

COMMUNIC.

169P 5366
Congresbrochure

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

elfde vlaams congres
voor communicatiewetenschap



Film en televisie in een veranderend audiovisueel tijdperk

CRISIS IN DE BIOSCOOP ? • AUTEURS EN DE NIEUWE
TECHNOLOGIE • FILM EN NIEUWE MEDIA • VIDEOCLIPS
SPEELFILM VROEGER EN NU • GESELECTEERDE BIBLIOGRAFIE

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN

E. VAN EVENSTRAAT 2A

3000 LEUVEN

JAARGANG 14

NR 4

WINTER 1984-1985

5366

COMMUNICATIE

Driemaandelijks tijdschrift
voor massamedia
en cultuur.

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

14de jaargang nr. 4
WINTER 1984-85

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

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

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

Abonnees *in Nederland* schrijven fl. 25,- over op (Rabobank-Nederland) rekeningnr. 10.38.86.737 van Communicatie, E. Van Evenstraat 2 A, B-3000 Leuven. Losse nummers kosten fl. 10,-.

Voor betaling vanuit *andere landen* gelieve men gebruik te maken van zijn Postgirorekening of een Internationaal Postmandaat.

Abonnementen worden automatisch verlengd, tenzij men een maand vóór het einde van de jaargang opzert.

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

Advertentietarief wordt op aanvraag toegezonden.

Getekende artikels verbinden alleen de schrijvers.

Inhoud Jg. 14, nr. 4

- 1 **Ten geleide: film en televisie in een veranderend audiovisueel tijdperk** - J.M. Peters
- 2 **Crisis in de bioscoopindustrie?** - Kris Vanstappen
- 11 **De auteurs geconfronteerd met de nieuwe technologie** - Jan Corbet
- 17 **Film via en/of versus nieuwe media** - Dir Grooff
- 20 **Videoclips: beeldgeworden muziek** - Filip De Meyer, Gust De Meyer
- 25 **Nieuwe spelregels voor de speelfilmvertoning van Méliès tot Spielberg: een lichtjaar tussen Lumière en laserstraal** - Bruno Verpoorten
- 30 **Geselecteerde bibliografie: film en televisie in een veranderend audiovisueel tijdperk** - Greta Boon, Lieve Mulier, Kris Vanstappen
- 38 **Feiten en meningen uit de mediawereld** - Kris Vanstappen, Wim Van der biesen
- 41 **Uit de tijdschriften**
- 44 **Uit de literatuur**

Verantwoordelijke uitgever:
L. Boone, Brugstraat 146,
3030 Leuven-Heverlee.

ten geleide

film en televisie in een veranderend audiovisueel tijdperk

Met dit nummer van ons tijdschrift – en met het thema van het 11e Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap, dat wij op 15 maart a.s. organiseren – stellen wij een aantal problemen aan de orde die verband houden met de veranderingen die zich aan het voltrekken zijn in de wereld van de audiovisuele communicatiemediën. Die veranderingen betreffen o.m. de verdere uitbouw van de distributie van het omroepbestel (mede door de komst van de satelliet- en de abonnee-televisie), de snelle verovering van de markt door de 'home-videorecorder' en de daardoor mogelijk geworden spectaculaire groei van de videotheken, de verbetering van de technische kwaliteit van tv- en video-programma's door de beeldplaat en de digitale televisie. En natuurlijk ook de veranderingen binnen het film- en bioscoopbedrijf dat, nauwelijks bekomen van de klap die de omroep-televisie het sinds de jaren '60 heeft toegebracht, nu geconfronteerd wordt met de al dan niet legale, maar in elk geval hevige concurrentie van de videotheek. Laten wij de zegeningen van de audiovisuele ontwikkelingen één voor één tellen, zowel deze die eigenlijk al in de eigen aard van het "mechanische" beeld besloten liggen, als die welke het gevolg zijn van het gebruik dat ervan gemaakt wordt door zenders en ontvangers. Misschien legt de wetenschap die zich met de communicatie en met name met de massamedia bezig te houden, wel wat te weinig aandacht aan de dag voor het artistieke, educatieve, informatieve en ja ook regenererende potentieel van de beeldmedia. Een zekere beduchtheid voor eventuele disfunctionele effecten van deze media schijnt de beoefenaar van de sociale wetenschappen bijna aangeboren te zijn. Wat de techniek mogelijk maakt en de commercie aanbiedt, strookt niet altijd met wat door velen cultureel wenselijk wordt geacht, juridisch toelaatbaar is, in educatief opzicht preferabel is of in cultuurpolitieke zin zou moeten worden nagestreefd.

De vragen die men zich in dit verband kan stellen zijn legio. Hoe komt het dat het audiovisuele zo'n hoge vlucht heeft genomen? Wat boeit het publiek zo in films, televisiespelen, praatshows, kwissen? Wat zijn de oorzaken van de algemene aantrekkingskracht die het beeld op de mens schijnt uit te oefenen? Welke verschuivingen heeft de opkomst van de videotheken teweeggebracht in de consumptiegewoontes van het publiek dat vroeger naar de bioscoop ging of tevreden was met het aanbod van de omroep-televisie? Hoe zal de programmering van bioscopen en publieke omroepen zich aanpassen aan die verschuivingen? Gaat de bioscoop een wezenlijk andere functie vervullen dan de verstrooiing brengende televisie? Enzovoort.

Met de inhoud van dit nummer van 'Communicatie' heeft de redactie enig materiaal willen aandragen voor een vruchtbare discussie over dit soort vragen. Dat één nummer en één congresdag niet alle antwoorden kunnen geven, zal niemand teleurstellen die iets begrijpt van de omvang en de complexiteit van de audiovisuele problematiek.

J.M. Peters

crisis in de bioscoopindustrie ?

kris vanstappen

0. Inleiding

Iedereen die van ver of nabij iets met film te maken heeft, is er zich van bewust dat de bioscoopexploitatie een bedrijfstak in moeilijkheden is. Nochtans geven de cijfers, die bijeengebracht worden door het Nationaal Instituut voor de Statistiek (N.I.S.), een pessimistisch beeld dan over het algemeen vermoed wordt.

In dit artikel zullen we, in de eerste plaats, de gegevens van het N.I.S. overlopen en analyseren. Vermits deze cijfers doen vermoeden dat we te maken hebben met een structureel verschijnsel, gaan we vervolgens dieper in op de redenen van de malaise in de bioscoopindustrie: de grotere mobiliteit van de bevolking, de concurrentie van andere vormen van vrijetijdsbesteding (waaronder televisie en video), de concurrentie van televisie en video als alternatieve exploitatievormen en, tenslotte, significante managementsopties en -fouten in de film distributie, respectievelijk de bioscoopexploitatie zelf. In een derde punt vermelden we enkele mogelijke oplossingen, die aangebracht worden door het filmbedrijf zelf. Tenslotte besteden we kort aandacht aan de toekomst van de bioscoopexploitatie van films. Hoewel we ons hier op het terrein van de speculatie begeven, kunnen een aantal voorspellingen met redelijke waarschijnlijkheid, als extrapolatie van de huidige situatie en ontwikkelingen, naar voor gebracht worden.

1. Enkele cijfergegevens

Op het ogenblik dat dit onderzoek afgesloten werd, betroffen de meest recente beschikbare cijfers het jaar 1982. We op-

teerden voor een beschouwing van de periode 1962-1982, een tijdspanne van 21 jaar. Uiteraard kon in onze studie niet alle door het N.I.S. ter beschikking gestelde informatie verwerkt worden. We richten onze aandacht op het 35mm-bioscoopcircuit (het zgn. 'commerciële circuit'), en meer bepaald op de volgende aspecten:

- het aantal toeschouwers;
- het aantal zalen;
- het aantal zetels.

Deze gegevens werden zo nauwkeurig mogelijk onderzocht. Voor elk jaar uit de bestudeerde periode werden ze nationaal, per landsgedeelte en per provincie nagegaan, waarbij de belangrijkste agglomeraties afzonderlijk beschouwd werden. Daarnaast werden de evolutie van de bruto-ontvangsten en de gemiddelde prijs van het bioscoopticket onderzocht. Ten aanzien van de hier bijeengebrachte cijfers dient een voorbehoud gemaakt. Het N.I.S. werkt met de gegevens zoals die door de bioscoopuitbaters ter beschikking worden gesteld. Indien een zaaluitbater fraudeert zal dat doorgaans ook in de informatie die hij het N.I.S. verschaft tot uiting komen. Vermits de fraude in de exploitatiesector op tenminste 10% wordt geschat, is het waarschijnlijk dat de cijfers een vertekening naar beneden vertonen.

De gegevens van het N.I.S. waren evenwel de enige die we konden inkijken. De Belgische Beroepskamer der Kinematografie stelt ook een exploitatiestatistiek op, die mogelijk nauwkeuriger is. De Beroepskamer weigerde evenwel deze cijfers mee te delen. We waren derhalve verplicht af te gaan op de informatie van het N.I.S. (zie Tabel 1)

De cijfers geven een allesbehalve rooskleurig beeld van de Belgische exploitatiesector. Op 20 jaar tijd raakten de Belgische bioscopen 2/3 van hun toeschouwers kwijt, verminderde het zalenaantal eveneens met 2/3 en bleven slechts 1/5 van het aantal zetels over dat in 1962 beschikbaar was.

Tussen 1982 en 1962 daalde de *tickettenverkoop* met 44.120.924 eenheden tot 30,91% van het oorspronkelijk aantal. Het verlies is algemeen, hoewel Vlaanderen iets beter stand houdt dan Wallonië. De provincie Limburg behield nagenoeg 2/3 van haar toeschouwers, maar vormt een eenzame uitzondering. De provincie Luik daarentegen verliest bijna 80%, een daling die vooral zo hoog uitvalt door de terugloop van het bioscoopbezoek in de steden en gemeenten die niet tot de Luikse agglomeratie behoren. De tickettenverkoop bedraagt hier iets meer dan 1/10 van het cijfer dat behaald werd 1962.

Over het algemeen doen de agglomeraties het beter dan de rest van de provincie, met uitzondering van Brussel, resp. de rest van de provincie Brabant, waar de verliezen ongeveer even groot zijn. Voor de overige provincies zijn de resultaten opvallend. De onderstaande cijfers geven het percentage weer van het aantal verkochte ticketten in 1981 ten opzichte van het aantal verkochte ticketten in 1962:

- Agglomeratie Antwerpen	37,41%
Rest van de provincie	27,28%
- Agglomeratie Gent	35,11%
Rest van de provincie	21,39%
- Agglomeratie Luik	24,60%
Rest van de provincie	12,85%
- Agglomeratie Charleroi	31,37%

Tabel 1.

Bioscopen die films vertonen van 35mm of meer. Aantal toeschouwers, zalen en zetels, en gemiddelde grootte van de zalen 1962-1982.

Jaar	Aantal toeschouwers			Aantal zalen			Aantal zetels			Grootte ²	
	Abs.	Index	Index ^o	Abs.	Index	Index'	Abs.	Index	Index ^o	Abs.	Index
1962	63.861.319	100,00		1.432	100,00		702.883	100,00		491	100,00
1963	52.692.116	82,51	82,51	1.259	87,92	87,92	624.140	90,22	90,22	504	102,62
1964	46.554.183	72,90	88,35	1.165	81,35	92,53	588.356	83,71	92,78	505	102,89
1965	44.472.765	69,64	95,53	1.081	75,49	92,79	547.765	77,93	93,10	507	103,24
1966	39.467.236	61,80	88,74	986	68,85	91,21	504.581	71,79	92,12	512	104,26
1967	36.746.924	57,54	93,11	876	61,17	88,84	452.261	64,34	89,63	516	105,18
1968	33.919.523	53,11	92,31	811	56,63	92,58	417.641	59,42	92,35	515	104,92
1969	31.469.527	49,28	92,78	773	53,98	95,31	399.611	56,85	95,68	517	105,32
1970	30.389.350	47,59	96,57	714	49,86	92,37	366.856	52,19	91,80	514	104,68
1971	29.791.111	46,65	98,03	678	47,35	94,96	340.510	48,44	92,82	502	102,32
1972	32.420.924	50,77	108,83	714	49,86	105,31	356.261	50,69	104,63	499	101,66
1973	26.315.064	41,21	81,17	629	43,92	88,10	305.267	43,43	85,69	485	98,88
1974	26.452.389	41,42	100,52	587	40,99	93,32	280.269	39,87	91,81	477	97,27
1975	25.442.452	39,84	96,18	562	39,25	95,74	266.466	37,91	95,08	474	96,60
1976	23.248.859	36,41	91,38	553	38,62	98,40	251.604	35,80	94,42	455	92,69
1977	22.325.315	34,96	96,03	546	38,13	98,73	228.140	32,46	90,67	418	85,13
1978	21.703.689	33,99	97,22	516	36,03	94,51	197.906	28,16	86,75	384	78,14
1979	19.863.955	31,10	91,52	488	34,08	94,57	184.631	26,27	93,29	378	77,08
1980	21.591.464	33,81	108,70	500	34,92	12,46	173.585	24,70	94,02	347	70,73
1981	20.121.735	31,51	93,19	479	33,45	95,80	160.607	22,85	92,52	335	68,97
1982	19.740.395	30,91	98,10	461	32,19	96,24	142.486	20,27	88,72	309	62,97

² Gemiddelde grootte der zalen

$$\text{Index (jaar X)} = \frac{\text{cijfer (jaar X)}}{\text{cijfer (1962)}} \times 100$$

$$\text{Index}^{\circ} \text{ (jaar X)} = \frac{\text{cijfer (jaar X)}}{\text{cijfer (jaar X-1)}} \times 100$$

BRON: Nationaal Instituut voor de Statistiek

Rest van de provincie 25,97%
Twee jaren vertonen enige groei van betekenis. In 1972 steeg het aantal verkochte ticketten met 4.629.813 eenheden, en bereikte opnieuw het peil van 1968. In 1973 werd evenwel opnieuw een dieptepunt bereikt: 41,21% van het aantal ticketten dat in 1962 verkocht werd. Tijdelijk hoopgevend was ook de stijging van 1980, die relatief even groot was als deze in 1972. Bovendien werd het verlies in 1981 beperkt. De cijfers voor 1982 geven echter een nieuw minimum weer: 19.740.395 verkochte ticketten.

Met betrekking tot het *zalenpark* kunnen praktisch dezelfde opmerkingen gemaakt worden. Het totale verlies voor België bedraagt 2/3 van het in 1962 opererende aantal bioscopen. Het onderscheid tussen Vlaanderen en Wallonië tekent zich hier iets scherper af. In Wallonië verminderde het aantal zalen met nagenoeg 75%, terwijl in Vlaanderen deze daling 'slechts' 63% is ten opzichte van 1962.

Ook bovenstaande bemerking betreffende het verlies in de agglomeraties en de rest van de provincies gaat nog gedeeltelijk op. Wat Vlaanderen en Brabant aangaat kunnen we zonder meer stellen dat

het verschijnsel - de agglomeraties die beter stand houden dan de rest van de provincies - zich op het vlak van het bioscopenaantal nog duidelijker manifesteert. Onderstaande cijfers geven het percentage weer van het aantal zalen in 1981 ten opzichte van het aantal zalen in 1962:

- Agglomeratie Antwerpen	47,95%
Rest van de provincie	33,33%
- Agglomeratie Gent	59,38%
Rest van de provincie	24,26%
- Agglomeratie Brussel	62,88%
Rest van de provincie	24,81%

De beide Waalse provincies waarvan we cijfers bezitten geven evenwel een ander beeld:

- Agglomeratie Luik	18,75%
Rest van de provincie	22,32%
- Agglomeratie Charleroi	22,06%
Rest van de provincie	23,86%

Ook hier zien we een opvallend, maar zeer tijdelijk herstel voor 1972 en 1980. Wat tenslotte het aantal *zetels* betreft is de teruggang het duidelijkst. Op nationaal vlak daalde dit tot 20,27% van het cijfer voor 1962. Het verlies in Wallonië (82,43%) is opnieuw groter dan in Vlaanderen (76,12%).

De agglomeraties houden in Vlaanderen

en Brabant beter stand dan de rest van de provincie. Zoals we ook opmerkten voor het *zalenpark* verliezen de agglomeraties Luik en Charleroi méér dan hun respectievelijke provincies. Ook de bemerking aangaande 1972 kan hier herhaald worden. De winst die dat jaar geboekt werd en nog meer ging verloren in 1973.

Tenslotte worden de zalen sinds 1970 gemiddeld elk jaar kleiner. Een doorsnee zaal bevatte in 1962 491 zitplaatsen, in 1969 517 zetels en in 1982 nog 309 plaatsen.

Verscheidene bioscoopuitbaters merken op dat "het ergste nu wel voorbij is, want dat de massale toeschouwersverliezen en zalensluitingen niet meer voorkomen". Tabel 1 toont, door middel van de *index*^o - waarvan het basisjaar het vorige jaar is - dat ze ongelijk hebben. In absolute cijfers lijkt het toeschouwersverlies in 1981 vrij gering (1.469.729 eenheden), vergeleken met de terugloop in 1967 (2.720.312 eenheden). Proportioneel beschouwd zijn beide dalingen evenwel bijna identiek: - 6,81% in 1981 en - 6,89% in 1967. De verliezen in absolute cijfers zijn kleiner geworden, maar procentueel kan men nauwelijks van een stabilisatie

Tabel 2.

Bioscopen die films vertonen van 35mm of meer. Aantal toeschouwers, gemiddelde prijs van het ticket en bruto-ontvangsten 1962-1982.

Jaar	Aantal toeschouwers		Prijs ticket ²		Bruto-ontvangsten	
	Abs.	Index	Abs.	Index	Abs.	Index
1962	63.861.319	100,00	21,51	100,00	1.373.632.582	100,00
1963	52.692.116	82,51	22,66	105,35	1.136.614.964	82,75
1964	46.554.183	72,90	24,41	113,48	1.193.814.399	86,91
1965	44.472.765	69,64	27,03	125,66	1.202.221.688	87,52
1966	39.467.236	61,80	29,98	139,38	1.183.236.737	86,14
1967	36.746.924	57,54	32,49	153,14	1.210.449.236	88,12
1968	33.919.523	53,11	35,34	164,30	1.198.790.733	87,27
1969	31.469.527	49,28	37,77	175,59	1.188.565.277	86,53
1970	30.389.350	47,59	41,04	190,79	1.247.187.829	90,79
1971	29.791.111	46,65	43,65	202,93	1.300.446.469	94,67
1972	32.420.924	50,77	47,70	221,76	1.546.479.774	112,58
1973	26.315.064	41,21	51,91	241,33	1.366.113.819	99,45
1974	26.452.389	41,42	58,18	270,48	1.538.871.817	112,03
1975	25.442.452	39,84	66,67	309,95	1.696.247.789	123,49
1976	23.248.859	36,41	72,64	337,70	1.689.029.120	122,96
1977	22.325.315	34,96	81,82	380,38	1.826.608.493	132,98
1978	21.703.698	33,99	88,46	411,25	1.919.894.450	139,77
1979	19.863.955	31,10	93,91	436,59	1.865.460.007	135,80
1980	21.591.464	33,81	95,43	443,65	2.060.571.367	150,01
1981	20.121.735	31,51	103,15	479,54	2.075.615.491	151,10
1982	19.740.395	30,91	110,46	513,53	2.180.524.032	158,74

² Gemiddelde prijs van het toegangsticket, betaald door een volwassen toeschouwer.

