaine SHOWALTER, *Feminist Criticism in the Wilderness*, 179
Mary JACOBUS, *The Question of Language: Men of Maxims and The Mill on the Floss*, 207
Margaret HOMANS, *Eliot, Wordsworth, and the Scenes of the Sisters' Instruction*, 223
Susan GUBAR, *"The Blank Page" and the Issues of Female Creativity*, 243
Nancy J. VINCKERS, *Diana Described: Scattered Woman and Scattered Rhyme*, 265
Nina AUERBACH, *Magi and Maidens: The Romance of the Victorian Freud*, 281
Froma I. ZEITLIN, *Travesties of Gender and Genre in Aristophanes' Thesmophoriazousae*, 301
Annette KOLODNY, *Turning the Lens on "The Panther Captivity": A Feminist Exercise in Practical Criticism*, 329
Judith KEGAN GARDINER, *On Female Identity and Writing by Women*, 347
Catharine R. STIMPSON, *Zero Degree Deviancy: The Lesbian Novel in English*, 363
Gaytri CHAKRAVORTY SPIVAK, *"Draupadi" by Mahasveta Devi*, 381

COMMUNICATIONS

Internationale Zeitschrift für Kommunikationsforschung.

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

Jg. 6, nr. 2/3, 1980

- Der Satellitenrundfunk aus der Sicht der direkt Beteiligten*
M. STEINMANN, *Begrüßung durch den Präsidenten der IVK*, 127
F. MUEHLEMANN, *Grüßwort der EVED*, 135
C. ROSETTI, *Die Bereitstellung von Rundfunksatelliten für den Direktempfang in den 80er Jahren*, 141
Ch. STEFFEN, *Die Projektierung der Rundfunksversorgung mit Satelliten*, 153
M. CAZE, *Die aktuelle Rechtslage beim Satellitenrundfunk*, 169
E. HAAS, *Die Programmnutzung der 5 Satellitenkanäle gemäß WARC*, 1977
J.C. NICOLE, *Die Interessen der Verleger am Satellitenrundfunk*, 185

- G. GRASS, *Interessen und Aufgaben eines europäischen Privatrundfunks, am Beispiel Luxemburg*, 191
D. STOLTE, *Die Interessen der öffentlichen Rundfunkanstalten am Satellitenrundfunk*, 201
M. STEINMANN, *Satellitenrundfunk ohne Publikum?*, 218
Der Satellitenrundfunk als Gegenstand der Kommunikationswissenschaft
U. SAXER, *Begrüßung durch den Präsidenten der SGK*, 235
A. SILBERMANN, *Probleme der wissenschaftlichen Untersuchung der gesellschaftlichen Aspekte des Satellitenrundfunks*, 239
K. SCHRAPE, *Praktische Erfahrungen mit prognostischen Studien über neue Medien — am Beispiel des Satellitenrundfunks*, 247
U. SAXER, *Podiums- und Plenumsdiskussion, Der Satellitenrundfunk als Gegenstand der Kommunikationswissenschaft*, 263

Jg. 7, nr. 1, 1981.

- Bruce ANDERSON, David G. BERGER, R. Serge DENISOFF, K. Peter ETZKORN, Peter HESBACHER, *Love Negative Lyrics: Some Shifts in Stature and Alternations in Song*, 3
Harald WENDELBO, *Nouvelles de masse et organisations internationales*, 21
Peter PH. MOHLER, *Der vernachlässigte Systemkontext*, 31
Michael KUNCZIK, *Die Theorie des Lernens durch Beobachtung: Ein Beitrag zur Analyse massenmedialer Wirkungen?*, 47
E.L. QUARANTELLI, *The Command Post Point of View in Local Mass Communications Systems*, 57
Wilmont HAACKE, *Meinungsvielfalt in der Bundesrepublik*, 75
Charles K. ATKIN, M. Mark MILLER, *Parental Mediation of Children's Television News Learning*, 85
Claude DEGAND, *Les medias audiovisuels face à leur public*, 95

COMMUNICATIONS

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

Nr. 34, 1981.