BRON: Nationaal Instituut voor de Statistiek.

van de toestand spreken. Gemiddeld verliezen de Belgische bioscopen 5,46% van hun toeschouwers per jaar, en sluiten 5,50% van de zalen hun deuren.

(zie Tabel 2)

Gedurende de bestudeerde periode stegen de bruto-ontvangsten van de bioscopen met meer dan de helft. Tabel 2 maakt de reden van deze stijging, die zich pas vanaf 1974 helder aftekent, duidelijk. Hoewel het aantal verkochte ticketten daalde tot minder dan 1/3 van het peil van 1962, konden de geïnde bruto-ontvangsten stijgen, omdat de prijs van het bioscoopticket in de periode 1962-1982 ruim verviervoudigde.

Samenvattend kunnen we stellen dat er een duidelijke teruggang merkbaar is, zowel in het bioscoopbezoek als in het zalenbestand en het aantal beschikbare bioscoopzetels. De daling is een nationaal verschijnsel. De agglomeraties schijnen beter stand te houden dan de rest van hun respectievelijke provincies, hoewel deze trend zich voor Wallonië niet consequent doorzet. De terugloop kan waargenomen worden over de volledige bestudeerde periode, en vertoont niet de neiging zich te stabiliseren.

We kunnen besluiten dat er uiteindelijk niet kan gesproken worden over een bioscoop-crisis. De moeilijkheden van de exploitatiesector zijn geen acuut verschijnsel. Men kan bij het overschouwen van de cijfers onmogelijk staande houden dat de dalingen een gevolg zijn van

de economische crisis. Alles wijst er op dat de problemen van de bioscoopexploitatie een structureel karakter hebben.

2. Oorzaken van de moeilijkheden in de bioscoopexploitatie

Over een aantal oorzaken van de bioscoop-malaise is iedereen het eens. De betere vervoersmogelijkheden, de concurrentie van andere vormen van vrijetijdsbesteding, de concurrentie van alternatieve exploitatievormen als televisie en videocassette worden door elke zaaluitbater en verdeler aangehaald als de grote boosdoeners. De verzamelde cijfers tonen evenwel aan dat een belangrijke oorzaak van de problemen zich waarschijnlijk situeert in de organisatie van de filmindustrie. De filmindustrie ligt, door de wijze waarop zij functioneert, grotendeels zelf aan de basis van de moeilijkheden die zich manifesteren in de bioscoopexploitatie.

1. De grotere mobiliteit van het publiek

De verbeterde vervoersmogelijkheden waarover het publiek beschikt zijn een belangrijke factor in de teloorgang van een bepaalde soort bioscopen, namelijk de wijkzalen, buurtbioscopen en de zalen in de randgemeenten van de agglomeraties. Het bioscoopgaand deel van de bevolking bestaat overwegend uit jongere mensen. Een onderzoek van de Belgische Beroepskamer der Kinematografie wees

uit dat vrijwel uitsluitend ongehuwden tussen 16 en 25 jaar regelmatig de bioscoop bezoeken. Dit publiek wil uiteraard een film zien als hij nieuw is. Men wacht niet tot de film in de buurtzaal komt, maar men trekt de grote centra in om de recente films te gaan zien.

We hebben hier te maken met een aantal elkaar versterkende factoren. Het exclusiviteitsprincipe (1), dat door de verdelers en de uitbaters in de grote centra gehanteerd wordt, houdt door middel van 'hold over'- en 'clearance'-clausules een film in deze exclusiviteitsbioscopen tot hij volledig 'uitgeëxploiteerd' is. Dit heeft tot gevolg dat deze zalen het publiek bijna letterlijk uit de kleinere omringende meenten wegzuigen. Dit brengt op zbeurt teweeg dat een film soms maandenlang geblokkeerd blijft in de grote centra, zodat ook het deel van het publiek aangetrokken wordt, dat eventueel bereid was een aantal weken te wachten op de betreffende film.

Deze tendens wordt ook in de hand gewerkt door de steeds vaker toegepaste multiplex- of complex-formule. Een film verhuist eenvoudig naar steeds kleinere zalen van dezelfde uitbater, terwijl de 'clearance'-regeling van kracht blijft. Op het ogenblik dat de film uiteindelijk vrijgegeven wordt voor de bioscopen binnen de 'clearance'-zones, die geen aanspraak kunnen maken op de exclusiviteit, heeft het grootste deel van het publiek van deze zalen de betrokken film reeds in de

grootstad gezien. Tijdens een interview dat we hem afnamen concreetiseerde Michel Apers, uitbater van de Cartoon's en programmator van de Calypso-zalen te Antwerpen, een en ander als volgt: "De concentratie in de steden, weg van de wijkcinema's, dat heeft ook veel te maken met het feit dat de films die geld opbrengen zolang blijven sleuren in de binnenstad. Dat kan je heel goed merken in Brussel. De complexen, die in de binnenstad bestaan, rekken en rekken de exploitatie van de films, en ondertussen weigeren de distributeurs gewoon die film te verdelen aan de bioscopen buiten de binnenstad. Die laatste bioscopen zijn dan ook op vijf à tien jaar allemaal kapot gegaan. Vroeger draaide een film een vrij korte tijd in de binnenstad, en daarna ging die nog eens 20, 25 cinema's de stad rond. Het publiek dat vroeger over e 20 cinema's verspreid zat, dat zit nu in die ene cinema. En dat is een proces dat volkomen onomkeerbaar is." (2)

Het blijft een opvallende vaststelling dat de wijkzalen en de bioscopen in de randgemeenten van de grootsteden één na één verdwijnen. Op dit ogenblik is het zo dat nog slechts de bioscopen in de grote bevolkingscentra - Brussel, Gent, Luik, Antwerpen, Charleroi - bestaanszekerheid hebben. In de hoofddorpen en de kleinstedelijke centra is de bioscoopactiviteit vrijwel teruggelopen tot 0. De regionale centra, zoals Mechelen, Oostende, Aalst of St. Niklaas zitten op de wip. Sinds de opening van het nieuwe Calypso-complex in Mechelen draait de bioscoopbedrijvigheid er opnieuw - ten koste van de Mechelse randgemeenten. In een aantal andere regionale centra is en bioscoop meer over.

...en kan zich terecht afvragen of het in de hand werken van de concentratietendens door de verdelers niet dient beschouwd te worden als een marketingfout. De sluiting van een wijkzaal heeft over het algemeen het verlies van een deel van het publiek van die bioscoop voor de bioscoopexploitatie als dusdanig tot gevolg. In "De crisis in de Vlaamse bioscoopindustrie" stelt Erik Faucompret: "Al zijn bioscoopgangsters vandaag bereid een grotere afstand af te leggen om een film in een exclusiviteitszaal te gaan bekijken, toch verloor het bedrijf toeschouwers die alleen in hun onmiddellijke omgeving films wensten te zien, door het in de hand werken van de concentratietendens naar de grote steden toe." (3)

Het is verder duidelijk dat de toenemende concentratie van het bioscoopwezen naar de steden steeds meer macht legt in handen van de exploitatieconcerns in deze centra. Uiteindelijk leidt dit, tesa-men met het fenomeen van de multiplex-cinema's, naar een steeds sterkere machtspositie voor de grote, in casu de Amerikaanse verdelers. Aangezien het Amerikaanse produkt het sterkst is, kunnen de Amerikaanse distributiefilialen aan de overblijvende exploitanten de wet opleggen, en dat gebeurt ten koste van de onafhankelijke Belgische verdelers. Michel Apers zag het als volgt: "Dat betekent dat een onafhankelijke distributeur niet eens op voorhand weet of hij een redelijke kans maakt om op het goede moment in de cinema's te geraken. Want als hij in de situatie terecht komt dat op dat ogenblik in de complexen 'E.T.', 'Annie', 'Tootsie' en 'Gandhi' draait, dan komt hij er gewoon niet in. Dat kan op termijn betekenen dat die man zijn investeringen niet meer kan recupereren, en dan voorzie ik, als tweede gevolg, dat we evolueren naar een veel sterkere monopolisering van de distributiemarkt. Hoe gaat dat eindigen? Ge gaat enkele grote groepen hebben die exploiteren en enkele grote groepen die aan distributie doen." (4)

2. Concurrentie van andere vormen van vrijetijdsbesteding

Op de ontspanningsmarkt moeten de bioscopen concurreren met alternatieve vormen van vrijetijdsbesteding, zoals de horeca-sector, eendagsuitstappen, sociaal toerisme, literatuur en uiteraard ook televisie en video. In hun culturele rol moeten ze optornen tegen opera, theater of concert.

3. Concurrentie van andere vormen van filmexploitatie

Televisie en video bieden de producent en de verdeler een bijkomende mogelijkheid om het produkt te exploiteren. De kansen die door televisie, video en de "nieuwe media" (satelliettelevisie door middel van telecommunicatie- of omroepsatellieten, betaaltelevisie in haar verschillende vormen) geboden worden zijn een positieve factor voor de filmproductie en -distributie, maar vormen een concurrent van formaat voor de bioscoopuitbaters: "Tragisch in deze evolutie is dat de bioscoopexploitanten in hun

overlevingsstrijd alleen staan. Zoals bij de opkomst van de televisie filmproducenten baat vonden, bieden nieuwe verkoopstechnieken, mogelijk gemaakt door kabeltelevisie en video, de distributie immers schitterende perspectieven. Nu reeds kan in de Verenigde Staten een prent parallel worden bekeken in de bioscoop, eventueel via de normale televisie-uitzending, via 'pay-tv' (kabeltelevisie gespecialiseerd in filmprogrammatie) en op videocassette. Terwijl deze evolutie in de Nieuwe wereld vooralsnog geen merkbare invloed uitgeoefend heeft op het bioscoopbezoek, menen wij dat ze voor het Vlaamse cinemabedrijf de doodsteek zou kunnen betekenen." (5) Voorlopig blijft de invloed van de "nieuwe media" in België nog zeer gering. Televisie en video zijn daarentegen een dagelijkse realiteit.

3.1. Televisie

België is het dichtstbekabelde land van Europa. Eind 1983 werd voor 2.981.497 televisietoestellen kijk- en luistergeld betaald. Daarvan waren er 2.667.221 aangesloten op een kabelnet, wat een penetratiegraad inhoudt van 89,5 %. In 98,2% van de Vlaamse gezinnen bevindt zich minstens één televisietoestel. (6)

Een bijkomende factor wordt gevormd door de ligging van België. De centrale positie van ons land in Europa stelt de kabelmaatschappijen in staat zonder extreem hoge investeringen, een groot aantal zendstations via de kabel te verdelen. Op dit ogenblik heeft een doorsnee kabelabonnee in Vlaanderen de keuze uit 15 programma's:

- BRT 1;
- BRT 2;
- RTBf 1;
- RTBf 2;
- Nederland 1;
- Nederland 2;
- TF 1;
- A 2;
- FR 3;
- ARD;
- ZDF;
- WDR;
- RTL;
- BBC 1;
- BBC 2.

(zie Tabel 3 op blz. 6)

Tabel 3. Penetratie van de kabeltelevisie in België, 1973-1983.

Jaar	Aantal tv-toestellen	Aantal abonnees	Penetratie
1973	2.376.037	390.529	16,4%
1974	2.464.201	654.434	26,6%
1975	2.549.228	1.252.219	49,1%
1976	2.645.850	1.501.273	56,7%
1977	2.811.145	1.735.742	61,7%
1978	2.866.451	1.926.919	67,2%
1979	2.924.846	2.128.000	72,7%
1980	2.934.054	2.308.254	78,7%
1981	2.963.126	2.470.165	83,4%
1982	2.976.383	2.593.514	87,1%
1983	2.981.497	2.667.221	89,5%

- Jaar = 31 december
- Aantal tv-toestellen = zwart-wit + kleuren
- Aantal abonnees = aantal abonnees kabeltelevisie

BRON: Vervoersstatistieken van het N.I.S., op basis van R.T.T.-gegevens.
Beroepsvereniging van de Radio- en Televisiedistributie (R.T.D.).

In Wallonië verdelen de kabelmaatschappijen bovendien het franstalige satellietprogramma TV 5. Onderhandelingen zijn aan de gang om ook de Engelse commerciële televisie via de kabel te mogen verdelen. Binnen afzienbare tijd zal dit aanbod nog aangevuld worden door de programma's, die de Zweedse groep Esselte Video International via de ECS-satelliet als betaaltelevisie zal verspreiden. Tenslotte laat de huidige regering doorschemeren het BRT-monopolie te willen doorbreken, en schijnt minister Poma niet afwijzend te staan tegenover een vorm van 'vrije televisie'.

Al deze zendinstituten zijn speelfilm-vertoners. Het huidige 15-kanalen-aanbod garandeert zelfs op de meest dode avonden de mogelijkheid om 2 of 3 films te zien.

De kabelpenetratie schept een aantal specifieke problemen voor de Belgische verdelers en bioscoopuitbaters. Een film-distributeur koopt de exploitatierechten van een film - de televisierechten vaak inbegrepen - voor een beperkt territorium. De Belgische verdelers kunnen hun rechten over het algemeen laten gelden in België en Luxemburg. Buiten deze regio's hebben ze geen vat op de speelfilmprogrammatie van de zendinstituten. Dit heeft in het verleden reeds een aantal malen geleid tot moeilijkheden. Films, die in België nog in de bioscopen liepen, werden geprogrammeerd door een buitenlands zendinstituut en doorgezonden door de kabelmaatschappijen. De regeling betreffende de auteursrechten, die in juli 1983 van kracht werd tussen BELFITEL-AGICOA - voor de rechthebbenden

- en de beroepsvereniging van de Radio en Televisie-Distributie (R.T.D.) - voor de kabelmaatschappijen - biedt in dit verband weinig aan de kleine verdelers. Er wordt helemaal geen vergoeding voorzien voor bioscoopuitbaters die op deze wijze in moeilijkheden zouden geraken. Uiteindelijk is dit een internationaal probleem, dat moeilijk op een nationale basis kan opgelost worden. De houding van de Amerikaanse verdeelhuizen in deze problematiek is niet onbelangrijk. Deze distributeurs beschikken over exploitatierechten die de facto een wereldomvattend karakter hebben. We kunnen het standpunt van de Amerikaanse verdeelhuizen het best tekenen aan de hand van volgend voorbeeld, dat ter sprake kwam tijdens ons interview met Michel Apers: "Ik had contact opgenomen met Fox, die in de jaren '50 'Viva Zapata' hadden geproduceerd, met Marlon Brando (...) Ik ga praten met de mensen van Fox, die de rechten van de films van Fox voor Europa verdelen. Die vroegen mij 4.000 \$ of 5.000 \$ voor de vertoningsrechten van die film. Ik weet het niet juist meer. Dat bedrag was op zichzelf recupereerbaar, dat was geen probleem. Voor die 200.000 BF. kreeg ik de vertoningsrechten voor 3 jaar. Ik vroeg toen aan die mensen: 'Ik kan er natuurlijk niks tegen inbrengen dat jullie die film in België aan mij verkopen en in Duitsland aan de tv. Dat is jullie goed recht. Maar één ding zou ik jullie willen vragen: als jullie op dit ogenblik contacten hebben met de tv ergens in het buitenland met betrekking tot deze film, zeg het me dan, want dan kan ik die film niet nemen. Ik kan niet riskeren dat de film in Duitsland op tv is vóór ik de

copie heb gekregen.' 'O', zegden ze, 'het past niet in de politiek van de firma om daarover uitspraak te doen. Daar kunnen we geen enkele garantie op geven.'" (7) Het kan bovendien voor verdelers en zaaluitbaters een ramp betekenen als een bekende filmster overlijdt. Op dat ogenblik zijn alle zendinstituten opeens geïnteresseerd in de films, die door de betrokken regisseur gemaakt werden of waarin de overleden acteur of actrice een rol speelt. Dit kan een ernstige financiële strop betekenen voor uitbaters die de film in kwestie geprogrammeerd hebben.

3.2. Video

De exploitatie van films door middel van videocassette is pas recent een reëel probleem gaan vormen voor de bioscoopuitbating. De videocassetterecorder (V.C.R.) was lange tijd te duur en de betrouwbaarheid was niet groot genoeg om een massale doorbraak te forceren. Een aantal aspecten, zoals het naast elkaar bestaan van verschillende onverenigbare systemen en de economische crisis in het algemeen, remmen voorlopig nog de expansie van de V.C.R. De langzame commercialisering van de apparaten leidt evenwel naar een kwaliteitsverbetering, een vereenvoudigde technische werking en een prijsvermindering. De penetratiegraad van de V.C.R. in Vlaanderen werd eind 1983 op 8,1% geschat. Als de huidige trend zich doorzet, zou dit cijfer tegen eind 1985 oplopen tot 30%. (8) De stijging van de penetratiegraad brengt een verhoging van het aantal op videocassette beschikbare films met zich mee. Eind 1983 bedroeg dit filmaan-

bod in Vlaanderen 2.500 titels. Eind 1984 zouden dit er 3.500 zijn.

Dit alles heeft tot gevolg dat de videocassette een steeds belangrijker bron van inkomsten gaat vormen voor de filmindustrie - in casu de producent en de verdeler. De filmindustrie levert in principe de soft ware in het proces, de films waarvan het duplicaat op cassette zal verkocht worden. De hard ware, de V.C.R.'s en de videocassettes, worden gefabriceerd door een reeks bedrijven, waarvan de belangrijkste van Japanse origine zijn. De gemeenschappelijke interesses van beide industrieën leidden in januari 1984 tot de oprichting van C.I.C. - Victor Video, een samenwerkingsverband tussen de Japan Victor Company (J.V.C.) en Cinema International Corporation. Voorlopig blijft deze samenwerking nog beperkt tot Japan, maar indien de re-

laten van dit experiment positief zouden uitvallen, zullen dergelijke kartels over de gehele wereld een beslissende invloed uitoefenen op het filmaanbod dat op videocassette verkrijgbaar is.

In theorie wordt een film pas op videocassette uitgebracht nadat hij zijn bioscoopcarrière achter de rug heeft. In de praktijk blijkt dit systeem allesbehalve waterdicht. Legale videocopieën van bepaalde films liggen soms al in de winkels vooraleer de films in de bioscoop te zien waren. Ook hier spelen de exclusiviteitsregelingen een rol. De wachttijd tussen het uitbrengen van een film in de bioscoop en de release van de videocassette gaat immers in vanaf de bioscooppremière, niet vanaf de laatste voorstelling van de film.

Het mank lopen van de filmindustriele stemen ter bescherming van de bioscoopexploitatie wordt aangevuld door twee factoren. In de eerste plaats is iedereen, die beschikt over een V.C.R., in staat thuis opnamen te maken van televisieprogramma's - eventueel zelfs terwijl een ander programma rechtstreeks op de televisie gevolgd wordt - of cassettes te kopiëren. Het zelf registreren van programma's wordt door de wet verboden, evenals trouwens het op cassette of band opnemen van platen. De huidige wetgeving betreffende de bescherming van de auteursrechten staat evenwel volledig machteloos tegen deze vorm van ontduiking.