- Daniel ARASSE, *L'index de Michel-Ange*, 6
Françoise SIGURET, *Jean-François Niceron: le dess(e)in politique*, 25
Marc-Eli BLANCHARD, *Natures mortes*, 41
Louis MARTIN, *La description du tableau et le sublime en peinture*, 61
Eric DE KUYPER et Emile POPPE, *Voir et regarder*, 85
Pierre BOUDON, *Le chiasme cézannien*, 97
Jean-Marie FLOCH, *Kandinsky: sémiotique d'un discours plastique non figuratif*, 135
Denis ALKAN, *Sculptor: notes à partir de Brancusi*, 159
Rosalind KRAUSS, *Grilles*, 167

QUARTERLY JOURNAL OF SPEECH

Uitgegeven door: Speech
Communication Association, Department of
Communication Arts, University of Wis-
consin-Madison

Vol. 67, nr. 3, augustus 1981.

Christine ORAVEC, *John Muir, Yosemite, and the Sublime Response: A Study in the Rhetoric of Preservationism*, 245
Jeff D. BASS, *The Romance as Rhetorical Dissociation: The Purification of Imperialism in King Solomon's Mines*, 259
Noreen WALES KRUSE, *The Apologia in Team Sport*, 270
Charles CONRAD, *The Transformation of the "Old Feminist" Movement*, 284
Randall L. BYTWERK, *Fritz Reinhardt and the Rednerschule der NSDAP*, 298
Lance BENNETT, *Assessing Presidential Character: Degradation Rituals in Presidential Campaigns*, 310

GAZETTE

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

Vol. XXVIII, nr. 1, 1981.

Marlene CUTHBERT, *The first five years of the Caribbean News Agency*, 3
Robert George PICARD, *Government subsidies and newspaper marketing in two Swedish cities, 1965-1978*, 17
Tony RIMMER, *Foreign news on UPI's 'A' wire in the U.S.A.*, 35

JOURNAL OF BROADCASTING

Uitgegeven door: Broadcast Education Association, School of Journalism, University of Georgia, Athens (U.S.A.)

Jg. 25, nr. 3, zomer 1981.

Patricia MORISON, Hope KELLY and Howard GARDNER, *Reasoning about the Realities on Television: A Developmental Study*, 229

Alison ALEXANDER, Ellen WARTELLA and Dan Brown, *Estimates of Children's Television Viewing by Mother and Child*, 243
John STAUFFER, Richard FROST and William RYBOLT, *Recall and Learning from Broadcast News: Is Print Better?*, 253
Water GANTZ, *An 'exploration of Viewing Motives and Behaviors, Associated with Television Sports*, 263
John F. SEGGAR, Jeffrey K. HAFEN and Helena HANNONEN-GLADDEN, *Television's Portrayals of Minorities and Women in Drama and Comedy Drama 1971-80*, 277
Dan NIMMO and James E. COMBS, *"The Horror Tonight:" Network Television News and Three Mile Island*, 289
Edward L. PALMER and Cynthia N. McDOWELL, *Children's Understanding of Nutritional Information Presented in Breakfast Cereal Commercials*, 295
Meagan LOUGHLIN and Roger JON DESMOND, *Social Interaction in Advertising Directed to Children*, 303
George A. HEINEMANN, *Children's Programming*, 309
L. Theresa SILVERMAN, *Children and the Faces of Television: Teaching, Violence, Selling*, ed. Edward L. Palmer and Aimée Dorr, 311
Dorothy G. SINGER, Jerome L. SINGER and Diana M. ZUCKERMAN, James S. O'ROUKE, *Teaching Television: How to Use TV to Your Children's Advantage*, 315
Michael BIEL, *Audio in Media*, Stanley R. Alten, 317
Donald HURWITZ, *Thirty Seconds, Michael Arlen*, 319
Stewart BLAKLEY, *To Serve the Public Interest: Educational Broadcasting in the United States*, Robert J. Blakely, 322

PRESSE ACTUALITE

Uitgegeven door: Bayard - Presse, 5, rue Bayard, 75380 Paris

Nr. 159, december 1981.