Een veel groter probleem vormt de georganiseerde piraterij, die een rechtstreekse bedreiging vormt voor de bioscoopindustrie. Via 'lekken' in de bioscoopex-

ploitatie verkrijgen de fraudeurs copieën van films, die overgezet worden op videocassette en zo snel mogelijk worden uitgebracht. In tegenstelling tot de thuisopnamen, die meestal uitsluitend voor eigen gebruik zijn bestemd, gaat het in de piraterij om een echte industrie. Het voordeel voor de koper van dergelijke cassettes is dubbel. In de eerste plaats respecteren de fraudeurs de gangbare wachttijden niet, en worden films uitgebracht zonder oog voor hun eventuele bioscoopcarrière, zodat de koper zeer recente films kan verkrijgen. Bovendien is de prijs van de piraatcassettes merkkelijk lager dan deze van legale reproducties, vermits de auteursrechten en over het algemeen ook de belastingen en een deel van de B.T.W. ontdoken worden. Op dit ogenblik wordt geschat dat de piraten ongeveer even veel verdienen aan de verkoop van videocassettes als de filmindustrie. Vermits de overheid grotendeels in gebreke blijft - men vermoedt dat de ontdekte en bestrafte fraude 25% van de globale piraatactiviteiten in België omvat - tracht de filmindustrie nu zelf een gecoördineerde actie op touw te zetten. SIBESA startte begin 1983 met een speciale videosectie ('Video Veilig') en werkt hierin samen met SABAM en de Belgische Beroepskamer der Kinematografie. De bioscoopondernemers zelf worden in deze activiteiten weinig of niet betrokken, hoewel zij terdege de negatieve weerslag van de piraterij ondervinden. Een verdere penetratie van de V.C.R. zal het de exploitanten steeds moeilijker maken de mensen naar de bioscopen te krijgen. Het feit dat een van de voorstellen, uitgaande van de verdelers, om de piraterij in te dijken, bestaat uit 'het zo snel mogelijk legaal op videocassette uitbrengen van recente films' spreekt in dit verband boekdelen.

4. Managementfouten in de bioscoopexploitatie

Een laatste reeks factoren, die de teruggang van het bioscoopbezoek kunnen verklaren, wordt gevormd door de vaak opvallende fouten in bedrijfsleiding die door de bioscoopuitbaters worden gemaakt. Deze stelling wordt ondersteund door het feit dat een groot deel van de bioscopen, die gedurende de eerste jaren van de terugloop van de toeschouwersaantallen hun deuren sloten, echte familiebedrijfjes waren. Deze uitbaters, die hun zaal vol hadden zien lopen tijdens de

periode kort na de Tweede Wereldoorlog, en die met het vertonen van films goed geld hadden verdiend, haakten eenvoudig af, toen het er op aankwam voor het voortbestaan van hun bioscoop te vechten.

Een gebrekkige bedrijfsvoering schijnt evenwel een kenmerk te zijn van een groot deel van de exploitatiesector. Het uitbaten van een bioscoop houdt, veel meer dan in andere industrietakken het geval is, een doorslaggevend aspect van contact met de consument - in casu de bioscoopbezoeker - in. Dit brengt onder meer met zich mee dat men zorg draagt voor goede trailers, korting geeft aan studenten, de publiciteitsmogelijkheden op een rendabele manier gebruikt.

De meeste bioscoopexploitanten beschikken niet over de grote middelen, die noodzakelijk zijn om industriële reclamecampagnes te voeren. Er worden evenwel ook andere, even fundamentele fouten gemaakt.

De jongeren tussen 16 en 25 jaar vormen op dit ogenblik het belangrijkste deel van het bioscooppubliek. De exploitanten gaan er echter van uit dat 'oudere mensen toch niet naar de cinema gaan'. Zij richten heel hun beleid op deze manifest valse premisse. Door een niet-aangepaste programmatie en infrastructuur worden stelselmatig kijkers vanaf een bepaalde leeftijd verloren, en de uitbaters deden tot voor kort niet de minste moeite om deze groep terug te winnen. Recent heeft een aantal bioscoopondernemers getracht aan deze situatie iets te veranderen. De resultaten van deze pogingen tonen aan dat die verloren gewaande bevolkingsgroep zich best wil verplaatsen, indien de uitbater de moeite doet het voor hen interessant te maken. Het bewijs dat deze groep ondanks alles potentieel aanwezig blijft zijn trouwens de exploitatiecijfers van 'E.T.'.

Een ander aspect is de programmatie. Programmeren betekent méér dan gewoon voor films zorgen. De doorsnee bioscoopbezoeker zit niet graag in een lege of té volle zaal. Sommige bioscoopuitbaters slagen er evenwel telkens opnieuw in óf hun films te moeten vertonen voor 2 bezette rijen zetels, óf mensen te moeten afwijzen omdat de bioscoop uitverkocht is.

Uit enquêtes blijkt bovendien geregeld het misnoegen van het publiek ten aanzien van bepaalde aspecten van het bioscoopbedrijf. Men klaagt onder meer over de vertoning van publiciteit en docu-

mentaires, een verouderde of onaangepaste zaalinfrastuctuur - ongemakkelijke zetels, slecht beeld of geluid - lange wachtlijnen aan de kassa, onvriendelijk bioscoop personeel en de onderbreking van de film om snoepgoed te verkopen. Het is opvallend hoe weinig de zaaluitbaters zich om deze bezwaren bekommeren.

Een niet te onderschatten rem op het terugwinnen van het verloren bioscooppubliek blijft ook de hoge prijs van het bioscoopticket.

Tenslotte is er een laatste factor, die vaak terugkwam in onze gesprekken met zaaluitbaters. De kennis van of het doorzicht in de smaak van het publiek is altijd de zwakke schakel van de filmindustrie geweest. Andere nijverheden zijn soms in staat de reacties van hun consumenten enigszins te voorzien. Wat de filmnijverheid betreft is dit om uiteenlopende redenen quasi-onmogelijk. Waar we evenwel zien dat andere facetten van de bioscoopexploitatiebedrijvigheid, door de schaalvergroting, de concentratie en de invloed van de economische crisis, industriële proporties krijgen, schijnt de communicatiestoornis tussen de uitbaterssector en het publiek als een onoverkomelijke hindernis ervaren te worden. De exploitatiesector heeft weinig of geen idee van de impact van de verschillende factoren die het publiek in zijn keuze beïnvloeden. Erik Faucompret stelt: "Ook de niet-commerciële media spelen een belangrijke rol, die het succes van een bepaalde film mee kan determineren, al pogen de exploitanten deze rol liefst te negeren. Televisie-uitzendingen als 'Première', recensies verschenen in kranten en tijdschriften werken inspirerend op een deel van de potentiële toeschouwers. Ze vormen echter een onbekende factor voor het bedrijf, dat in het slechtste geval het gunstig effect van een duur betaalde promotiecampagne verloren kan zien gaan." (9)

Een aantal bioscoopuitbaters relateert deze communicatiestoornis aan de invloed van de televisie en, in mindere mate, van de videocassetterecorder: "De onvoorspelbaarheid van het publiek heeft zeker grotere afmetingen aangenomen. Het wordt voortdurend moeilijker te raden wat precies de smaak van het publiek is. De vraag is natuurlijk: waar ligt dat aan? Dat ligt aan de grotere keuzemogelijkheden door het grotere filmaanbod en de verbeterde mobiliteit, maar dat ligt mijns inziens ook aan de televisie.

De televisie heeft het publiek een andere manier van kijken bijgebracht. Wat essentieel is aan de cinema, wat cinema onderscheidt van alle andere vormen van al dan niet audiovisuele ontspanning, is de dubbele wisselwerking die bestaat tussen het publiek en wat op het scherm gebeurt, en tussen de mensen in de zaal onderling. Eigenaardig genoeg is deze groepsidee een beetje verdwenen uit de bioscoop, én door de wijze waarop de films worden gemaakt, én door de wijze waarop de exploitanten naar hun potentieel publiek toegaan. Dit maakt het in ieder geval voor ons, als uitbaters, zeer moeilijk om te voorspellen hoe het publiek zal reageren op de een of andere film. Vroeger waagde ik me nog wel eens aan een voorspelling in dat verband. Dat heb ik ondertussen wel afgeleerd." (10)

3. Mogelijke oplossingen

De moeilijkheden waarmee de bioscoopsector te kampen heeft zijn duidelijk van structurele aard. Een zekere schommeling van het toeschouwersaantal en het zalenbestand is binnen filmindustriële perspectieven normaal. Het cijfer van de verkochte ticketten wordt immers in grote mate bepaald door de films die het betreffende jaar in de bioscopen te zien waren.

De verwerkte gegevens tonen evenwel aan dat er sprake is van een reëel nettoverlies van toeschouwers en bioscopen. De tijdelijke heropleving, die we ongetwijfeld zullen merken voor de jaren 1983 en 1984 is uiteindelijk slechts te wijten aan enkele films, en in de eerste plaats 'E.T.'. De kans bestaat dat het cijfer van de publieke belangstelling opnieuw dit zal zijn van 5 of 10 jaar geleden. De triomfantelijke zegebulletins, die we van de kant van de filmindustrie kunnen verwachten, missen nochtans elke grond. Een exploitant stelde: "De essentiële denkfout die hier in zit is dat men structurele en conjuncturele golven met elkaar verward. Het is niet omdat de publieke belangstelling omwille van enkele geslaagde films opnieuw opleeft dat de bioscoop gered is. Integendeel, hetzelfde hoge peil zal moeten bewaard blijven, en dat zal zeer moeilijk zijn. Dat is eigenlijk het essentieel positieve aan een film als 'E.T.'. Deze prent toonde aan dat het mogelijk blijft dat een film inderdaad loopt zoals een film zou moeten lopen, meerdere weken met volle zalen en met een qua leeftijd zeer gedifferentieerd publiek.

'E.T.' is evenwel voor vele zalen de laatste reddingsboei geweest. Vele zalen hebben met deze film hun jaarbalans kunnen aanzuiveren. Maar wat als er volgend jaar geen 'E.T.' of een gelijkwaardige plaatsvervanger uitkomt? Het nu gewonnen publiek zal even snel weer verloren zijn." (11)

Vanuit verschillende instanties worden mogelijke uitwegen uit de heersende malaise gesuggereerd.

In de eerste plaats wordt gesteld dat de *multiplex-formule* consequent zou moeten doorgetrokken worden. Er bestaat immers een verband tussen de stijging van het aantal zalen en keuzemogelijkheden en de stijging van de publieke belangstelling. Eenzelfde effect wordt bereikt met het systeem van geconcentreerde voorstellingen, dat in Antwerpen wordt toegepast. (12) Beide formules bieden een aantal identieke voordelen, zowel voor de uitbaters van deze bioscopen als voor de verdelers en het publiek. Michel Apers vertelde: "Neem bijvoorbeeld de Decascoop. Ge kunt dat als gebouw zeer indrukwekkend vinden, maar ik vind het een beetje bangelijk: een echte bioscoopbunker. Maar het eigenaardige is dat het gebouw inderdaad een stimulant geeft aan het bioscoopbezoek, en het publiek - of ge er nu vóór of tegen zijt - geeft dat soort projecten alleen maar gelijk. Moest ge nu het totaal aantal bezoekers vergelijken dat vroeger in Gent naar de cinema ging en dat er nu naar de film gaat, dat is nu zeker het dubbele van vroeger. Of dat de toekomst voor de bioscoop is weet ik niet. Maar ge ziet dat de individuele prestatie van de films, de recettes die door één film gemaakt worden, enorm verhogen. Er draaien daar nu films met formidabele recettes, die vroeger maximum een week in de cinema gebleven zouden zijn." (13)

De nadelen van deze oplossing werden reeds eerder uiteengezet. Ze werkt een machtsconcentratie in de hand, wat eerst ten koste van de wijkzalen en de bioscopen in de randgemeenten en later van de onafhankelijke Belgische distributeurs zal plaatsgrijpen.

Daarom wordt door sommigen precies het tegengestelde als oplossing naar voor geschoven, namelijk het gedeeltelijk afschaffen van het exclusiviteitsprincipe om zo te komen tot een *herwaardering van de wijkzalen*. Dit zou inhouden dat de 'clearance' van de exclusiviteitsbioscopen in tijd en ruimte tot een minimum zou herleid worden, zodat de

nieuwe films vrijwel gelijktijdig zouden uitgebracht worden in een zo groot mogelijk aantal bioscopen. Ook de kleinere zalen zouden op deze manier baat kunnen vinden bij de nationale publiciteitscampagnes.

Deze oplossing kan echter niet doorgevoerd worden met de wijkzalen, zoals we ze in België op dit ogenblik kennen. Hun vervallen toestand, zwakke technische infrastructuur en slecht georganiseerde programmatie staan een dergelijke herwaardering voorlopig in de weg. Het voorgestelde alternatief zou derhalve in eerste instantie belangrijke investeringen vergen van de uitbaters van deze zalen, een voorwaarde die, gezien de wijze waarop de bioscoopindustrie evolueert, door de meeste exploitanten van deze zalen als onrealistisch ervaren wordt. Bovendien zou deze oplossing nagen aan de gevestigde machtsposities van de grote distributie- en exploitatieconcerns, en zou ze rechtstreeks ingaan tegen de heersende concentratietenden.

Tenslotte tracht de exploitatiesector met een aantal bijzondere inspanningen het publiek terug in de bioscoop te krijgen. De bekendste daarvan is het 'maandag, bioscoopdag'-initiatief. Op 9 januari 1984 kondigde de Beroepskamer aan dat op maandag een prijsvermindering zou toegepast worden door de exploitanten, die aangesloten waren bij deze Kamer. De tarieven van het bioscoopticket zouden 's maandags dalen van 180 F naar 140 F of 150 F en van 150 F naar 110 of 120 F. Het initiatief werd zeer sceptisch onthaald. In de eerste plaats werden de exploitanten volkomen vrij gelaten in hun participatie, wat grote verwarring tot gevolg had. Bovendien was deze maatregel uitgewerkt naar het Franse voorbeeld, waar de resultaten niet eenduidig positief waren. Door het 'Ministerieel besluit van 9 mei 1984 tot wijziging van het ministerieel besluit van 15 oktober 1979 tot reglementering van de toegangsprijs voor de bioscoopzalen' kreeg dit initiatief van de Beroepskamer de facto een officieel karakter.

Deze inspanning lijkt in ieder geval vruchten af te werpen. Het blijft evenwel voorlopig de vraag of de stijging van het aantal maandag-bezoekers het totaal aantal toeschouwers zal doen toenemen. Het is mogelijk dat een en ander in het nadeel uitvalt van de overige vertoningsdagen, zodat het effect op het globale toeschouwersaantal minimaal zou zijn.

Een tweede 'gimmick' om de toeschouwer terug bioscoopbewust te maken zijn de 'sneak previews'. Eén dag of vertoning per week koopt de toeschouwer een ticket tegen verminderde prijs zonder te weten welke film hij voorgeschoteld krijgt. Na de voorstelling wordt de kijker verzocht een vragenlijst in te vullen.

De Leuvense bioscoopuitbater Jos Rastelli was de eerste om dit idee, dat afkomstig is uit de Verenigde Staten, in Vlaanderen door te voeren. In de V.S. heeft de 'sneak preview' gewoonlijk een rechtstreekse impact op de film die vertoond wordt. In België wordt deze vorm van filmvertoning uitsluitend aangewend om het publiek naar de bioscoop te loodsen. Het opmerkelijke succes van Rastelli zette Georges Heylen en Albert Bert te Antwerpen en te Gent er toe aan dit voorbeeld te volgen.

Het succes van beide initiatieven - hoewel men de resultaten op lange termijn nog moet afwachten - doet vermoeden dat een gemeenschappelijk kenmerk van beide een doorslaggevende rol speelt: de sterk verminderde prijs van het bioscoopticket, zonder dat dit afbreuk doet aan de kwaliteit van de vertoning. De jongeren, als hoofdgroep van de bioscoopbezoekers, worden immers bijzonder zwaar getroffen door de economische crisis. Een algemene tariefdaling van het toegangsbiljet zou evenwel de eerste maanden of jaren een daling van de ontvangsten met zich brengen. Pas daarna zouden ook financiële resultaten kunnen geboekt worden, via de creatie van een nieuwe, grote groep regelmatige bioscoopbezoekers. Deze evolutie kan evenwel niet op korte termijn plaatsgrijpen, en het is zeer de vraag of de distributie- en exploitatiesector bereid is af te stappen van het huidige korte-termijndenken.

De wijze waarop door de machtige Amerikaanse verdelers en producenten gelobbed wordt tegen het reddingsplan voor de Europese filmindustrie, dat door de Franse Minister van Cultuur Jack Lang voor het Europees Parlement werd gebracht en dat onder meer een 'chronologie de la diffusion' inhoudt, doet in elk geval weinig goeds vermoeden voor de bioscoopexploitatie.

4. Een toekomst voor de bioscoopexploitatie ?

Een belangrijke rem op welk reddingsplan voor de bioscoopsector dan ook, is

het feit dat de Amerikaanse producenten en verdelers - de 'majors' - sinds de anti-trust-wetten geen enkel rechtstreeks financieel belang hebben bij het voortbestaan van de bioscoop. Bovendien bieden de alternatieve exploitatievormen hen ruimschoots de gelegenheid aan filmproductie en -distributie te doen. De majors verleggen dan ook meer en meer het accent van hun bedrijvigheid naar de video-markt, de mogelijkheden die hen geboden worden door abonneetelevisie en betaaltelevisie in het algemeen. Hoewel de grote bioscoopmaatschappijen nu nog het grootste deel van hun inkomsten uit de bioscopen halen, ziet het er naar uit dat dit de komende jaren snel zal veranderen. In 1983 bedroeg het totaalbedrag aan inkomsten van de softwarevideomarkt in de Verenigde Staten 1 miljard \$. Daarvan namen de langspeelfilms twee derde deel voor hun rekening. Prognoses doen vermoeden dat de opbrengsten uit video in 1988 opgelopen zullen zijn tot 5 miljard \$. Het filmaandeel daarin zal procentueel iets gedaald zijn, tot een marktaandeel van ongeveer 50%. Volgens conservatieve voorspellingen van marketing-deskundigen uit Hollywood zullen tegen 1990 bij een film de opbrengsten uit bioscoop en video gelijk zijn.

Op grond hiervan valt ernstig voor het voortbestaan van de bioscoop in de jaren negentig te vrezen. De topfiguren van de major companies hebben reeds bij herhaling laten verstaan dat het hen een zorg zal zijn waar het geld dat zij uit hun producten verkrijgen vandaan komt. Gelet op onder meer de hoge kosten die gepaard gaan met het uitbaten en onderhouden van een bioscoop betekent de sluiting van een zaal in de meeste gevallen meteen de verdwijning ervan.

Toch lijkt het onwaarschijnlijk dat de bioscoop volledig van de kaart zal geveegd worden. Een film-première zal altijd een media-event blijven, dat gediend is met de entourage en de sfeer van de bioscoop. Het is enkel als exploitatiemiddel van een film voor een massapubliek - als massa-medium - dat de bioscoop tenminste sterk aan belang zal inboeten.