Charles MEIROVICI, *Entretien avec Marcel Trillat, chef du service 'Société' à Antenne 2*, 12-15.
Delphine PINEL en Thérèse BONHOMME, *'Elle' sous Filipacchi*, 16-23.
Philippe CATALANO, *Entretien avec Jean-Charles DE FONTBRUNE*, 24-26.
Le tirage et la diffusion des périodiques, 27-38.
Jacques CHAREYRE, *Africa N° 1, une station de radio Franco-Africaine*, 39-41.
Jean-Claude NICOLE, *Face aux nouveaux médias*, 42-47.
Béatrice HOUCARD, *Entretien avec Michèle Cotta, PDG de Radio-France*, 48-51.
Frédéric FILLOUX, *Téléfrance U.S.A.*, 52-54.
Marion URBAIN, *Les femmes et l'information*, 54-56

John EVERTSSON en Philippe DUHAMEL, *Grâce à la presse — presse et école*, 57-59
Ivan MARINOVIC, *Les correspondants à l'étranger*, 60-61.

Nr. 160, januari 1982.

Alexandra KWIATKOWSKA-VIATTEAU, *Le choc du 13 décembre*, 10-21
Yves L'HER, *Entretien avec Frans Vink*, 22-25
Emmanuel SOUCHIER, *La manchette du quotidien*, 26-31
Jean-Jacques TALPIN, *La femme dans les quotidiens régionaux*, 32-35
Jef TOMBEUR, *L'état de l'union: toujours plus d'étoiles*, 36-39
Geneviève WELCOME, *Télérel côté usagers*, 40-43
Pierre CHATOU, *Entretien avec Jean-Claude Héberlé, directeur-général de Radio-Monte-Carlo*, 44-47
Jacques CHAREYRE, *La radio en 1981*, 48-54
X, *Les quotidiens de province de 1944 à 1982 en Midi-Pyrénées*, 55-63

MEDIEN UND ERZIEHUNG

Vierteljahresschrift für audiovisuelle Kommunikation.
Uitgegeven door: Arbeitszentrum Jugend Film Fernsehen e.V.
Waltherstrasse 23, 8000 München 2.

Jg. 25, Herfst 6, 1981.

Detlef BLUEMLER, *Museum und Museumspädagogik. Gedanken über Präsentation und Animatoren*, 326
Peter KOLB, *Die Idee des Kindermuseums. Dargestellt an Beispielen in den USA. Arbeitsgemeinschaft Friedenspädagogik: "Sie nennen es Frieden" — eine pädagogische Ausstellung*, 340
Ortwin THAL, *Die ausgedachte Wirklichkeit. Zu zwei aktuellen Filmen Andrzej Wajdas (Der Mann aus Marmor/Der Mann aus Eisen)*, 348
Edwin ELLIKER, *Goldene Träume von bleiern Zeiten. Die 49. "Mostra internazionale del cinema" in Venedig*, 353
Die bleierne Zeit. Ein Film von Margarethe von Trotta (Margret Köhler), 355
Hans Georg RUHE, *Medienpädagogik in Kindersachbüchern*, 359

uit de literatuur

FILM

Michael KUBALL,

Familienkino: Geschichte des Amateurfilms in Deutschland, 1: 1900-1930, 2: 1931-1960,

Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg, 1980, 380 blz., geïll.

De Westduitse televisie heeft enige tijd terug (december '78-Januari '79) een zevendelige programmaserie uitgezonden over de geschiedenis van de amateurfilm in Duitsland. Michael Kuball, één van de makers van deze TV-productie, heeft het overvloedige feitenmateriaal chronologisch gerangschikt en journalistiek herschreven, waaruit een levendig- en volumineus historisch overzicht van de Duitse amateurfilm is ontstaan. De auteur heeft zijn filmkroniek geïdentificeerd als «Familienkino» omdat het gezinsleven het thema bij uitstek blijkt te zijn bij de amateurfilm.» In Mittelpunkt der ganzen Filmerei stand die Familie. So wurden im Verlauf der Jahre Tausende Meter Film belichtet, der die Entwicklung der Familie fast lückenlos zeigt».