Men kan zonder veel risico voorspellen dat de bioscoop een gespecialiseerd exploitatiemiddel zal worden. De cinema zal zich in de eerste plaats qua technische infrastructuur zo duidelijk mogelijk definiëren ten opzichte van de televisie. Dit betekent dat de nadruk zal komen te

liggen op het formaat van het scherm, op 3D-experimenten, op Dolby-Stereo-geluid en verscheidene andere technische karakteristieken, die het beeld en het geluid in de bioscoop kwalitatief verkiezen tegenover het audiovisueel beeld dat de televisie biedt. Deze bioscopen zullen zich bovendien met een gespecialiseerd programma tot een gespecialiseerd publiek richten. De zware investeringen, die deze ontwikkelingen met zich brengen, zullen tot gevolg hebben dat slechts een klein aantal exploitanten voldoende kapitaalkrachtig zullen zijn om aan deze vereisten te voldoen. Concentratie en centralisatie zijn de voorbodes van deze ontwikkeling: bioscoopexploitatie is slechts leefbaar indien men over meerdere zalen beschikt, liefst geconcentreerd in multiplexen, liefst gelegen in meerdere steden.

Het is duidelijk dat de 'film' als economisch produkt er zelden zo gezond heeft uitgezien. Wat evenwel de impact van dit alles op de 'aard' van de geboden films zal zijn, is moeilijker te voorspellen. Het lijkt mogelijk dat de bioscoop het exploitatieterrain wordt van die films, die niet geschikt zijn voor televisie-uitzending. Het is evenwel ook mogelijk dat bioscoop en televisie één grote 'eenheidsbrij' zullen brengen, waarbij de bioscoop zich enkel qua technische mogelijkheden onderscheidt van de televisie. Indien dit laatste het geval zou zijn, dan kan men rustig stellen dat vroeg of laat de technische voorsprong van de bioscoop zal bijgebeend worden door het huiskamer-scherm, zodat de cinema zijn bestaansreden grotendeels zou verliezen.

Conclusie

De cijfers die betrekking hebben op het bioscoopbezoek en -bestand in België tonen aan dat de Belgische bioscoopexploitatie te lijden heeft onder zware structurele moeilijkheden, zodat men eerder van een 'malaise' dan van een 'crisis' moet spreken.

De oorzaken van deze malaise zijn niet moeilijk te duiden:

1. de grotere mobiliteit van de bevolking heeft geleid tot de verdwijning van de zgn. 'buurtbioscopen';
2. de bioscoop wordt beconcurrerd door alternatieve vormen van vrijetijdsbesteding;
3. televisie en video - en binnen afzienbare tijd ook de nieuwe media - worden, als alternatieve exploitatievormen,

steeds vaker beschouwd als de 'erfgenenamen' van de bioscoop;

4. managementsbeslissingen van de verdelers en managementsfouten van de bioscoopuitbaters vormen een zware hypotheek voor deze toch al belaste sector.

De oplossingen, die door het filmbedrijf zelf worden aangebracht, zijn essentieel korte-termijn-oplossingen, die niets wijzigen aan de structurele problematiek. Pogingen tot herstel van de bioscoopindustrie worden bemoeilijkt door gebrek aan medewerking vanuit de andere takken van het filmbedrijf.

De toekomst van de bioscoop is niet verzekerd. Een toenemende concentratie en centralisatie zullen niet noodzakelijk de juiste impulsen geven om het voortbestaan van de sector veilig te stellen.

Noten

(1) Exclusiviteitsprincipe: steden en uitbaters worden door de filmverdelers gerangschikt in een hiërarchie: exclusiviteits- of première-zalen, tweede visie-zalen, derde visie-zalen, reprise-zalen, enz. Ondergeschikte zalen moeten wachten met het vertonen van een film tot een hiërarchisch hogere zaal de film

'vrijgeeft'. 'Clearances' (gebieden waarbinnen de exclusiviteit van toepassing is) en 'hold over'-cijfers (recettes die minimum moeten gehaald worden om de exclusiviteit te prolongeren) verzekeren de exclusiviteit in ruimte en tijd.

(2) Interview met Michel Apers, Antwerpen, 21 april 1983.

(3) FAUCOMPRET, E., De crisis in de Vlaamse bioscoopindustrie. In: *Economisch en Sociaal Tijdschrift*. Antwerpen, (zjg.), (1982), 4, blz. 466.

(4) Interview met Michel Apers, Antwerpen, 21 april 1983.

(5) FAUCOMPRET, E., (a.w.), blz. 468.

(6) POESMANS, D., *Bezit van audiovisuele apparatuur in het Vlaamse landsgedeelte 1984*. Brussel, BRT-Studiedienst, 1984, blz. 14.

(7) Interview met Michel Apers, Antwerpen, 21 april 1983.

(8) POESMANS, D., (a.w.), blz. 25.

(9) FAUCOMPRET, E., (a.w.), blz. 467.

(10) Interview met August Carème, Keerbergen, 20 april 1983.

(11) Interview met Gomer Verelst, Mechelen, 1 juni 1984.

(12) Georges Heylen, de belangrijkste bioscoopuitbater in Antwerpen, bezit geen grote complexen, maar programmeert wel een belangrijk aantal bioscopen die in elkaars nabijheid gelegen zijn.

(13) Interview met Michel Apers, Antwerpen, 21 april 1983.

Pas verschenen:

W. HESLING
EN
J.M. PETERS

AUDIOVISUELE RETORIEK

1985 230 blz. 500 BF

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

de auteurs geconfronteerd met de nieuwe technologie

jan corbet

De evolutie van de techniek heeft sedert enige tijd aanleiding gegeven tot de opkomst van media voor het verspreiden van artistieke en literaire werken die de uitoefeningsvoorwaarden van het auteursrecht ingrijpend gewijzigd hebben. Wij denken meer bepaald aan de kabeltelevisie, de recorders en de satellieten. Toen in de 18e eeuw het auteursrecht ontstond, werden de artistieke en literaire werken bij het publiek gebracht door vertolkende en uitvoerende kunstenaars, die vaak de auteurs zelf waren. Dank zij de drukkunst werd er reeds aan reproductie gedaan en dit maakte eveneens de gelijktijdige uit- of opvoering in verschillende ver afgelegene plaatsen mogelijk. Dit legde de grondslag voor de oprichting van auteursverenigingen, noodzakelijke organisaties om dit veelvoudig gebruik afdoende te controleren. Met de uitvinding van plaat, radio en film, werden auteursverenigingen onontbeerlijk, daar enkel zij nog bij machte waren de betrekkingen te handhaven met de talrijke gebruikers van deze apparaten die de literaire en artistieke werken tot in het oneindige konden reproduceren. Alle individuen zijn nu immers praktisch potentiële gebruikers, want zij kunnen thuis, helemaal alleen, literaire en artistieke werken reproduceren zonder zich naar de openbare gemeenschappelijke voorstellingen van de vorige generatie te moeten begeven. De grote schaal van deze nieuwe ge-

bruiksvormen stelt problemen zonder voorgaande aan de auteursverenigingen waarvan de traditionele administratieve, perceptie-, en repartitiemethodes voorbijgestreefd zijn.

Meer bepaald in het domein van toneel- en filmwerken, waar het individueel beheer van werken nog steeds gebruikelijk was, zullen nieuwe methodes op het vlak van het beheer onvermijdelijk worden.

Zo ook zal anderzijds in sommige landen een modernisering van de wetgeving op het auteursrecht zich opdringen; een wetgeving die vaak nog uit de vorige eeuw dateert en niet langer beantwoordt aan de door de nieuwe technieken gestelde problemen.

Laat ons thans deze technieken, die elk specifieke problemen vertonen, één voor één onderzoeken.

1. De kabeltelevisie

Net zoals haar voorgangster, de radio-distributie, die in een aantal landen ingevoerd werd of er nog steeds functioneert, bestaat de kabeltelevisie in de doorgifte van programma's aan een groot aantal abonnees, via een kabel- en draadnet. Deze programma's kunnen hetzij uit eigen programma's bestaan, gerealiseerd door de kabelexploitant of in elk geval programma's die door hem in het kabelnet werden ingevoerd, hetzij omroepprogramma's die hij met het oog op de doorgifte uit de ether heeft ontvangen.

In sommige landen wordt uitsluitend laatsgenoemde techniek door de overheid toegelaten, o.m. in België.

Op de kabeltelevisie worden voornamelijk programma's van audio-visuele literaire en artistieke werken vertoond hetgeen de bijzondere interesse, waarvan de auteurs van toneel- en filmwerken voor deze techniek blijf geven, verklaart.

De omroepprogramma's bevatten echter ook nog uitzendingen van een ander genre, zoals bijvoorbeeld sportprogramma's, nieuwsberichten, enz...

Inzake eigen programma's kan gedacht worden aan programma's die zuivere informatie brengen: bv. de weersvoorspellingen, de beursnoteringen, de geldkoersen, enz...

De kabeltelevisie zag het leven in de Verenigde Staten en was bedoeld om aan de tv-kijkers van ver afkomstige signalen over te brengen die hen via de ether niet konden bereiken.

In Europa werd de kabeltelevisie vooral ontwikkeld in geografisch goed gelegen landen zoals Oostenrijk, België, Nederland en Zwitserland teneinde het tv-publiek toe te laten signalen uit buurlanden op te vangen en aldus hun programmeuze te verruimen.

Onlangs zijn grotere landen zoals Frankrijk, Groot-Brittannië en de Duitse Bondsrepubliek eveneens gestart met de invoering van het kabeltelevisiesysteem of hebben althans dit voornemen bekendgemaakt.

a) Juridische problemen

In de Verenigde Staten hebben de kabelnetexploitanten aanvankelijk gepoogd te beweren dat het ter zake maar om een ontvangsttechniek van signalen ging die er enigszins toe diende om de individuele ontvangst van de abonnees te verbeteren en te centraliseren. Van doorgifte kon dan geen sprake zijn, doch wel van een zuiver passief gebruik dat niet onder de toepassing van het auteursrecht viel.

Op grond van redenen eigen aan het Amerikaans juridisch systeem, was de rechtspraak (zaken *Forthnightly* en *Teleprompter*) niet bij machte een bevredigende oplossing te geven, maar bij de nieuwe wet van 1976 werd de kabeltelevisie uitdrukkelijk aan het auteursrecht onderworpen.

De wet heeft inderdaad een zgn. stelsel van wettelijke vergunning voorzien, d.w.z. dat de auteur het gebruik van zijn werk niet kan verbieden en dat hij uitsluitend recht heeft op een "billijke vergoeding" waardoor de handelingsvrijheid van auteursverenigingen en andere rechthebbenden aanzienlijk beperkt werd.

Doch, volgens een recente verklaring van het Register of Copyrights (op de studiedagen van de ALAI, gewijd aan de kabeltelevisie, te Amsterdam in mei 1982) zal bedoelde wettelijke vergunning waarschijnlijk eerlang afgeschaft worden.

In Europa zijn de kabelnetexploitanten er niet in geslaagd een dergelijk extreem standpunt ernstig te verdedigen.

De Europese Staten zijn inderdaad alle lid van de Unie van Bern (met uitzondering van de U.S.S.R. waar de kabeltelevisie niet bestaat) en in haar art. 11bis kent de Conventie van Bern aan de auteurs het uitsluitend recht toe machtiging te verlenen tot "elke openbare mededeling, hetzij telegrafisch, hetzij draadloos van het langs de radio uitgezonden werk, wanneer deze mededeling door een ander dan het oorspronkelijk organisme wordt gedaan".

De kabelexploitanten hebben dan gepoogd een onderscheid te doen aanvaarden tussen de zgn. "verre" en andere signalen. De "verre" signalen zouden deze zijn die met een individuele antenne door het publiek niet opgevangen kunnen worden en die door de exploitanten via kabels of relais overgebracht worden. Uitsluitend de "verre" signalen zouden aan het auteursrecht onderworpen worden. De Conventie van Bern maakt dit onderscheid echter niet en deze stelling werd

door de rechtspraak eenparig verworpen (Hof van Cassatie van België, 3 september 1981; Hoog Gerechtshof van Oostenrijk, 24 juni 1974; Federaal Gerechtshof van Zwitserland, 20 januari 1981; Hoge Raad der Nederlanden, 3 oktober 1981). De enige negatieve rechtspraak, van het Duitse Bundesgerichtshof, hield verband met een specifiek geval en is niet in tegenstrijd met de principes van de Berner Conventie.

Bovendien heeft het Hof van Justitie van de Europese Gemeenschappen tot twee maal toe geoordeeld (18 maart 1980 en 6 oktober 1982) dat de eerbiediging van het desbetreffend absoluut recht van de auteur, in principe, niet in tegenstrijd was met de principes van het Verdrag van Rome (EEG-verdrag).

De juridische toestand is dus duidelijk en zou derhalve geen problemen meer moeten stellen.

Eén land nochtans, nl. Oostenrijk, heeft het noodzakelijk geacht de wet te wijzigen en een stelsel van wettelijke vergunning in te voeren. De compatibiliteit van bedoelde wetgeving met de Berner Conventie is uiterst betwistbaar, maar een grondig onderzoek zou buiten het bestek van onderhavige uiteenzetting vallen.

De UNESCO, de WIPO en de Raad van Europa zijn eveneens gestart met het onderzoek van de juridische problemen op het vlak van de kabeltelevisie en bereiden ontwerpen van standaardwetten voor die door de verschillende lidstaten van deze organisaties aangewend zouden kunnen worden.

Het is evident dat deze teksten heel wat aan belang zullen verliezen zodra de praktische gevallen een oplossing gevonden hebben, hetgeen normaal gezien al spoedig zou moeten gebeuren.

b) Praktische problemen

In het raam van het bestaand auteursrecht worden de voor de exploitatie van de kabeltelevisienetten noodzakelijke toelatingen op grond van vrij tot stand gekomen contracten verstrekt. De kabelnetexploitanten hebben er dus alle belang bij onderhandelingen te voeren met geldige gesprekspartners die hun de rechtszekerheid van hun activiteit kunnen waarborgen.

Maar in welke mate bestaan deze gesprekspartners?

Grosso modo zijn er drie groepen rechthebbenden die aanspraken inzake kabeltelevisie kunnen doen gelden: omroepor-

ganismes, filmproducers en auteursverenigingen.

De omroeporganismes zijn niet bijzonder talrijk.

In de meeste landen gaat het om de distributie van programma's van vier of vijf organismes, gemakkelijk identificeerbaar en gemakkelijk samen te brengen die bovendien over een doeltreffend gestructureerde internationale organisatie beschikken om besprekingen te voeren, namelijk de ERU (Europese Radio Unie). Bij de auteursverenigingen was de toestand reeds, van in het begin, minder volmaakt. Op het vlak van de muziek was er geen enkel probleem. Goed georganiseerde verenigingen, die elkaar wederzijds mandaat verlenen, zouden in elk land gemakkelijk een geldig gesprekspartner kunnen aanduiden. Wat echter de literaire en toneelwerken betreft, bestaat een gelijkaardige toestand maar sommige landen. In andere landen daarentegen worden de rechten door uitgever of literaire agenten beheerd.

Een op internationaal vlak uitstekend gestructureerde organisatie kon echter als algemeen woordvoerder optreden, althans wat de juridische aspecten betreft, nl. de "Confédération Internationale des Sociétés d'Auteurs et Compositeurs" (CISAC).

Voor de film bestond er slechts een internationale beroepsorganisatie, nl. de "Fédération Internationale des Associations de Producteurs de Film" (FIAPF) die eveneens besprekingen kon voeren over de juridische problemen, maar die over geen enkel mandaat beschikt om namens en voor rekening van de individuele producenten te onderhandelen.

Al spoedig kwam men tot de vaststelling dat deze structuren vervolledigd en vervolmaakt moesten worden.

Op het vlak van toneel- en literaire werken, werden nieuwe verenigingen opgericht (bv.: ARGE - DRAMA in de Duitse Bondsrepubliek), of breidden bestaande verenigingen hun rol inzake het beheer van deze rechten uit tot de televisie en de kabeltelevisie (bv.: ALCS in Groot-Brittannië), ook verenigingen die tot op heden uitsluitend muziekwerken beheerd hadden (bv.: BUMA in Nederland).

Aldus slaagden de auteursverenigingen erin het geheel van literaire en artistieke werken te overkoepelen, met uitzondering van de werken waarvan de rechten aan omroeporganismes werden afgestaan en natuurlijk de filmwerken.

De filmproducers besloten een nieuwe

internationale organisatie in het leven te roepen, de "Association de Gestion Internationale Collective des Oeuvres Audiovisuelles", AGICOA, die over de nodige mandaten beschikte om over exploitatiecontracten in de gehele wereld te onderhandelen. De AGICOA zou zich nochtans in elk land door een nationale organisatie laten bijstaan. (b.v. in België: BELFITEL)

Vandaag schijnen de meeste producersverenigingen van de grote filmproducerende landen het beheer van hun rechten reeds aan AGICOA toevertrouwd te hebben, met uitzondering van de socialistische landen. Maar de overeenkomsten met de producersverenigingen van deze landen schijnen reeds flink gevorderd te zijn.

Zonder de definitieve oprichting van deze structuren af te wachten en met het oog op de redactie van een standaardcontract dat als basis kan dienen voor concrete besprekingen op nationaal vlak, werden reeds besprekingen gevoerd tussen de CISAC, de ERU en de FIAPF enerzijds, en de Alliance Internationale de la Distribution par Fil, de AID, anderzijds. Deze besprekingen werden in december 1981 afgerond.

De belangrijkste punten van dit standaardcontract zullen hierna geanalyseerd worden.

c) *Uitweiding. Specifieke filmproblemen.*

Het domein van de filmwerken vertoont enkele specifieke kenmerken die niet uit het oog verloren mogen worden zo men zich een algemeen beeld van de zaak wil vormen.

de eerste plaats dient aangestipt dat de uitbating van filmwerken gewoonlijk - via de tussenkomst van nationale verdelers - op nationaal vlak plaatsvindt. Dit geldt eveneens voor de muziekwerken, op dit verschil na, dat de filmuitbating in de verschillende landen niet steeds terzelfdertijd plaatsheeft.

De doorgifte via kabeltelevisie die de grenzen overschrijdt komt deze uitbating brutaal verstoren. Daarom hebben de filmproducers aanvankelijk enorm veel belang gehecht aan de uitoefening van het verbods- of occultatierecht waardoor de traditionele uitbating van een film in een welbepaald land werd beschermd. Langzamerhand is elkeen nochtans met het veralgemeend en populair verschijnen van de kabeltelevisie vertrouwd geraakt en gaf men zich rekenschap van de

enorme impopulariteit van verbodsmaatregelen, die vrij belangrijke politieke gevolgen konden hebben. Voortaan zullen de filmproducers de kabeltelevisie niet langer als een bijkomstige inkomstbron en exploitatiemethode moeten beschouwen, maar wel als een inkomstbron en een exploitatiemethode met een eigen bestaansreden.

De kabeltelevisie van de toekomst, die eigen programma's zal uitzenden, zal ongetwijfeld beroep doen op speciaal hiervoor gerealiseerde films die niet langer in bioscoopzalen vertoond zullen worden. Dit gebeurt reeds in de Verenigde Staten.

Door een betere organisatie zal het trouwens mogelijk zijn de traditionele uitbating in de zalen te plannen zonder zich nog te laten verrassen door een doorgifte via kabeltelevisie.

In het standaardcontract CISAC - ERU - FIAPF / AID vallen er nochtans nog sporen van deze bekommernis vanwege de producers te bespeuren.

Een ander kenmerk van de filmwerken is het feit dat hun auteurs, met uitzondering van de componisten van de filmmuziek, het beheer van hun rechten aan de producers afstaan. Historische redenen liggen aan de basis van deze toestand. Zoals reeds opgemerkt, waren de literaire auteurs niet bijzonder goed georganiseerd en hun organisaties beschikten niet over de nodige middelen om op te treden daar waar de traditionele filmuitbating plaatsvond, nl. in de bioscoopzalen.

De producers daarentegen beschikten, via hun verdelers, wel over de noodzakelijke middelen van beheer.

Geeft deze toestand nog voldoening ten opzichte van de nieuwe technologie en in de eerste plaats, de kabeltelevisie?

Een antwoord op deze vraag is niet zo eenvoudig. De auteurs zelf schijnen er uiteenlopende meningen op na te houden. In de kleine landen treden zij vaak eveneens als producers op en hebben aldus tegenstrijdige belangen.

Het in eigen handen nemen van zijn belangen schijnt in sommige landen vaste vorm aan te nemen, bv. in Frankrijk.

Zou de oplossing er niet in bestaan het beheer van de rechten van auteurs en filmproducers aan de auteursverenigingen toe te vertrouwen? Dit voorstel zal sommigen doen opspringen, maar maken de uitgevers al geen deel uit van de auteursverenigingen en zijn de producers, mutatis mutandis, niet de uitgevers

van het filmwerk?

d) *Het standaardcontract CISAC - ERU - FIAPF / AID*

Dit contract is het resultaat van besprekingen die praktisch 3 jaar lang gevoerd werden en uiteindelijk in december 1981 afgerond werden.

Het nagestreefde doel strekte ertoe de rechthebbenden en de kabeltelevisieorganismes van elk land in het bezit te stellen van een onderhandelingsdocument dat reeds voorafgaandelijk de fundamentele problemen opgelost had, zodat aldus de besprekingen op nationaal niveau ingekort konden worden.

Daar de nationale toestanden tamelijk verschillend kunnen zijn, biedt de tekst voldoende soepelheid om aanpassing mogelijk te maken.

Het belangrijkste op nationaal vlak nog te bespreken punt is natuurlijk de vergoeding.

Met het oog op het opstellen van een relatief beknopte tekst, werd het contract in twee delen gesplitst; het eigenlijke standaardcontract en een authentieke interpretatie van het standaardcontract.

De tweede tekst vormt reeds een poging om betwistingen inzake de interpretatie van sommige bepalingen van het standaardcontract te vermijden en aldus tijd te winnen.

Het standaardcontract is zodanig opgevat dat het ofwel door de drie groepen rechthebbenden globaal ondertekend kan worden, ofwel door elke groep afzonderlijk.

De gegeven toelating heeft uitsluitend betrekking op de doorzending van omroepprogramma's. De doorzending van eigen programma's stelt te afwijkende specifieke problemen; in elk geval bestaat deze vorm van kabeltelevisie nog niet in Europa en wordt ze in sommige landen zelfs verboden. De toelating heeft ook geen betrekking op de opname van programma's; een opgenomen en naderhand uitgezonden programma wordt trouwens een eigen programma.

De rechthebbenden vrijwaren de kabelexploitanten tegen aanspraken van niet georganiseerde derden. Bedoelde vrijwaring is nochtans beperkt ten belope van het bedrag uitgekeerd aan een gelijksoortig werk of programma.

Bij wijze van uitzondering kan de doorgifte van bepaalde programma's verboden worden. Deze contractclausule gaf aanleiding tot moeizame discussies en het

scheelde weinig of de besprekingen waren afgesprongen. De filmproducers hechtten er veel belang aan; de kabelexploitanten verdedigden de stelling van de praktische onmogelijkheid het verbodsrecht toe te passen en vestigden de aandacht op de enorme impopulariteit van een dergelijke maatregel.

Uiteindelijk werd de verbodsclausule door belangrijke voorzorgsmaatregelen omringd. De tekst bepaalt dat: "Dit recht maar uitgeoefend kan worden in het geval van een objectieve en uitdrukkelijke noodzaak: een zeer ernstige en duurzame inbreuk op de belangen van de titularissen der rechten vermijden; de rechten van de bij de inhoud van het programma betrokken derden eerbiedigen". In het bijgevoegd commentaar wordt onderstreept dat verbodsgevallen maar heel zelden mogen voorkomen en de rechthebbers geven de uitdrukkelijke verzekering aan de kabelexploitanten dat zij alles in het werk zullen stellen om elke conflictstof te vermijden; nl. door het nastreven van een optimale harmonisatie tussen vertoningen in bioscoopzalen en hun uitzending langs omroepen die in aanmerking kunnen komen voor distributie via kabeltelevisie.

2. Recorders

De recorders vertegenwoordigen een reproductiemiddel dat én door zijn gemiddelde prijs én eenvoudige manipulatiemethode voor elkeen toegankelijk is. Deze nieuwe uitvinding veroorzaakte uiteraard een massaal gebruik van geesteswerken. Deze evolutie werd nog verscherpt door de uitvinding van de cassette die de manipulatie van recorders zo vereenvoudigde dat zelfs kinderen er mee kunnen omgaan.

En tenslotte heeft de videocassette dit verschijnsel uitgebreid tot het domein van de audio-visuele werken, het toneel en in het bijzonder, de film.

Met recorders kunnen natuurlijk eigen opnamen verwezenlijkt worden maar uit talrijke op het getouw gezette enquêtes blijkt duidelijk dat de bezitters van deze toestellen in feite radio- en televisieuitzendingen reproduceren of reeds bestaande opnamen kopiëren: platen, cassettes en videocassettes uit de handel. Dit stelt twee problemen: het probleem van de reproductie voor privé-gebruik en het probleem van onwettige copieën of piraterij.

a) Juridische problemen

aa) De reproductie voor privé-gebruik

Krachtens oudere en voorbijgestreefde wetgevingen is de reproductie voor privé-gebruik, zonder toelating van de auteurs, geoorloofd. Maar destijds was er nog lang geen sprake van recorders; de reproductie was uitsluitend grafisch en noodgedwongen ook uitsluitend partieel. In deze omstandigheden was de uitzondering op het auteursrecht aanvaardbaar, meer bepaald omdat de personen die deze reproducties realiseerden dit doorgaans met het oog op studie- of researchwerkzaamheden deden.

Met de moderne technieken is het nochtans mogelijk volledige werken te reproduceren, voor loutere ontspanning. Dit gaat duidelijk het raam van de bepalingen van deze oudere wetgevingen te buiten.

De hedendaagse doctrine onderstreept dat, zo het principe van het absoluut en exclusief recht van de auteur misschien niet meer in de praktijk te handhaven is, de auteur desondanks zijn recht op vergoeding moet behouden.

De twee belangrijke internationale conventies inzake auteursrecht veroorloven - doch onder zeer precieze voorwaarden - dat de staten die ze bekrachtigd hebben, uitzonderingen op het reproductierecht voorzien, nl. wanneer "de reproductie geen schade berokkent aan de normale uitbating van het werk" en zo "de reproductie de rechtmatige belangen van de auteur niet ongegrond benadeelt" (Conventie van Bern art. 9, al. 2); en de auteur mag niet beroofd worden van een "redelijke graad van effectieve bescherming" (Universele Conventie art. IV bis).

Enkele landen hebben hun desbetreffende wetgeving reeds gemoderniseerd, in andere landen ligt deze zaak ter studie. Het grote knelpunt is het vinden van een systeem dat niet academisch blijft, een doeltreffende bescherming biedt en waarvan het beheer in de praktijk mogelijk is.

Het bij de wet van 9 september 1965 van de Duitse Bondsrepubliek gegeven voorbeeld schijnt nog steeds het beste te zijn.

Op grond van art. 53 al. 5 van bedoelde wet wordt de perceptie van een vergoeding uitgevoerd bij de fabrikant van toestellen waarmee reproducties gerealiseerd kunnen worden "zo de aard van het werk toelaat te veronderstellen dat het werk voor privé-gebruik gereproduceerd

zal worden door de opname van radio-uitzendingen op beeld- of klankdragers of door middel van een heropname van een beeld- of klankdrager op een andere". Dit is voor de auteur inderdaad het enige middel waardoor hij een vergoeding kan bekomen voor een gebruik dat, doorgaans, in een privé-ruimte plaatsvindt nl. de woning van de eigenaar van het toestel.

Bedoeld systeem zou nog vervolmaakt kunnen worden door niet enkel de toestellen aan een vergoeding te onderwerpen, maar eveneens de voor de reproductie aangewende dragers: de cassettes en videocassettes.

Tot op heden werd het Duits voorbeeld uitsluitend in Oostenrijk nagevolgd (wet van 2 juli 1980 tot wijziging van art. 42 van de wet op het auteursrecht).

bb) Onwettige copieën

In tegenstelling tot de vroegere zware en kostbare apparaten die noodzakelijk waren voor de reproductie volgens de oude technieken (plaat of film) is het met de nieuwe recorders heel wat gemakkelijker om op tamelijk grote schaal reeds bestaande opnamen te reproduceren. Met sommige speciaal hiervoor ontworpen toestellen is het mogelijk om in één maal enkele tientallen copieën te reproduceren, dus praktisch op industriële schaal. Natuurlijk worden deze praktijken door alle wetgevingen veroordeeld. Maar de sancties zijn ontoereikend. Sommige wetgevingen voorzien zelfs geen strafsancties en de meeste wetgevingen die er wel voorzien, leggen slechts een boete op.

Bovendien werd het bedrag van de boetes doorgaans niet aan de economisch evolutie aangepast.

Deze onbeduidende straffen vormen dus geen enkele rem voor oneerlijke handelaars die ze als een berekend risico aanvaarden, gezien de verwachte winsten veel belangrijker zijn.

Men zou dus van de wetgevers de toepassing van strengere straffen, hogere boetes en zelfs gevangenisstraffen moeten bekomen.

Zo ook zouden er eveneens snellere en doeltreffendere procedures ingevoerd moeten worden; bv. in het raam van de wetgeving over de oneerlijke mededinging.

b) Praktische problemen

De praktische problemen vertonen - althans wat de videocassettes betreft - grote overeenkomsten met de door de kabeltelevisie gestelde problemen.

De rechthebbenden zijn dezelfde of kunnen dat zijn. De organisatieproblemen, ter aanduiding van een mandataris die bevoegd is om namens alle rechthebbenden de toelatingen te verstrekken, zijn dezelfde.

Gehoopt kan worden dat de uitgebouwde structuren die inzake kabeltelevisie het beheer van de rechten voor toneel en film tot taak zullen hebben, al vlog hun beheer tot de video zullen uitstrekken.

Een bijkomend probleem wordt gesteld door het gebrek aan ervaring. Om de problemen van de kabeltelevisie op te lossen, was het mogelijk te steunen op precedentes van de radiodistributie enerzijds en van de televisie anderzijds.

Een videocassette lijkt zowel op de mechanische reproductie (plaat en klankcassette) als op de film. De internationale doctrine heeft nog geen standpunt ingenomen omtrent de aard van deze nieuwe drager; nochtans hangt de beheersmethode van de rechten juist af van deze aard.

Sommige nationale standpunten worden beïnvloed door specifieke bepalingen van de nationale wetten, die terzake alles behalve eenvormig zijn.

Het valt dus te vrezen dat, net zoals op het vlak van de film, de nationale oplossingen nog geruime tijd verschillend zullen blijven.

Het internationaal beheer zal er niet door vereenvoudigd worden, meer bepaald omdat het thans om dragers gaat die op tienduizenden of honderdduizenden exemplaren vermenigvuldigd worden, terwijl de film maar op honderden, soms zelfs enkele tientallen copieën gereproduceerd wordt.

Het internationaal beheer zal er niet door vereenvoudigd worden, meer bepaald omdat het thans om dragers gaat die op tienduizenden of honderdduizenden exemplaren vermenigvuldigd worden, terwijl de film maar op honderden, soms zelfs enkele tientallen copieën gereproduceerd wordt.

3. De satellieten

In tegenstelling tot de twee vorige technieken bevindt de satelliettechniek, althans wat Europa betreft, zich nog maar in een beginstadium.

Een belangrijk onderscheid dringt zich onmiddellijk op: tussen enerzijds de communicatiesatellieten of "van punt tot punt" (CS, communication satellites) en anderzijds de rechtstreekse omroepsatellieten (DBS, direct broadcasting satellites).

De communicatiesatellieten doen, in juridische zin van het woord, volgens som-

migen niet aan radio-uitzending. Het doorgeseinde signaal is niet bestemd voor het grote publiek, maar voor een aantal tussenpersonen die in het bezit zijn van het noodzakelijk materiaal om het signaal te ontcijferen en de overdracht naar zijn definitief publiek te verzekeren. Het kan bv. om een kabeltelevisienet gaan en aldus kunnen beide technieken gecombineerd worden, of een kleine gemeenschap (dorp, school, cultureel centrum, enz...).

De oorspronkelijk voor de transmissie van telefoongesprekken gebouwde communicatiesatellieten bestaan reeds een twintigtal jaren (Telstar, 1962) en al spoedig werd overgegaan tot de geregelde commerciële exploitatie (Early Bird, 1965).

Verschillende communicatiesatellieten functioneren reeds om de verbinding met de grote gebieden in Amerika, Afrika en Azië te verzekeren.

In Europa gingen de testen in 1983 van start op een niet langer in gebruik zijnde telecommunicatiesatelliet (OTS II) waaraan de Belgische, Franse en Zwitserse televisie hebben medegewerkt. Voor een later tijdstip wordt het geregeld gebruik van satellieten (ECS 1 en 2, L-SAT) door verschillende Europese landen gepland.

De invoering van rechtstreekse omroepsatellieten is een nog meer verwijderd toekomstproject. De economische crisis waardoor de omroepen hun financiële middelen aanzienlijk zagen afnemen, heeft de vooruitgang in dit domein heel wat geremd.

a) Juridische problemen

aa) Communicatiesatellieten

De Conventie van Brussel (1974) regelt de betrekkingen tussen de omroepen van oorsprong en van bestemming en onderhoudt er zich van het lot van de bij de programma's betrokken auteurs en andere rechthebbenden te regelen. Het voorwerp van de bescherming is het "signaal, drager van programma's" en niet het programma zelf.

Op dit moment is de Conventie maar van kracht tussen 8 staten; de verleende bescherming is dus zeer relatief.

Na besprekingen tussen de CISAC en de ERU, werd overeengekomen dat de auteurs de verdelers van het opgevangen signaal zullen beschouwen als de eerste verantwoordelijken voor het gebruik van

literaire en artistieke werken en zich maar tot de organismes van oorsprong van het uitgezonden signaal zullen wenden zo blijkt dat het onmogelijk is tegen eerstgenoemden op te treden (verdelers werkzaam in een land waar bv. het auteursrecht niet erkend wordt).

bb) Omroepsatellieten

In principe zouden de omroepsatellieten geen nieuwe juridische problemen moeten scheppen.

Op grond van de Conventie van Bern en de Universele conventie is de definitie van de omroephandeling van toepassing op bedoelde omroeptechniek.

Er kan zich nochtans een probleem stellen i.v.m. het bepalen van de verantwoordelijkheden: zal het de satellietuitbater zijn of het organisme van oorsprong van het signaal? Dit vormt echter geen onoverkomelijk probleem.

b) Praktische problemen

Eens te meer vertonen de praktische problemen voortvloeiend uit het gebruik van satellieten, althans wat de communicatiesatellieten betreft, grote overeenkomsten met de door de kabeltelevisie ontstane problemen, daar beide technieken trouwens vaak gepaard gaan.

De door het gebruik van omroepsatellieten gestelde problemen zullen zelfs eenvoudiger zijn, daar ze vergeleken kunnen worden met deze waarmee men reeds sedert altijd in het domein van de traditionele omroep geconfronteerd werd. Door hun organisaties kunnen de rechthebbenden er uitstekend het hoofd aan bieden.

4. Besluiten

Ten slotte kan gesteld worden dat, met uitzondering van het privé-gebruik van cassettes en videocassettes waar de tussenkomst van de wetgever onontbeerlijk is, de door deze nieuwe technologie gecreëerde problemen vooral van praktische aard zijn, bv. organisatieproblemen van de rechthebbenden.

Op grond van de teksten van de internationale overeenkomsten en nationale wetgevingen is het, in principe, mogelijk de meeste juridische problemen op te lossen, en de rechtspraak bewijst het reeds.

Alle inspanningen dienen zich vooral te richten op een betere organisatie die een

doeltreffend beheer van de betrokken rechten toelaat, zowel wat de perceptie, de controle als de repartitie betreft.

Op het vlak van het toneel, de letteren, plastische kunsten en film, werd reeds te lang gedraald.

Laat ons hopen dat de schok van de nieuwe technologie een heilzame uitwerking zal hebben.

Meer bepaald op het vlak van de film, schijnt er nog steeds geen optimale oplossing voor de hand te liggen. Het allernoodzakelijkste werd gedaan teneinde doeltreffend te kunnen onderhandelen, doch de structuren schijnen niet iedereen te bevredigen.

De door de nieuwe technologie ontstane toestand kan niet meer vergeleken worden met de traditionele uitbating van vroeger. De wijkbioscoop is verdwenen. Men kan het betreuren maar het is nooit mogelijk het verleden te doen herleven. De vraag kan gesteld worden of gewoontes en contractuele praktijken uit deze voorbije tijden heden nog aanvaardbaar zijn, en of ze niet in vraag moeten gesteld worden.

Enige verbeeldingskracht is wel gewenst om de rechten van de scheppende kunstenaar te vrijwaren.

Als het om boeken gaat ...

Standaard Boekhandel



NAAMSESTRAAT 57
LEUVEN 016/23 98 21

film via en/of versus nieuwe media

dirk de grooff

Een veranderend medialandschap

Het medialandschap heeft het laatste decennium een opvallende evolutie ondergaan. Deze nieuwe ontwikkelingsgolf heeft een aantal maatschappelijke wortels (arbeidsverkorting, arbeidsdeling, economische recessie,...) waarvan de belangrijkste ongetwijfeld de technologische is. In het zog van de Derde Industriële Revolutie kent de (tele)communicatiesector een exponentieel innovatietempo. Door de catalyserende drijfkracht van de micro-elektronica en als gevolg van de integratie daarvan in bestaande media- en telecommunicatie-infrastructuur, zijn een amalgaam van nieuwe communicatiesystemen en -toepassingen ontstaan zoals teletekst, teletex, videotex, lefax, de beeldplaat, tele-vergadersystemen, e.d. en wordt bestaande mediatechnologie, zoals televisie en video, verder verfijnd.

Als gevolg van de wisselwerking tussen deze sociaal-economische, culturele en technologische verschuivingen, zijn een aantal duidelijk waarneembare nieuwe trends in het aanbod en het gebruik van de (nieuwe en traditionele) media ontstaan.

* Het ontstaan van nieuwe telecommunicatietechnieken en -toepassingen heeft een opmerkelijke verruiming van de beschikbare communicatiemedia en -kanalen met zich meegebracht. Door de (soms gedeeltelijke) functionele overlapping van de verschillende systemen binnen het nieuwe media-

landschap is een aantal media in een (min of meer) sterke concurrentiële positie ten opzichte van elkaar komen te staan. Omdat het gebruik van de media niet enkel vanuit de strikt functionele samenhang mag worden beschouwd, maar tevens in relatie met andere maatschappelijke factoren (zoals kostprijs, hoeveelheid vrije tijd, e.d.), is vooralsnog niet duidelijk of deze concurrentie op termijn ook voor sommige media nefast zal zijn.