Kuball heeft de authenticiteit van zijn filmgeschiedschrijving extra kracht willen bijzetten door de becommentariërende teksten van iedere nieuwe ontwikkelingsfase rijkelijk op te vullen met illustratief fotomateriaal en met dito overdrukken van relevante eigentijdse tijdschriftenartikelen. In het decennium na de eerste wereldoorlog blijft de amateurfilm niet uitsluitend beperkt tot de familiefilm maar wordt door politiek geëngageerde groeperingen steeds frequenter gebruikt als een belangrijk strijdmiddel. In de jaren dertig kent de amateurfilmbeweging een belangrijke internationale expansie. Vanaf 1931 wordt door de UNICA (=Union Internationale du Cinéma d'Amateur) jaarlijks een internationaal amateurfilmfestival georganiseerd.

Het overzicht van de amateurfilmbeweging in Duitsland wordt vervolledigd door een historiek van de technische ontwikkeling van het medium, waarbij ruime aandacht besteed wordt aan de diverse formaten (8 mm, super 8, 9, 5 mm, 16 mm, 17,55 mm, 35 mm) evenals aan andere technische innovaties zoals kleur en geluid.

K.H.

John Russell TAYLOR,

Die Hitchcock Biographie,

Carl Hanser Verlag, München/Wien, 1980, 402 blz., geïll.

Wolfgang LIMMER,

Rainer Werner Fassbinder, Filmemacher, Rohwolt Verlag, Reinbek bei Hamburg, 1981, 224 blz., geïll.

De film literatuur heeft in haar veelzijdige benadering van het filmwezen steeds voldoende ruimte gelaten voor een biografische doorlichting van de filmvedetten. Vooral in het Duitse taalgebied blijven vele uitgeverijen die op filmgebied enige betekenis hebben, een bijzondere interesse betonen voor het levensverhaal van de filmartiesten dat meestal in een vlotte romanstijl wordt uitgeschreven.

Het filmisch oeuvre van Alfred Hitchcock is in het verleden vaker geanalyseerd geworden maar de studie van John Russell Taylor, de bekende filmcriticus van de 'Times',-originele titel: «Hitch. The Life and Work of Alfred Hitchcock» 1978 - heeft dankzij de hechte vriendschap tussen de auteur en de cineast veel dieper kunnen peilen naar de persoonlijke gevoelens van Hitchcock die een onmiskenbare weerslag hebben gehad op zijn cinematografische benaderingsstijl. Aan de hand van herhaalde contacten met de cineast heeft Taylor het abundantie filmwerk van Hitchcock kunnen reconstrueren, waarbij een duidelijk onderscheid gemaakt wordt tussen de Britse filmperiode die eindigt in 1939 en het Hollywoodtijdperk waarin de cineast zijn absolute glorie heeft bereikt. De Duitse versie van deze Hitchcockbiografie is op de markt gebracht enkele weken na het overlijden van de filmmaker.

Rainer Werner Fassbinder is ongetwijfeld de voornaamste representant van de 'jonge Duitse film'. Wolfgang Limmer heeft het levensverhaal van Fassbinder neergeschreven in een authentieke interviewstijl waarbij de auteur het oeuvre van de cineast gedeeltelijk meent te kunnen verklaren vanuit zijn psychisch, vaak neurotisch gevoelsleven. De biografie van Fassbinder wordt afgerond met een documentair gedeelte waarin chronologisch de cast en de thematiek van al de theater- en de filmwerken van de kunstenaar worden geresumeerd.

K.H.

Curt RIESS,

Die Geburt der Illusion. So wurde Hollywood,

Universitas Verlag, München, 1980, 200 blz., geïll.

Curt Riess die na de explosie van het nationaal-socialisme in Duitsland door 'Paris Soir' wordt geëngageerd als film- en theatercriticus, heeft reeds in 1957 met zijn filmhistorische beschouwingen over de Duitse film na 1945 («Das gab's nur einmal») definitief een plaats veroverd bij de populariserende filmgeschiedschrijvers.

In zijn recent werk wordt in een vlotte journalistenstijl een amusant verhaal opgebouwd over Hollywood in zijn stomme filmperiode. De analyse van de industriële groei van de Amerikaanse film wordt rijkelijk doorspekt met diverse illustraties en anecdotische biografieën van de filmvedetten uit de beginjaren (Griffith, De Mille, Pickford, Chaplin,

Valentino...) die uiteindelijk de massale uitbouw van het Hollywoodspektakel hebben mogelijk gemaakt. Curt Riess geeft aan zijn Hollywoodroman een sterk nostalgisch einde waardoor het Amerikaanse filmsprookje nimmer zal terugkeren. - «Hollywood als eine eher märchenhafte Oase, in der es sich gut leben liess-das ist gewesen».

K.H.

Willi BÄR & Hans Jürgen WEBER,

Fischer Film Almanach 1980,

Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main, 1980, 217 blz., geïll.

Met het voorliggend document heeft het 'Jahrbuch Film' van Hans Günter Pflaum (Carl Hanser Verlag), dat sedert 1977 een globaal overzicht probeert te brengen van de film- en televisieactiviteiten in Duitsland in het voorbije jaar, een ongevaarlijke concurrent bijgekregen. In tegenstelling tot het jaarboek van Pflaum, waarin het fenomeen film vanuit diverse invalshoeken (economisch, politiek, esthetisch) wordt geëxploreerd, blijft de 'Fischer Film Almanach' beperkt tot een filmografische opsomming van de commerciële films die in het afgelopen jaar in de Duitse bioscopen of op het Duitse TV-scherm in roulatie werden gebracht. De samenstellers van de filmalmanak zijn er zich blijkbaar van bewust dat de lezer via deze alfabetische filmlijst erg summier geïnformeerd wordt over de globale situatie van de Duitse cinema. Daarom wordt in een apart hoofdstuk ruime aandacht besteed aan het vernieuwde filmsubsidiebeleid in de Duitse Bondsrepubliek, een filmpolitiek thema dat de jongste tijd vaker in de belangstelling heeft gestaan.

K.H.

TELEVISIE

Nico SCHEEPMAKER,

Het meest bekeken programma - 25 jaar NOS-journaal,

Strengholt, 1981, Naarden, 159 p.

Op 5 januari 1956 werd het eerste TV-journaal in Nederland uitgezonden. Deze blijde gebeurtenis viel samen met de eindstrijd om het nationaal schaakkampioenschap, waarin oud-wereldkampioen en challenger Max Euwe de titelverdediger Jan Hein Donner versloeg en zodoende opnieuw kampioen van Nederland werd. Dit sportief evenement zou de eerste aflevering van het journaal volledig domineren; voor ander nieuws bleef men aangewezen op radio en dagbladen. Pas jaren later trad hierin verandering op: waar het journaal tot dusver uitsluitend bestond uit bewegende beelden, deed een nieuwslezer zijn intrede en kwam

meteen de dagelijkse actualiteit beter uit de verf.

Ondanks tal van onvolkomenheden groeide het TV-nieuws in enkele jaren uit tot het meest bekeken televisieprogramma in Nederland (kijkcijfer in 1958: 97%). Nico Scheepmaker, televisiecriticus en o.a. bekend om zijn stukjes in Vrij Nederland, heeft voor de gelegenheid wat rondgescharreld in deze 25-jaar oude nieuwsgeschiedenis. Het resultaat is een vlot geschreven verhalenbundel, met een vleugje spanning er bovenop en vaak met oog voor het anecdotische.

W.S.

L. DERKSEN

Puin Ruimen,

Uitgeverij Teleboek, Bussum, 1981, 191 p.

Het schijnt in Nederland gewoonte te worden columns op elk gebied (en zeker die op televisiegebied) te bundelen in een boek. Zo ook de opstellen van Leo Derksen over televisie in «De Telegraaf» en «De Courant / Nieuws van de dag». «Wie maar lang genoeg over televisie schrijft, krijgt steeds meer het gevoel, dat hij bezig is puin te ruimen. Want wat doet een televisiecriticus anders dan kritisch alle spookbeelden die hem vanuit Hilversum worden toegezonden te volgen, om er dan stevig zijn tanden in te zetten? En wanneer hij dat, zoals Leo Derksen, doet met humor en lichte spot (sic!), blijft er van menig heilig huisje weinig meer over. Je moet tenslotte eerst slopen, wil je later puin kunnen ruimen.»