* De doorgevoerde arbeidsdeling heeft geresulteerd in zeer gespecialiseerde beroepen die functioneel erg afhankelijk zijn geworden van specialistische informatie. Daarenboven spelen een aantal nieuwe communicatietechnieken in op een selectief en/of gespecialiseerd aanbod. Via de kabel kunnen op bepaalde doelgroepen gerichte programma's worden geleverd (weerkanaal, muziekkanaal, sportkanaal), videotex biedt de mogelijkheid om uit een in principe onbeperkt informatieaanbod op een snelle wijze specifieke gegevens te selecteren. 'The Channel is the Message' zal in de nabije toekomst voor een aantal nieuwe media geen overdreven stelling blijken te zijn.

* Door middel van nieuwe transmissietechnieken, zoals bijvoorbeeld de satelliet en speciale datanetwerken, zal het media-aanbod ook steeds verder geïnternationaliseerd worden. Buitenlandse databanken kunnen via een telefoonlijn geconsulteerd worden; tv-programma's kunnen in de toekomst

met kleine individuele schotelantennes uit de lucht worden geplukt. De vraag is of het toenemende aanbod ook een diversifiëring zal inhouden of zal de toekomstige media-consument enkel meer - of liever via meer kanalen - van hetzelfde voorgeschoteld krijgen?

* Naast de internationalisering van het aanbod, bestaat er tegelijkertijd een tendens tot kleinschaligheid. Goedkoper wordende zend- en ontvangstapparatuur en transmissiemiddelen (zoals de kabel), laten kleinschalige initiatieven toe zoals lokale radio en -televisie, lokale teletekst, lokale videotex, kabelkrant, e.d.

* Tenslotte is een toenemende integratie te verwachten van communicatiemiddelen aan de kant van de ontvanger, zowel op het vlak van de informatiedragers als op het vlak van de kanalen.

Het gebruik van verschillende kanalen (coaxkabel, telefoonlijn, enz.) voor verschillende diensten zal geleidelijk vervangen worden door een multifunctioneel, hoog kwalitatief breedbandkabelnet als kanaal voor zowel AV-boodschappen als voor datacommunicatie. Dit concept, meestal aangeduid als ISDN (Integrated Services Digital Network) is momenteel reeds in een groot aantal landen in ontwikkeling. Bij de integratie van informatiedragers moet vooral gedacht worden aan de toekomstige functie van het tv-toestel als 'display' voor tv-programma's (van

kabel, satelliet, video en beeldplaat), voor de weergave van teletekst en videotextgegevens, voor computeroutput, als beeldtelefoonscherm, enz.

Eén en ander moet worden bekeken vanuit de tendens tot toenemende privatisering van het mediagebruik. Het tv-toestel staat centraal in de algemene patroonwijziging van de vrijetijdsbesteding. De ontwikkeling van wat de Fransen '*péritélévision*' noemen, met name het gebruik van het tv-scherm als drager van boodschappen die via perifere apparatuur worden voortgebracht en van signalen die via kabel en satelliet worden ontvangen, geeft aanleiding tot een toenemende tendens tot een geïndividualiseerde en geprivatiseerde 'cultuur'-consumptie.

De film als economisch goed

Het spreekt vanzelf dat door de introductie van een aantal nieuwe mediatoepassingen en distributiekkanalen, de vraag naar 'software' gevoelig zal stijgen. Het produkt (langspeel)film bekleedt hierbij, gezien de populariteit ervan in het totale AV-aanbod, een zeer belangrijke plaats. Eén en ander heeft reeds aanleiding gegeven, enerzijds, tot het ontstaan van (dikwijls kleine) nieuwe produktiehuizen met gespecialiseerde opdrachten (zoals de produktie van videoclipps of reclamespots), anderzijds tot een geleidelijke heroriëntering in strategie van de grote (dus vooral Amerikaanse) studio's. Vanuit economische motieven (stijgende produktiekosten) is de snelle verspreiding van een film via diverse kanalen steeds meer aangewezen. Sinds 1978 zijn de produktiekosten van een doorsnee-film verdubbeld en bedragen zo'n 10 miljoen dollar, vermeerderd met ca. 7 miljoen dollar aan promotiekosten. Een dergelijke film begint slechts rendabel te worden bij 13 tot 14 miljoen bioscoopbezoekers, en dit terwijl de gezamenlijke inkomsten uit bioscoopvertoningen zich de laatste jaren stabiliseren of zelfs dalen. Daarenboven gaan abonnee-omroepdiensten zich zelf meer toespitsen op eigen produkties, in eerste instantie voor het eigen kanaal, maar ook voor buitenlandse pay-tv stations waarmee ze contracten afsluiten. Tot april 1983 had het grootste Amerikaanse pay-tv station HBO (10 miljoen abonnees) reeds 62 films mee gefinancierd en daardoor gedurende twee jaar de exclusieve uitzendrechten verkregen (1).

Tevens worden heel wat kabelkanalen gevuld met zg. 'low (of zelfs non) budget' produkten. Denken wij hierbij bijvoorbeeld aan de talrijke succesrijke muziekanalen als MTV (Music TV), The Music Box en The Music Channel, die vrijwel uitsluitend gratis toegeleverde video-clips aanbieden.

Het ligt voor de hand dat de grote Amerikaanse produktie-concerns (de zg. Majors) deze evolutie niet met lede ogen zouden aanzien. Hun strategie is de laatste jaren dan ook toegespitst op de nieuwe media-markt met abonnee-tv en video op kop maar sinds zeer kort ook met de beeldplaat en satelliettelevisie. MGM/United Artists, Paramount en Universal Pictures hebben samen de maatschappij United International Pictures (UIP) opgericht; deze UIP heeft bijvoorbeeld 49% van de aandelen van TEN (The Entertainment Network). TEN is één van de twee Britse abonnee-tv diensten. De concurrent van TEN, PREMIERE, is voor 51% eigendom van Thorn-EMI en voor de rest van Goldcrest, Columbia Pictures, 20th Century Fox en de twee grootste Amerikaanse abonneeservices HBO en Showtime.

In feite controleren UIP en PREMIERE INTERNATIONAL, en via hen dus de Amerikaanse Majors, vrijwel de gehele Europese pay-tv markt. In West-Duitsland gaat UIP samen met de uitgevergroep Bertelsman voor een abonnee-tv dienst, terwijl de Première-groep in 1984 een contract afsloot met Beta-Taurus van Leo Kirch, een Münchense filmhandelaar, die de Duitstalige filmmarkt beheerst. Kirch heeft ook nog 40% van de Zwitserse abonnee-tv maatschappij Teleclub in handen, die onder de naam Paysat via de Zwitserse ECS-satelliettransponder uitzendt. Ook bij de Nederlandse abonnee-tv initiatieven vinden wij de grote produktiehuizen terug: ATN (Abonnee Televisie Nederland) werkt samen met UIP, terwijl Euro-tv een overeenkomst heeft met Première International.

Lange tijd hebben de Amerikaanse produktiehuizen amper aandacht besteed aan de voorbespeelde videocassettes. Door de enorme schade die de piraterij heeft toegebracht, zijn zij echter de laatste vijf jaar in het verweer gegaan.

De cijfers spreken voor zichzelf: in 1981 waren er 45 films van de grote produktie-maatschappijen op de (officiële) markt, in 1982 waren dat er bijna 400, in 1983 meer dan 1.000 en in 1984 meer dan 2.000 (2).

Morgen zal dezelfde film ook nog via de handige, quasi onverslijtbare en kwalitatief superieure beeldplaat verkrijgbaar zijn. De filmproducenten kopen zich nu al in de markt in.

Een vraag die hierbij voor de hand ligt is: welke gevolgen heeft deze multimedia explosie voor de bioscoop, die vroeger het monopolie had op de vertoning van een film, althans voor een lange tijd na het uitbrengen ervan?

De nieuwe media kunnen op een rechtstreekse of onrechtstreekse wijze invloed uitoefenen op het bioscoopbezoek. Het veelvuldiger gebruik van nieuwe communicatiemiddelen heeft een impact op het vrijetijdspatroon van de gebruiker. De nieuwe media slorpen vanzelfsprekend een deel van de vrije tijd en van het vrijetijdsbudget op, waardoor minder tijd en geld overblijft voor vrijetijdsactiviteiten buitenshuis, zoals bioscoopbezoek.

Rekening houdend met het feit dat één van de basismotieven voor bioscoopbezoek, nl. de actualiteit van de vertoonde film, een steeds kleinere rol zal spelen vanwege de korter wordende wachttijd voor video en abonnee-omroep, kan worden gesteld dat hoofdzakelijk prijs-prestatie overwegingen de bioscoopbezoeker er zouden kunnen toe aanzetten minder naar de bioscoop te gaan. Een eenvoudig rekensommetje maakt dit duidelijk. Een bioscoopbezoek kost gemiddeld 300 BF. voor twee personen. Stel dat men twee maal per maand naar de bioscoop gaat, dan heeft men dus 600 BF. gependend. Voor dit bedrag kan men reeds 4 (i.p.v. 2) films huren, die men op gelijk welk tijdstip van de dag (of nacht) en met meer dan twee personen (bijvoorbeeld het hele gezin) kan bekijken. Voor die 600 B heeft men anderzijds de mogelijkheid een maandabonnement op een pay-tv kanaal te betalen, waarop men minstens 1 (relatief nieuwe) film (of show) per dag of dus ca. 30 films per maand kan bekijken, eveneens met het hele gezin.

Uiteraard kan bioscoopbezoek niet herleid worden tot een act waarbij enkel de prijs-prestatie verhouding een rol speelt. Bioscoopbezoek stelt meestal meer voor dan het louter 'consumeren' van een film. Grootschermpresentatie, de sfeer, de activiteiten voor en na het bioscoopbezoek zijn in vele gevallen minstens even belangrijk dan het filmkijken zelf. Het beeldscherm in huis kan de bioscoop niet in alle opzichten vervangen. En toch blijken deze perifere factoren nog slechts voor een vrij beperkte publieks-

groep een rol te spelen, nl. overwegend voor jongeren tussen 16 en 24 jaar (bioscoopbezoek als onderdeel van het 'avondje-uit') en voor de categorie 'film-freaks'.

Het resultaat is dan ook merkbaar. Na de grote crisis in het bioscoopbezoek sinds de opkomst van de televisie, is de laatste jaren een tweede, zij het veel minder spectaculaire, daling van het bioscoopbezoek merkbaar in een aantal geïndustrialiseerde landen. In Groot-Brittannië worden momenteel elke week een half miljoen minder toegangskarten verkocht dan in 1981.

In dat jaar waren er 1.528 bioscoopzalen met een gemiddelde van 411 zitplaatsen. Eind 1982 waren dat er nog 1.439 met een gemiddelde van 397 zitplaatsen.

Balans: een verlies van 1.800 werkplaatsen (3).

och zijn de meeste betrokkenen het erover eens dat de bioscoop in de toekomst zeker nog een functie zal blijven vervullen, alleen niet meer voor het massapubliek van weleer. De 'theaters' zullen plaats ruimen voor 'studio's', kleine - comfortabel ingerichte - zaaltjes, voorzien van gesofisticeerde geluids- en projectie-apparatuur. De bioscoop zal het trouwens steeds meer moeten hebben van 'primeurs', zowel op inhoudelijk als op technisch vlak, alhoewel door de opkomst van hifi-, grootscherm- en wellicht ook 3D-televisie, de bioscoop op het domein van de technische hoogstandjes nog grote concurrentie zal krijgen van de televisie.

De film als massamedium

Wat is de invloed van de nieuwe media-technologie op de film als massamedium, als drager van een boodschap?

Kabel en video zijn meer dan alleen distributiesystemen, zij kunnen aanleiding geven tot nieuwe perceptie-omstandigheden, nieuwe prijsstructuren en nieuwe publieksgroepen.

Het is dan ook niet verwonderlijk dat nu reeds bepaalde filmmakers (al of niet bewust) rekening houden met de veranderende marktomstandigheden en dat zij hun filmverhaal qua vorm en inhoud concipiëren op maat van het tv-scherm en van de tv-kijker. Regisseurs, zoals F. Coppola, laten hun nieuwste producten tegelijk op celluloid en op magneetband opnemen. Volgens Coppola zelf zal de toekomstige regisseur de tv-monitor als 'formaat', als referentiekader gebruiken,

waarbinnen de integrale actie zich afspeelt.

Het witte doek zal zeer waarschijnlijk niet verdwijnen, maar de bioscoopzalen zullen schaarser en duurder worden, het doorsnee-publiek zal verschrompelen tot een selectere doelgroep film liefhebbers. De 'massa' zal wel dezelfde film bekijken, maar in 'monitorama', weliswaar met Hi-fi-geluid, eventueel in 3D en op schermen met een hoge resolutie.

In het voorgaande gaan wij er echter vanuit dat de film nog origineel en boeiend genoeg zal zijn om sommigen naar de filmzalen te lokken. Hierbij kunnen wij onze vraag herhalen of het toenemend aantal kanalen ook een diversifiëring en een inhoudelijke verruiming van de boodschap zal veroorzaken. Rekening houdend met de huidige tendens tot monopolisering van de 'software' en niet zelden van de technische (distributie)midde-len door de grote filmproductiehuizen, is er weinig reden tot enthousiasme betreffende de mogelijkheid dat meer kanalen ook tot een diversiteit en een keuzeverruiming van amusementsprogramma's en -genres zullen leiden. Kijkcijfers - en nu ook koop- en abonnementscijfers - zullen immers de norm blijven voor de commerciële haalbaarheid van een (film)produkt. Daarenboven zal de toenemende internationalisering van het aanbod en van de mediacultuur in het algemeen, aanleiding geven tot de verdere realisatie van wat McLuhan een 'wereld-dorp' heeft genoemd, een sociale entiteit met gemeenschappelijke waarden en normen. De kans is zeer groot dat ook het doorsnee filmscenario en de vormgeving daarvan stereotypisch zullen blijven. Er blijft echter nog de hoop dat het meer-aanbod aan communicatiekanalen en -dragers toch zal leiden tot een diversifiëring naar specifieke publieksgroepen toe, met 'gerichte' programma's die ofwel duurder, ofwel kwalitatief minderwaardig ofwel op één of andere wijze gesponsord zullen zijn. De mogelijkheid bestaat ook dat door de introductie van nieuwe kanalen de eigen nationale filmindustrie een nieuwe afzetmarkt en dus een nieuw élan krijgt. In sommige landen wordt deze mogelijke ontwikkeling trouwens van overheidswege in gang gezet. Zo is bijvoorbeeld de Britse regering van plan om ook voor de kabeluitzendingen een plafond te stellen voor de hoeveelheid geïmporteerde programma's.

Tenslotte dient nog gewezen te worden op het gevaar dat kwalitatief hoogstaande (en dus meestal dure) produkten zullen worden 'verkocht' via de kabel.

Het is mogelijk dat hierdoor een tweedeling onder het kijkerspubliek zal ontstaan: een groep die het zal moeten stellen met tweede-keus of 'occasiefilms' en een andere groep die het zich zal kunnen (en/of willen) veroorloven om het betere werk te betalen.

Aan de hand van enkele globale en schaarse tendensen, 'voortekens' en symptomen hebben wij gepoogd een robottekening te maken van de film in het AV-landschap van de nabije toekomst.

Voor een concretere situering is het uiteraard nog wat vroeg. Op het ogenblik dat dit mogelijk is, zal het reeds lang te laat zijn om er nog iets aan te veranderen.

Bibliografie

- (1) HOLLINS, T., *Beyond Broadcasting: Into the Cable Age*, BFI Publishing, 1984, p. 257.
- (2) R.A.F., Kwaliteit Moet Ruggegraat Vornen van Videotheken, *De Standaard*, 24/12/84, p. 6.
- (3) HOLLINS, T., o.c., p. 346.

**D. De Grooff
R. Adriaens**

ABONNEE-OMROEP

1984 119 blz. 350 fr.

Een uitgave van:
Centrum voor
Communicatiewetenschappen
E. Van Evenstraat 2A
B-3000 Leuven

videoclips : beeldgeworden muziek

filip de meyer ⁽¹⁾
gust de meyer

In de loop van de 19e eeuw kon men op kermis voorstellingen met lichtbeelden bijwonen, de zogenoemde diorama's. Door de bewegingen van een lichtbron ten opzichte van verschillende 'dia's' in de "toverlantaarn" bekwamen bewegingseffecten. Onderwerp van deze voorstellingen waren vaak historische gebeurtenissen. Soms vormden de beelden echter ook een illustratie bij een liedje dat men, in tekstvorm, verkocht aan het aanwezige publiek. Daarmee was dus eigenlijk de eerste stap gezet in de koppeling van bewegende beelden aan muziek.

Deze primitieve koppeling bestaat vandaag in een zeer gesofisticeerde variant. Daarbij hoeft men niet meer zelf te zingen want de muziek staat op de grammofoonplaat. Evenmin hoeft men nog de kermisperiode af te wachten want de bewegende lichtbeelden worden nu op de beeldbuis geprojecteerd. De nieuwe attractie wordt niet meer diorama of toverlantaarn genoemd maar videoclip, popclip, promoclip, promotiefilm, rockvideo of gewoonweg clip.

Op het eerste gezicht gaat het om visuele promotie voor muziek. Maar in het nieuwe medium wordt zoveel vakkunde en geld geïnvesteerd - vaak veel meer dan in de geluidsopname zelf - dat de muziek er bijna bij vergeten wordt. Er wordt ook ontzettend veel gepraat en geschreven over clips. In de weekbladen besteedt men dezelfde aandacht aan de bespreking van een grammofoonplaat als aan die van haar begeleidende clip.

Popprogramma's zijn clipprogramma's geworden. Niet alleen in discotheken en platenwinkels worden ze getoond, maar ook in cafés en zelfs in kledingwinkels met het oog op de creatie van een vlotte verkoopssfeer.

'Music boxes' met videoclips vervangen de jukebox van weleer.

Op videocassettes en laserdiscs worden "video-elpees" en "videosingles" uitgebracht. Men is m.a.w. bereid geld te spenderen aan wat aanvankelijk alleen maar bedoeld leek als een bijkomend promotiemiddel voor de muziek. Het videoclipfenomeen heeft een dusdanige vlucht genomen in de laatste 5 jaar dat men nog nauwelijks van promotiemiddel voor een ander medium (de geluidsdrager) kan spreken, maar veeleer van een heel eigen medium met een heel eigen taal: een specifiek genre.