Dat is mooi geschreven boven het fotootje van meneer Derksen op de achterkant van het boek. Maar bij het lezen van het boek krijg je de indruk dat de verkeerde tekst is afgedrukt. Derksen gaat nauwelijks in op het medium televisie. Na lezing ben je geen cent wijzer over het Nederlandse omroepbestel, laat staan dat je weet waar de schoen wringt. Hier is geen sprake van het volgen van spookbeelden, hier is geen sprake van heilige huisjes, waar weinig van over blijft. Hier is alleen sprake van het bevestigen van het «Gesundenes Volksempfinden», dat heel goed aansluit bij de opvattingen van de gemiddelde Telegraaf-lezer, over de VARA, over werklozen, die liever profiteren van de sociale voorzieningen dan werken, over sympathisanten met de derde wereld en andere spoken die het leven van Derksen klaarblijkelijk bedreigen.

Ooit heeft de TV-criticus van het Nederlandse regionale «Dagblad de Stem», Johan Diepstraten, een aantal van zijn kritieken gepubliceerd onder de titel: «Zonde van het papier». «Puin ruimen» is pas écht zonde van het papier.

A.V.P.

MEDIA: NEDERLAND

Jo BARDOEL, en Jan BIERHOFF, (red.), **Media in Nederland**, Van Gennep, 1981, Amsterdam.

Deel 1: **Omroep, film, nieuwe media, invloed**, 247 p.

Deel 2: **Pers, boeken, informatiestromen, reclame**, 244 p.

'Media in Nederland' is een rapport zoals er helaas te weinig verschijnen. De samen-

stellers, beiden experts in massacommunicatie en respectievelijk beleidsmedewerker bij de NOS en docent aan de School voor Journalistiek te Utrecht, ogen wat bescheiden naar de geïnteresseerde mediaconsument: zij hopen met hun reader een 'inleidend en overzichtelijk handboek' af te leveren ter educatie en vorming, maar ook de verder gevorderde vakman steekt er heel wat bij op. 'Media in Nederland' is ook niet uitsluitend geschreven voor Nederlanders, zoals de titel van beide boekdelen ten onrechte laat vermoeden. Weliswaar dient de Nederlandse mediasituatie als vertrekpunt en in diverse bijdragen wordt die vaderlandse toestand meer in detail ontleed. De mechanismen die de bewustzijns-industrie draaiende houden, blijken echter een universele gelding te hebben en bv. evengoed de problemen uit te leggen waarmee we al decennia lang in België geconfronteerd worden. Commercialisering, verrossing, hegomonie van het Westerse (en vooral Amerikaanse) nieuws- en filmaanbod, de popindustrie, nieuwe media (kabel, teletekst, viewdata, TV-satellieten), kleinschalige informatie (radio, streekbladen), persconcentratie, de boekenmarkt, reclame... wie zal beweren dat de wetmatigheden achter deze (uitvoerig geïllustreerde) verschijnselen enkel fungeren binnen bepaalde landsgrenzen?

De samenstellers zelf wijzen op de grondige media-ontwikkelingen die zich tijdens de afgelopen twee decennia gemanifesteerd hebben, en dit op drie niveaus. Aan de kant van de productie moest de godsdienstige en ideologische inbedding in een alsmar sneller tempo plaats maken voor de optredende commercialisering, produkt van een enorme vrije tijds-industrie, die de ontspanning na gedane arbeid tot winstobject maakte. Een van de meest frappante uitingen van het sterker commercieel en marktgericht opereren van de mediabedrijven is het streven naar grotere productie-eenheden. De persconcentratie, die inmiddels grotendeels voltooid is, staat daar model voor. Daarnaast leidde de slag om de kijk- en leescijfers tot het vervaardigen van grootste-gemene-deeler-produkten, gericht naar een zo breed mogelijk consumentenpubliek en met het overslaan van alle levensbeschouwelijke en politieke barrières. Op dit vlak, het niveau van het media-aanbod, bevinden zich de talrijke roddel- en human interest-bladen, of de vertroste programma's op radio en televisie. De derde deelgenoot in het mediabedrijf, het publiek, staat er inmiddels ontredderd bij. De diverse media (krant/weekblad, radio, film en vooral televisie) hebben op een brutale wijze beslag gelegd op zijn doorheen de jaren toegenomen vrije tijd ('De TROS is er voor U!'). De lezer/kijker heeft daar gretig op ingepikt en lijkt van zijn krant of TV-toestel ook weinig meer te verwachten dan louter verstrooiing. Of is het eerder aangewezen te spreken van kunstmatige communicatiebehoefte, uitgelokt door een media-industrie die het publiek enkel beschouwt als een reservoir van consumptiekrachten?

Bierhoff en Bardoele wijgeren echter de onmondigheid van de mediaconsument als een vaststaand gegeven te beschouwen. Op termijn (maar de auteurs stellen voorzichtigheidshalve dat dit wel de nodige jaartjes tijd vergt) moet er een intensere betrokkenheid tot het mediagebeuren groeien bij de

afnemers. Voorwaarde hiertoe is een grotere basiskennis van het communicatiebedrijf, hetgeen op zijn beurt veronderstelt dat er werk wordt gemaakt van een serieuze media-opvoeding, liefst vanaf het prille begin in de school. Hieruit moet een ruimere competentie bij het publiek voortvloeien en dat kan uitmonden in diverse vormen van actieve opstelling; oprichten van lezerscomités, gebruik maken van het lidmaatschap bij de omroepen om mede-bestuursverantwoordelijkheid op te eisen, groepswijze appellieren aan de overheid, tot en met het in eigen beheer vervaardigen van informatie-produkten langs eigen kanalen. Tegelijkertijd krijgt de overheid de dringende wens zich ingrijpender bezig te houden - in het belang van de consument - met het media-probleem in plaats van willoos de gebeurtenissen te ondergaan (onze Belgische regering kan alvast de boekjes bestellen).

Tenslotte mag er voor de auteurs een pluim af omdat 'Media in Nederland' niet alleen een leerboek, maar ook een leesboek geworden is (een voor vaklui helaas moeilijk te realiseren combinatie). Voor de volledigheid hun namen op een rijtje: Jo Bardoele, Jan Bierhoff, René Sterk, Peter Vasterman, Frans Crone, Jan Heijs, Paulien Terreehorst, Theo Van Steegeren, Ben Manschot, Jan Rogier, Pieter Van Waesberghe, Addy Kaiser, Sjef Bogman, Anthony Mertens, Chris Vos en Cees Hame-link

W.S.

CARTOON

Randall P. HARRISON

The Cartoon.

Communication to the Quick,

Sage, Beverly Hills/London, 1981, 152 blz., geïll.

Hoewel cartoons gewoonlijk slechts vluchtig worden bekeken, kunnen zij toch veel informatie meedelen. Een doorgedreven vereenvoudiging en een overdrijven van bepaalde elementen uit de werkelijkheid zijn de hoofdkenmerken van de cartoon. Harrison maakt een onderscheid tussen de politieke, de instructieve, de louter humoristische, de verhalende en de commerciële cartoon. Hij overloopt in het kort het ontstaan en de ontwikkeling van al deze vormen. Zowel de primitieve schetsen, die 4000 jaar voor Christus op de rotswanden werden getekend, als de computergrafieken van nu komen aan bod. Vooral aan de pioniers van de verschillende genres en vormen (zoals van het «tekstballonneetje») wordt aandacht besteed.

Hij inventariseert de verschillende wetenschappelijke onderzoeken die aan de cartoon gewijd werden, zowel vanuit artistiek, psychologisch, sociologisch als communicatie-wetenschappelijk perspectief. Bovendien stelt hij een aantal «cartoontopics» voor, die om nader onderzoek vragen.

Zelf analyseert hij de code van de cartoon. Hij toont aan welke technieken de tekenaar hanteert in het scheppen van een driedimensionale illusie, het suggereren van de verschillende emoties en het creëren van een beweging.