Historiek

De eigenlijke geschiedenis van de videoclip begint in de jaren zestig. De tweede helft van de jaren zestig was de tijd waarin de eerste zuivere popprogramma's als 'Top of the Pops' in Engeland en 'Top-pop' bij onze noorderburen op tv verschenen. Popartiesten probeerden een optreden in zo'n programma te versieren om een pas uitgebrachte plaat bekendheid te geven en te promoten - het was de tijd waarin men nog in de almacht van de televisie geloofde: exposure op tv zou de platenverkoop automatisch bevorderen. Maar aangezien zelfs een popster niet overal tegelijk kan aanwezig zijn en tv-

studio's en televisieoptredens over het algemeen toch maar als flauwe afkooksels van echte, 'live'-concerten werden beschouwd, kwam men al snel op het idee de mogelijkheden van het medium - de mogelijkheid tot montage, optische effecten, verschillende decors, enz. - beter aan te wenden, een beetje in navolging van de Beatles-films ('A Hard Day's Night' en 'Yellow Submarine').

Het jaar 1975 was in de geschiedenis van de videoclip tamelijk vruchtbaar. QUEEN verbaasde het popminnend tv-publiek met de 'Bohemian Rhapsody'-clip, één van de eerste, zoniet de eerste clip die om zichzelf en niet in functie van de muziek gewaardeerd werd. Ook 'Love is all' van Roger GLOVER, een tekenfilmclip, oogstte dat jaar roem en bewondering. Deze clip was in feite de generiek van 'The Butterflyball', een project voor een muzikale tekenfilm die echter nooit volledig zou gerealiseerd worden. De plaat deed het evenwel zeer goed.

1977 is een tweede bijzonder jaartal in de evolutie van de videoclip. Met 'Dreadlock Holiday' van 10CC, waarvan de clip nu nog regelmatig vertoond wordt, kende het fenomeen zijn tweede grote opleving. Voor het eerst werd in de media het nut van de clip als promotiemiddel besproken.

Ook andere mensen zoals Alice Cooper en Kate Bush maakten fel opgemerkte clips en oogstten financieel succes. 10CC maakte nog een tweede clip (One Two Five) die voor de eerste niet moest onderdoen maar waarvan het effect (in

platenverkoop) in vergelijking met de vorige clip eerder matig was. Volgens velen leverde dit het bewijs dat een clip weliswaar tot het succes van een plaat kon bijdragen maar dat succes toch niet kon creëren: de muziek bleef het belangrijkste, het 'medium magister'.

Het enthousiasme was misschien enigszins bekoeld maar de belangstelling bleef gewekt. Promotiefilmpjes bij platen waren al bij al, in vergelijking met andere kanalen, een relatief goedkope manier van reclamemaken. Men stuurde een filmspoeltje - video was nog niet zo ingeburgerd - naar de omroepen en deze draaiden het gratis terwijl het kopen van tv-reclamezendtijd bepaald duur was, zeker wanneer het effect niet rechtstreeks kon aangetoond worden. Maar de omroepen zelf waren ook tevreden. Clips trokken veel kijkers en men kon er op een goedkope manier een hoop dure zendtijd mee vullen: enkele clips 'aaneengeplakt' konden als een zgn. 'special' rond een popgroep aangekondigd worden.

Het sleuteljaar van de videoclip, het jaar waarmee het fenomeen onlosmakelijk verbonden blijft, is ongetwijfeld 1980.

Een Engels-Schotse formatie, ULTRA-VOX, kreeg van haar platenfirma een onverwacht omvangrijk budget vrij om eens iets nieuws te proberen. Met dit geld onder de ene arm en een Australisch reclamespot-regisseur, Russel Mulcahy genaamd, aan de andere, trokken de jongens naar Wenen om er een toepasselijk decor te vinden bij hun nieuwe single, 'Vienna'. 'Vienna' stond al enige tijd in de hitparade zonder evenwel echt door te breken en was bestemd om de zoveelste single zonder geschiedenis te worden. Toen echter het videoproduct van de Engels-Schots-Australische samenwerking op tv vertoond werd, was het effect enorm. De single-verkoop kende een heftige heropflakking. Lof en verbazing alom. 'Vienna' steeg in geen tijd naar de hoogste hitregionen en zou daar lange tijd blijven ook.

Een nieuw genre

Dat videoclips juist op de drempel van de jaren '80 van de grond losgekomen zijn, is geen toeval, maar hangt samen met twee nevenfenomenen die zich min of meer tegelijkertijd aandienden. Enerzijds was er de opkomst van de nieuwe media met op de kop de nieuwe videodragers, videocassettes en -platen, en de micro-

computers, die digitale besturing van de montagetafels toelieten en daarmee een gans nieuwe generatie van optische speciale effecten mogelijk maakten. Deze zogenoemde kwantel-effecten zijn effecten waarbij de computer het analoge elektrische videosaal hercodeert in een digitaal frequentiepatroon, waarmee vervolgens kunstjes kunnen worden uitgehaald, als het beeld verkleinen of doen tuimelen.

In die aanwending van de nieuwe technologie-effecten heeft de videoclipmaker verwantschap met de video art-maker. Het is wellicht gepast te spreken van videoclips als toegepaste video-art, al zullen de makers van de laatste ongetwijfeld denigrerend neerkijken op de makers van de eerste, al was het maar omdat videoclips in het commercieel circuit circuleren.

Niet alleen de nieuwe technologische mogelijkheden maar ook de culturele context, zoals die in de popmuziek wordt gereflecteerd, waren het clipfenomeen gunstig gezind. Een modetrend, de zogenoemde 'nouveau romantique' speelde met name een belangrijke rol. Net als dat in het midden van de jaren '60 het geval geweest was, werd het aan de vooravond van de tachtiger jaren, eerst in Engeland en daarna ook op het continent, weer 'fashionable' zich opzichtig stijlvol te kleden. De 'new romantics' of 'bliz-kids' zoals men hen ook wel noemde, leken wel weggelopen uit een film van Visconti of een rol van Bogart te spelen. Het Europees koloniaal tijdperk en de periode rond en tussen de twee wereldoorlogen was het model. Men besteedde veel aandacht aan design en exotische decors; hallucinante taferelen en oversymbolisering waren in. De bliz-mode zette haar sporen op zowat alle cultuurgebieden en media, maar wellicht nergens zozeer als in de videoclips - de naam is uit deze periode afkomstig.

De 'nouveau romantique' was oppervlakkig en hechtte enorm belang aan sfeer en uiterlijk, net als videoclips - op 3 minuten kan je weinig diepgang leggen en geen gecompliceerde verhalen vertellen, de beelden staan op zich. De twee (bliz en clips) leefden dan ook in quasi volmaakte symbiose. Boegbeelden waren ULTRAVOX, BOWIE, DURAN DURAN, SPANAU BALLET en vooral Steve STRANGE, leadzanger van VISAGE. Strange had samengewerkt met Bowie en Visage was een nevenproduct van ULTRAVOX. Belangrijke clipmakers waren

Russel Mulcahy en Milany Grant enerzijds en anderzijds Godley en Creme, niet voor niets ex-10CC. Niet alleen in Londen, New York, Parijs en in Australië maar ook in Blankenberge gingen mensen zich exclusief met het maken van clips bezighouden.

De videoclips die uit de bliz-periode stammen, behoren zonder twijfel tot het beste wat er op dat gebied te vinden is. Oppervlakkig en barok als ze mogen zijn, zijn ze er niet minder fascinerend om. Inhoudelijk doen ze vaak denken aan het Duits expressionisme en het Franse avant-gardisme in de vooroorlogse film (cfr. 'Le chien andalou' van Buñuel en Dali).

Van het eerste hebben ze de ietwat griezelige sfeerschepping, van het andere het surrealisme en de spelletjes met de logica. Men zou videoclips als illogisch realisme kunnen omschrijven, de fascinatie voor het ongerijmde, de verheerlijking van de geste, de cult van het moment en het gebaar (cfr. ook de platenhoezen van bijvoorbeeld HYPGNOSIS). Videoclipmakers besteden aandacht aan de mimiek en de clips doen onwillekeurig nadrukkelijk denken aan de stomme film. Een clip bevat immers geen dialoog. Het geluidsspoor is voorbehouden aan de muziek, eventueel aan achtergrondgeluiden. Gevoelens, boodschappen moeten overgebracht worden via andere middelen: gebaren, houdingen, associatieve montage. In vele van de beste videoclips zijn deze middelen niet langer dragers van communicatie maar uitgegroeid tot de essentie, de boodschap zelf.

Videoclips steunen heel erg op conventies, uitdrukkingen en beelden die bij de kijker associaties oproepen met dingen die hij kent uit de actualiteit of uit de andere kunstvormen, of uit het leven zelf. Dat is logisch. In 3 minuten kan men geen werelden scheppen, karakters uitdiepen, eigen conventies creëren. Men moet steunen op wat er is, precies zoals schilders uit vroegere eeuwen een gans arsenaal aan allegorische conventies in hun doeken verwerkten. Deze laatste conventies, cultuurgebonden als ze waren, zijn voor ons onbegrijpelijk geworden. We merken ze niet eens op. Bij clips doen we dat nog instinctief wel.

Videoclips spelen ook creatief met de visuele conventies die film en televisie ons stilaan hebben opgelegd. Videoclipmakers lijken wel de handboeken voor televisiemakers (2), waarin de tv-grammatica wordt uitgelegd, te willen herschrij-

ven. Het is opvallend hoe clips breken met zowat elke regel van de visuele taal die het hedendaagse publiek zich sinds de opkomst van de televisie eigen gemaakt heeft: "in clips mag alles". Dit geeft de clips een ietwat onverwacht cachet dat fascinerend kan werken, tenminste zolang het met mate wordt toegepast. Want clips zijn, veel meer dan de gewone film, kort en intensief en de dwang om regels te breken of voortdurend nieuwe wegen in te slaan kan op de duur ook een totaal ontreddings- of verzadigingseffect hebben.

Videoclips vervullen in feite een drietal functies tegelijk: kunst, entertainment en promotie. De technische consequenties die uit elk van deze functies voortvloeien zijn eerder complementair dan tegengesteld. Opdat clips zouden efficiënt zijn als promotiemiddel, moeten ze bekeken worden, ergo onderhoudend zijn. De bedoeling is dat ze "de blik vangen", de kijker fascineren van bij het eerste contact en vervolgens dat ze diezelfde kijker blijven boeien gedurende meerdere vertoningen - iets wat niet evident is voor een filmpje dat in de regel slechts 3 à 4 minuten duurt. De beelden dienen dus blikvangers te bevatten. Maar door de korte duur van de shots en de snelheid waarmee ze mekaar opvolgen kan de kijker daarvan slechts een glimp opvangen zodat hij/zij na één of twee visies onbevredigd achter blijft. Deze onbevrediging moet hem er dan toe aanzetten nog te kijken. Men wekt met andere woorden de nieuwsgierigheid zonder ze helemaal te bevredigen zodat er volgende keer nog wat te ontdekken valt.

Dit geeft de clips een jachtig ritme. Op dit gebied lijkt het er trouwens op dat de clipmakers - instinctief of expliciet - bijzonder vertrouwd zijn met de theorieën en modellen van Eisenstein. Deze maakte o.m. het onderscheid tussen 'metrische' en 'ritmische' montage. 'Metrische montage' houdt verband met de lengte en de opeenvolging van de shots. In clips vindt men shots terug van slechts 2 à 3 frames, dit is ongeveer 1/10e van een seconde. 'Ritmische montage' daarentegen houdt verband met de beeldinhoud. Zo geeft een close-up een sneller ritme dan een long shot, een traveller of een pan een sneller ritme dan een stilstaande camera, een kikkerperspectief een sneller ritme dan een vogelperspectief.

Metrische en ritmische montage samen bepalen het tempo van de clip dat, aangezien het hier om beelden bij muziek en

in zekere zin om 'visuele muziek' gaat, in relatie staat tot het tempo van de muziek.

Het natuurlijke tempo van een clip wordt vaak nog vergroot door een technische factor. Ondanks de ingeburgerde benaming worden videoclipps vaak geschoten op pellicule, aan de standaardsnelheid van 24 beelden per seconde. Daarna worden ze omgezet naar video, a rato van 25 frames per seconde. Voor de kijker is deze versnelling niet te zien maar onbewust geeft ze het vertoende toch wel een grotere dynamiek mee.

Uit dit alles mag men niet afleiden dat videoclipps technisch perfect zouden zijn. Clips geven niet zelden een nogal slordige indruk wat de vorm betreft. Dit heeft wellicht te maken met beperkte budgetten en de korte produktietermijn (in de regel enkele dagen). Niet alle montage- en regie-'fouten' kunnen als bedoelde spelletjes met de visuele taal afgedaan worden.

Wanneer men mag zeggen dat de uitwerking van de 'clip-taal' een Europese aangelegenheid was, kan nochtans niet geloochend worden dat de exploitatie van het nieuwe medium, - sommigen zullen zeggen: tot aan de verloedering toe - een Amerikaanse aangelegenheid was.

Tot 1983 hadden de Amerikaanse media weinig interesse getoond voor het Europese fenomeen dat volgens hen niet aan het Amerikaanse publiek aangepast was. Eind '83 kwam het cable network MTV ermee op de kabelmarkt, nochtans niet sporadisch in een of ander popprogramma in de vroege avonden maar 24 uur op 24, week, zon- en feestdagen, clip na clip aaneengepraat door zgn. 'VJ's' (cfr. DJ's). Het onmiddellijke gevolg was dat vooral Engelse, maar ook nu en dan Duitse en Nederlandse clips, groepen en platen de toch nogal behoudende Amerikaanse markt overspoelden. Men zou evenwel dienen te wachten op Michael JACKSON om de Amerikaanse dans- en musicaltraditie in de videoclip te integreren ('Billie Jean' en 'Beat it').

Geld noch moeite worden nu gespaard bij de produktie van videoclipps (500.000 \$ wordt uitgetrokken voor 'Thriller' van Michael JACKSON), grote bedrijven sponsoren de aanmaak met duizelingwekkende budgetten, succesfilmers uit het bioscoopcircuit als Steven Spielberg en John Landis ('An American Werewolf in London') worden aangezocht om clips te draaien (clipmakers als Russel Mulcahy en Julia Temple zullen in omgekeerde zin

in de gelegenheid gesteld worden om films te maken). De Amerikaanse clipproduktie is er duidelijk meer op gericht om volgens de regels van de kunst weer een traditioneel verhaal te vertellen, zij het dan binnen een tijdslimiet van enkele minuten: clips moeten nu het songverhaal visualiseren. De clips worden daardoor meer afgestemd op het doorsnee publiek. De Amerikaanse clipproduktie leidt tenslotte tot de produktie van gemakkelijke, suikerzoete verhaaltjes of het inspelen op modetrends als body popping in de hoogdagen van de electronic boogie.

Europa zal evenwel volgen. In Engeland wordt een maatschappij, 'Music Box', opgericht om via de satellietlijn 24 uur per dag popprogramma's met exclusief videoclipps over het continent uit te strooien.

Videoclips worden big business: er worden awards toegekend op videoclip-festivals. Ook het aantal uren clips dat er per week op de gewone tv-stations te zien is, vermenigvuldigt zich en hetzelfde geldt voor het aantal bladzijden dat er in tijdschriften en kranten aan gewijd wordt. Weekbladen publiceren, analoog aan de muziek-hitparades, videoclip-hitparades. In '81 presteerde RTBF het om één gelegenheidsprogramma van 3 uur te vullen met een selectie uit de beste clips, een prestatie waarover men het eens was dat dit een beetje te veel van het goede was. Nu kan men op de 15, via de kabel in Vlaanderen te ontvangen zenders, 5 tot 7 uur videoclipps per dag bekijken. Men kan dan ook vrezen dat de markt aan verzadiging toe is en dat de belangstelling voor clips in de min of meer nabije toekomst onvermijdelijk weer zal zakken. De inspiratie dient over te veel clips verdeeld te worden. Men begint zich te herhalen. Alleen op het Europese continent waar de produktie van clips nog relatief klein is, vindt men nog regelmatig originele produkties. Het is echter onwaarschijnlijk dat het fenomeen volledig zal wegsterven en misschien zal de huidige trend naar verzadiging eerder een positief dan een negatief effect op de kwaliteit van de videoclipps hebben.

Funcities en dysfuncities

De evolutie van de videoclip als promotiemiddel voor grammofonplaten tot zelfstandig medium heeft enkele praktische consequenties. Het is de omroepen en hun adverteerders namelijk niet ontgaan dat videoclipps kijkers trekken, gegeven dat natuurlijk ook de platenfirma's

vlug in de gaten hadden. De laatste zijn dan ook spoedig met de eis naar voren gekomen dat de omroepen voor het vertoningsrecht van clips zouden betalen, net zoals dat voor films gebeurt, in de plaats van ze de videobandjes gratis toe te sturen. De tarieven liggen voor ons land tussen de 3.000 en de 5.000 BF. per uitzending, afhankelijk van de clip en de bekendheid van de uitvoerder. Juridisch kan dit geargumenteed worden. Videoclips zijn voor de wet 'originele creaties' en als dusdanig voorwerp van auteursrechten, meer bepaald exploitatierechten. Hetzelfde geldt in principe overigens voor reclamespots, maar aangezien deze exclusief als promotie- of verkoopmiddel beschouwd worden, kan de reclamesector hier moeilijk een auteursrechtelijke royalty opeisen. Men kan zich in dezelfde zin afvragen - en daarbij de toch altijd og aanwezige promotiefunctie van de clip onderstrepnd - of het redelijk is dat de platenfirma's op tv voor eigen producten promotie kunnen maken en er nog voor betaald worden ook. Anderzijds kan men zich beroepen op de wet van vraag en aanbod, met bovendien de bedenking dat clips al bij al een goedkope manier zijn om zendtijd te vullen.

Het is overigens lovenswaardig dat ook de auteurs voor hun moeite passend zouden beloond worden. Vervolgens dekken de omroepen zich door te betalen voor de clips tegen mogelijke verwijten dat ze sluikreclame maken.

Tenslotte kan ook de kijker zijn voordeel halen bij deze manier van doen, al mag dit op het eerste gezicht paradoxaal klinken: primo, wanneer voor clips door de omroep betaald wordt, komen er voor de productie van volgende (betere) clips grotere budgetten vrij, hoewel vertoningsrechten alleen wellicht nooit de produktiekosten kunnen recupereren. Vervolgens zullen de omroepen misschien wat strenger selecteren in hetgeen aangeboden wordt en zullen ze misschien een groter respect voor de clipmaker en voor het publiek opbrengen door clips niet meer verminkt - en aldus de integriteit van de creatie aantastend - maar integraal uit te zenden.

Naast de evidente maar toch ambiguë functies van videoclips (promotie, ontspanning, autonoom esthetisch object) worden het fenomeen nochtans ook enkele dysfuncties en min of meer kwaadaardige neveneffecten in de schoenen geschoven. Men vraagt zich af welk het effect is van de videoclipproductie op de

andere media, op de muziek, de film, het concertwezen en de populaire cultuur in het algemeen. Men hoort het verwijt dat clipmakers te veel horror, geweld en erotiek in hun produkten verwerken. Men hoort de stelling verdedigen dat clips een bestendigend effect hebben op de rockcultuur.