Hijzelf typeert het boek als een cartoon in de oorspronkelijke betekenis van het woord, d.i. een eerste schets, die nog nader moet uitgewerkt worden.

L.D.

OPNIEUW VERKRIJGBAAR (2de DRUK) :

TELETEKST **en** **VIEWDATA**

een exploratie in het domein van de telematiek.

Dirk DE GROOFF
o.l.v. Prof. dr. G. FAUCONNIER

645 blz.

1475 BF

INHOUD:

Technische achtergronden — Bestandsopbouw en zoekprocedure — Terminologie — Andere nieuwe media — Typologie van de nieuwe media — Belangengroepen: motieven en problemen — Ontwikkeling in een aantal landen — België: aspiraties en perspectieven — Functies en toepassingsmogelijkheden — redactie: kosten en beleid — Relatie met de traditionele media — Sociale implicaties

Bestelbon

GRAAG ONTVANG IK.....EXEMPL. VAN "TELETEKST en VIEWDATA".

NAAM

ADRES

CeCoWe
K.U.Leuven
E. VAN EVENSTRAAT 2A
3000 LEUVEN

tel.: (016)22.10.70
storting bankrekeningnr. 431-0370172-87

Het "Politiek Zakboekje" rekent af met de grote verwarring!



De politiek geïnteresseerde Belg heeft allang geen duidelijk overzicht meer van werking en structuur van ons politiek bestel. De recente grondwetsherziening, de regionalisering, de halfjaarlijkse kabinetswisselingen, de frequente verschuivingen binnen de partijen, enz... maken het zelfs voor de onmiddellijk betrokkenen kwasi onmogelijk om de politieke evolutie op de voet te volgen. Wie zich wil informeren stuit op stapels politieke en rechtsgeleerde geschriften en nota's. Maar tot nu toe werd deze informatie nergens gestructureerd en op een voor ieder toegankelijke wijze bijeengebracht. Daarom is er nu voor u: het «Politiek Zakboekje».

Het «Politiek Zakboekje» maakt u wegwijs in de politiek.

Voor het eerst wordt 's lands institutionele en politieke structuur beknopt en overzichtelijk uitgelegd in één en hetzelfde vademecum. Met de klemtoon op praktische informatie.

Het «Politiek Zakboekje» – met een voorwoord van gewezen Eerste Minister Wilfried Martens – voert een schat van wetenswaardigheden aan: namen en adressen van alle politieke mandatarissen, ministeriële en provinciale diensten; een beknopte beschrijving van de werking en samenstelling van onze politieke instellingen; de bevoegdheden van de deelregeringen; een overzicht van internationale instellingen; de integrale tekst van de grondwet; een uitvoerig portret van de structuur, de werking en de leidinggevende figuren van alle politieke partijen en hun nevenorganisaties.

Terug te zenden aan Uitgeverij Kluwer,
Santvoortbeeklaan 21-23, 2100 Deurne

Ik wens ex. Politiek Zakboekje(s) aan de speciale voordeelprijs van 295 fr. (normale prijs 350 fr.)
..... abonnement(en) Politiek Zakboekje met 15% korting per editie.

Naam
Straat
Woonplaats
Handtekening

Het «Politiek Zakboekje»: nu voordelig kennismaken.

Van het «Politiek Zakboekje» zal jaarlijks een nieuwe, totaal bijgewerkte editie verschijnen. (En natuurlijk ook na nationale verkiezingen en/of belangrijke regeringswijzigingen).

Het kost normaal slechts 350 fr.

Bij het verschijnen van de eerste editie willen uitgeverij Kluwer en Knackmagazine, die het «Politiek Zakboekje» samen uitgeven, u nog een voordeligeraanbod doen: wie nu dadelijk bestelt betaalt slechts 295 fr.

Indien u de meest recente politieke gegevens steeds snel in uw bezit wilt hebben neemt u natuurlijk een abonnement. Naast de zekerheid dat u elke nieuwe editie onmiddellijk krijgt toegestuurd, geniet u dan bovendien van een prijsvoordeel van ruim 15% op elke editie.

Om in te gaan op ons uitzonderlijk aanbod kan u gebruik maken van bijgaande intekenbon.