Het geweld- en seksmotief in videoclips wordt aangeklaagd in 'verontruste ouders'-publicaties, meestal van Amerikaanse origine. Naast het verwijt dat clips teveel erotiek en horror-effecten zouden bevatten, vindt men hen vaak ook té melancholisch en té pessimistisch van strekking. Uit een door ons gemaakte analyse van 160 clips uit de periode november 1983 tot maart 1984 blijkt voorlopig dat in 20% van de clips een of andere vorm van geweld of griezeffecten voorkomt en dat 22% van hen expliciet erotiek bevat. Het tentoongestelde geweld in de clips is in tegenstelling tot dit relatief hoge percentage, weinig uitgesproken (in vergelijking met wat men doorgaans op tv te zien krijgt) en het

wordt bijna nergens expliciet opgeheemd. Meestal wordt het getoond tegen een humoristische achtergrond, genre 'Thriller', of als aanklacht, zoals in 'Undercover of the Night' van de ROLLING STONES, een clip die overigens omwille van zijn gewelddadig karakter toch van de BBC verbannen is. Andere cijfers (met een hoge significantie) wijzen uit dat griezelclips eerder meer dan minder in Vlaanderen uitgezonden worden door de omroepen - gemiddeld 5,2 keer op de te ontvangen tv-zenders, tegen 4,3 keer voor geweldloze clips. Het omgekeerde geldt waar het erotiek betreft: erotische clips worden 3,6 keer uitgezonden tegen 4,7 voor niet-erotische clips. Geweld wordt dus blijkbaar meer getolereerd door de tv-makers dan erotiek. Er zijn trouwens heel wat meer voorbeelden van clips die omwille van het seksmotief weggecensureerd zijn, dan omwille van het geweldmotief.

Een op het eerste gezicht meer gefundeerd verwijt betreft het door sommigen veronderstelde bestendigend effect van



Michael Jackson als weerwolf in Thriller.

clips. De redenering loopt als volgt: videoclipen maken is een dure aangelegenheid en wordt duurder naarmate het fenomeen aan belang wint. Het komt er voor een artiest dus op aan mensen te vinden die willen investeren in een videoclip bij zijn plaatopname. Deze "sponsors" zullen evenwel proberen het investeringsrisico te minimaliseren door vooral succesvolle artiesten te steunen. Nu kan men het precies succes van een plaat niet op voorhand voorspellen, maar men gaat er van uit dat de kansen op succes groter zijn bij bekende artiesten die zichzelf reeds bewezen hebben. Het gevolg is dat deze laatsten gemakkelijker en meer geld loskrijgen dan debutanten. Dat zou dan weer meebrengen dat het publieke leven van sommige gevestigde maar wellicht minder creatieve artiesten gerekt wordt ten koste van het innoverende nieuwe talent. En dat zou dan weer indruisen tegen de rol die videoclips eigenlijk van nature het best aankunnen: bekendheid geven aan het onbekende.

De cijfers uit onze analyse hebben uitgezonden dat 56% van de videoclips gemaakt worden voor zeer bekende performers die kort voordien een, mogelijk reeds door een clip ondersteunde hit, gescoord hebben. 23% van de clipproductie gebeurt in opdracht van bekende (op elpee-productie gerichte) artiesten en slechts - of toch nog? - 21% betreft clips voor debutanten. Duidelijk is evenwel dat er meer middelen worden gependend naarmate de performer bekender is. Hetzelfde geldt voor het aantal keer dat de clips gemiddeld uitgezonden worden (hoewel de significantie hier lager is): hoe bekender de artiest hoe vaker zijn clip wordt vertoond. Maar, de bekendheid schijnt geen, en volgens sommige indicatoren zelfs een omgekeerd, verband te vertonen met de door een clip ondersteunde singleverkoop van betreffende artiest. Men kan dus concluderen dat de hypothese van het bestendigend effect slechts gedeeltelijk opgaat.

Een derde reeks vragen i.v.m. een mogelijke dysfunctie van clips betreft het effect van videoclips op de andere media en de popcultuur in het algemeen. Het ligt voor de hand te wijzen op de invloed van speelfilm en reclamefilm op de videoclips. De invloed loopt echter ook in omgekeerde richting. Men kan 'videoclip-taal' terugvinden in films als 'Flashdance', 'Staying Alive', Prince's 'Purple Rain' en Tonny SCOTT's 'The Hunger', waarvan gezegd wordt dat het in feite ander-

half uur durende videoclips zijn. Men mag veronderstellen dat videoclips hebben bijgedragen tot een versnelling van het filmritme-gevoel. De jonge met videoclip opgroeiende generatie wordt via clips aangepast aan producten met een heel snel tempo en het laat zich zonder meer veronderstellen dat dit ook de filmmerij van niet-videoclips zal beïnvloeden en wellicht al beïnvloed heeft. Men kan hierbij denken aan films als 'Raiders of the lost ark' en andere LUCAS/SPIELBERG-producten, en aan feuilletons als 'Bird of Prey'.

Ook in reclamespots - op zich al het medium dat het meest aan videoclips verwant is en dat niet alleen qua promotiefuncties maar ook qua beeldtaal - vindt men sporen, soms zelfs fragmenten, uit videoclips terug. Niet voor niets worden clips en commercials gemaakt door dezelfde mensen en in dezelfde studio's. Een nieuw fenomeen in de reclamewereld zijn trouwens de anderhalve minuut durende imitatie-clip-reclamespots zoals voor BBL, PERRIER ("C'est fou, non?") en WFLA ("Drink cool. It's crucial").

Aangezien clips gemaakt worden bij muziek, ligt het voor de hand dat men zich ook vragen stelt bij de invloeden op de muziek zelf. Nu videoclips meer en meer aan belang winnen, hoort men geregeld de vraag stellen of de plaatjes niet belangrijker geworden zijn dan de muziek. Wordt de muziek al niet in functie van de clip gecomponeerd in plaats van de clip in functie van de muziek? Vele popartiesten geven grif toe dat ze bij het maken van de song al expliciet aan de toekomstige clip denken. En er zijn voorbeelden waar de clip duidelijk als belangrijker ervaren wordt dan de muziek, zoals bij een groep als WILL POWERS.

Popartiesten die ook clips maken zijn het er over het algemeen mee eens dat de clip een nieuw kunstmedium is waarin een soort symbiose van het auditieve en het visuele tot stand gebracht wordt. Zij vinden dat door de beelden de uitdrukingskracht van de muziek kan verhoogd worden, al was het maar omdat nu meerdere zintuigen tegelijk aangesproken worden.

Daartegenover staan diegenen die vinden dat goede muziek geen clip behoeft en zelfs beter af is zonder. Zij vinden dat beelden de muziek, een bij uitstek abstract medium, te concreet maken en dat de visualisering eigenlijk alleen maar afleidt van de essentie.

Afgezien nu van de invloed van de clips

op de muziek, hoort men vragen stellen over de invloed op de muzikmakers, op de performers. Moeten zij naast de beschikking over vocale kwaliteiten nu ook - misschien zelfs op de eerste plaats - visueel goed ogen? Betekent de opkomst van de videoclip voor de popartiesten wat de opkomst van de geluidsfilm voor de stomme film-vedetten betekende, maar dan in tegengestelde zin?

Het is in elk geval opvallend dat vele gerenomeerde clipperformers ook als visueel attractief overkomen. Toch kan dit gerelativeerd worden in de zin dat het bij popartiesten altijd al om de creatie van een image te doen is geweest, ook vóór de opkomst van de clip.

Een andere mogelijke dysfunctie van de videoclip wordt geformuleerd in de vraag of de opkomst van de videoclip voor het concertcircuit zoveel betekent als de opkomst van de televisie voor het bioscoopcircuit? Vooralsnog schijnt de vergelijking niet op te gaan. Het concertwezen kent zijn trouwe aanhangers en als er van achteruitgang in het live-circuit gesproken wordt dan is men eerder geneigd dit met de economische crisis in verband te brengen. Overigens worden nu ook al videoclips als decor gebruikt tijdens de uitvoering van de song op concerten.

Besluit

Alhoewel analoge media, is er van de diorama tot de videoclip een hele weg afgelegd. Videoclips hebben niet alleen financieel maar ook cultureel het mediaveld van de jongste jaren mee vorm gegeven. Videoclips hebben ook effecten buiten het nauwe veld van de promotie van een muziekstuk waarvoor ze oorspronkelijk bestemd waren. Ze doen meer dan muziekproducten aanbevelen, meer dan markten hervaloriseren en verschuiven; ze hebben consequenties op audio- en visuele cultuur van vandaag en dat maakt ze ook voor communicatiewetenschappers tot een interessant studiedomein.

Noten

(1) DE MEYER, F., bereidt een eindverhandeling voor over videoclips die in de loop van 1985 zal verdedigd worden aan het Centrum voor Communicatiewetenschappen.

(2) Cfr. bijvoorbeeld: DESMOND DAVIS, *The Grammar of Television Production*, London, 1960, nogal eens de 'zwarte televisiebijbel' genoemd.

nieuwe spelregels voor de speelfilmvertoning van méliès tot spielberg: een lichtjaar tussen lumière en laserstraal

bruno verpoorten

Een verticale evolutie: de hi-fi van het imaginaire wordt realiteit

Het Janushoofd van de cinema: Lumière en Méliès

De hard-ware: van cinematograaf tot holografische cinema

Nog voor de eeuwwisseling viert de cinematograaf zijn 100ste verjaardag. Sinds de start bij Lumière, kende de pellicule heel wat historische mijlpalen, waarvan de klank- en de kleurenfilm wel de meest opzienbarende en geruchtmakende audio-visuele revoluties werden. Een derde hoogtepunt is nakend: de 3-dimensionele projectie, die de stereo-klank op visueel vlak moet aanvullen. Op het reuze-scherm van menige pretparkbioscoop rijgt de bezoeker nu al dit levensecht spektakel, waarin hij zelf in het middelpunt van de actie wordt gevoerd. De affectief emotionele betrokkenheid wordt hier compleet door de toeschouwer ook a.h.w. fysiek in te palmen. De batterij filmprojectoren, voor zulke vertoning vereist, is echter nog geen gemeengoed voor de gewone bioscoop en de producties zijn er evenmin voor aangepast, maar dat is "slechts" een kwestie van kapitaal en tijd.

Na heel wat experimenten met allerlei reliëf-procédés heeft ook de 3 D-televisie een bevredigend resultaat bereikt. Een roodgroene circusbriil is zelfs overbodig geworden en vervangen door een montuur met speciaal gepolariseerde lenzen. Pas als hij zijn "monocle" ruilt voor deze

twee-ogige "lunettes" of "jumelles", beseft de toeschouwer zijn beperkt verleden als cycloop. Voor het eerst haalt het film-kijken zijn achterstand in op de stereoscopie van de gewone optische beleving.

Het grote publiek werd met deze visuele high-fidelity voor het eerst geconfronteerd tijdens de expo 1985 van Flanders Technology International, waar op de BRT-stand een permanente stereo-tv show deze nieuwe dimensie voor het voetlicht plaatste.

Aan de horizon van die evolutie ligt een (voorlopig?) eindpunt: de holografische cinema. Die voegt niet enkel een dieptezicht toe, maar elimineert tevens een traditioneel attribuut: het projectiedoek. Voor het eerst neemt de cinema afstand van het scherm: het doek valt over een tijdperk. De laserstraal tovert haar etherische projectie in het ijle. "L'image et le double", de dromen van de "filmantropoloog" Edgard Morin, worden realiteit. In afwachting dat het bewegende hologram de scène vult, is er reeds een "onbeschermde" projectie voorhanden: Toverlantaarnmeester Douglas Trumbull ontwierp het "show-scan"-procédé:

"De laatste jaren werkt Trumbull aan een nieuw filmprocédé Showscan, dat alleen in daarvoor speciaal uitgeruste zalen kan geprojecteerd worden. Het resultaat is dat het verschil tussen werkelijkheid en projectie op een doek, volledig uitgewist wordt. Het is een procédé dat emotioneel overweldigend is, en daardoor ook gevaarlijk kan zijn, waarschuwde Trumbull. Hij denkt dat de universiteiten er gebruik zullen van maken en hoopt binnenkort ook Showscanbioskopen te bouwen in Ameri-

ka en Europa." (1)

De cinema lijkt de technische grenzen van zijn universum te naderen; de multisensoriële sensatie van de werkelijkheid wordt nagenoeg geëvenaard. Misschien komt ooit nog de buitenzintuiglijke waarneming aan bod in een soort Kirlian-cinematografie, maar vóór dat gebeurt zal ET misschien al op het tv-journaal zijn geïnterviewd.

De soft-ware: la ballade imaginaire

In controverse met de moderne projectietechnieken, die het "trompe-l'oeil"-effect pas echt mogelijk maken, is er echter de inhoud van het spektakel. De meest vernuftige reproductiesnuffjes dienen immers hoofdzakelijk om de fictie weer te geven. De natuurgetrouwe weergave van de werkelijkheid wordt bij uitstek aangewend voor de expressie van een variatie op de realiteit, een soort hi-fi-fiction dus, waar het beeld vooral in dienst staat van de verbeelding. Weliswaar werd de cinematograaf ingehuldigd met de projectie van een filmjournaal avant-la-lettre, maar in de schaduw van Lumière schreef Méliès het scenario voor de eerste speelfilm.

"Au réalisme absolu (Lumière) répond l'irréalisme absolu (Méliès). Admirable antithèse qu'eut aimée Hegel, d'où devait naître et se développer le cinéma, fusion du cinématographe Lumière et de la féerie Méliès." (2)

De tendens tot het uitbeelden van de verbeelding is sindsdien blijven heersen in

de filmproductie, waar de grootste investeringen steeds naar de speelfilm gingen. De cinema als meest werkelijkheidsgetrouwe kunstvorm is altijd het medium bij uitstek gebleven om de suggestie te vertolken. Wellicht zijn droom en realiteit nergens zo verweven als in de menselijke geest en worden hun projecties in beeld en verbeelding nergens beter vertolkt dan in de cinematografie. Edgard Morin schetst die tweespalt in een glorieuze:

"L'image est une présence vécue et une absence réelle, une présence-absence."
(3)

Elders tracht hij die dubbele aanwezigheid antropologisch te verklaren:

"Les acaïques comme les enfants ne sont pas d'abord conscients de l'absence de l'objet et croient à la réalité de leurs rêves autant qu'à celle des veilles." (3)

In die optiek lijken werkelijkheid en verbeelding slechts de recto-versokant van een zelfde menselijke beleving en wordt die overvloeiing tussen feit en fictie optimaal gerealiseerd in de filmkunst. Misschien ligt daarin een verklaring voor het magnetisme van de cinema. De toeschouwer wil zijn dromen geprojecteerd zien op een magisch-realistisch scherm in de schemertoestand "entre chien et loups". Op zijn zoektocht naar de essentie van het beeld in de massamedia associeert Enrico FULCHIGNONI objectieve beelden met het waarnemend oog en subjectieve met de scheppende verbeelding:

"Le cinéma, qui ne comporte pas d'images de premier degré, mais qui transforme plutôt l'écran en une image d'images, peut représenter ces deux éléments en tableaux réels du monde objectif tels qu'ils sont perçus par l'oeil, et en création irréelle de notre imagination. Il s'agit d'un double chemin, de deux claviers, dont le cinéma se sert pour susciter notre émotion. Il peut nous donner soit les unes, soit les autres, ou même il peut les mélanger, comme se mélangent dans notre conscience la réalité immédiate avec le réflexe du souvenir ou la production même du rêve." (4)

In zijn film "Amadeus" weet Milos Forman dit amalgaam van objectieve en subjectieve voorstellingen te symboliseren in gelaat en masker van een zelfde wezen. Dit archetypisch Janushoofd verschijnt letterlijk geïncarneerd in het tragisch-komisch dodenmasker van Mozarts vader, een nep-hoofd met 2 gezichten, dat de filmintrigue verrijkt met heel wat connotaties. Eerst werd dat masker ge-

dragen door Mozarts vader, die Amadeus het leven schonk, daarna door zijn concurrent hofkapelmeester Salieri, die hem naar het leven stond en chanteerde om zijn eigen requiemmis te schrijven - niet te verwonderen dat die maskerade de reeks waanbeelden van de verwarde componist nog eens kwadrateerde. Geen beter medium dan de film kon die waanwerkelijkheid uitbeelden. De chaos in Mozarts geest wordt haast overgeënt op het arme hoofd van de toeschouwer die Forman om "Taking-off" zou verzoeken teneinde hem van deze nachtmerrie te verlossen. Hierdoor wordt "Amadeus" hoe dan ook een exponent van de filmkunst als een bijna spiritistisch medium voor de letterlijke en figuurlijk weergave van het schemerdonker tussen de verschillende bewustzijnsniveaus. Deze productie toont nogmaals in close-up hoe in gans de filmgeschiedenis "l'image et l'imagination" elk hun promotor hebben gevonden in Lumière en Méliès, de respectieve uitvinders van cinematograaf en cinema.

Antieke films in een moderne retro-projector

In de speelfilmproductie van het jongste decennium wordt opvallend veel teruggeblikt in de spiegel van het verleden. Terwijl de Spielberg-successen nog verder spelen in de super-zalen, loopt in kleinere ciné-studio's de ene retrospectieve na de andere. Dat aanbod bestaat bovendien voor een groot deel uit "pre-historische" waar: stomme of wit-zwart producties.

Behalve deze plechtige opgraving van goed geconserveerde antikwiteiten, worden er ook andere films gerestaureerd, gereconstrueerd of gereproduceerd. Bepaalde producties uit het einde van het stille tijdperk krijgen letterlijk een nieuwe weerklank: de beelden worden voor het eerst voorzien van een klankband en eventueel in de verf gezet door inkleuren van het monotone zwart-wit. Een recent voorbeeld hiervan is de nieuwe Metropoliseditie van Fritz Langs meesterwerk, door Giorgio Moroder opgeluisterd met moderne muziek.

De super-stereo-sound wordt hier een klankbord voor stomme films van een halve eeuw oud. Paradoxaal evenwel is dat de nieuwste technologische snuffjes, behalve voor star-wars e.a. science-fiction-movies, ook worden aangewend voor een reconstructie van pionierstoe-

standen, een vorm van cinema-archeologie, met succes overigens. Napoleon Bonaparte heeft destijds nooit zulk een triomftocht gekend als bij de wedersamenstelling van zijn epos uit 1927 door Abel Gance die nu in tweede versie op galavoorstellingen met live-orkest en multiscreen bewonderaars lokt.

"Sinds het LFF (5) in samenwerking met Thames Television in 1980 een verpletterend succes oogstte met de gereconstrueerde versie van Abel Gances meesterwerk Napoleon, werd de "Thames Silent"-reeks een vast onderdeel van het Londens Festival. Om de kracht die nog altijd van veel stille films uitgaat, voor een nieuw publiek duidelijk te maken, bestaat er geen betere methode dan die films in optimale condities te vertonen: in een gerestaureerde, gekleurde kopie die tegen de originele snelheid op een reusachtig doek geprojecteerd wordt en voorzien is van een aangepaste score, liefst in "live" uitvoering." (6)

Een dergelijke play-back van live-begeleiding uit vervlogen tijden staat ook op til voor Metropolis III, een derde herziene uitgave van Langs meesterwerk.

Het menselijk wezen lijkt dus erg geboeid door een betoverend beeld van de werkelijkheid, maar wellicht is het nog sterker in de ban van een werkelijkheidsgetrouwe weergave van wat zijn verbeelding hem biedt, een soort hi-fi van het imaginaire. Al is dit ogenschijnlijk een contradictio in terminis, toch lijkt die droom op het bioscoop- of televisiescherm in vervulling te gaan.

De science-fiction-dualiteit tussen Lumière en Méliès heeft niet enkel de cinema doen ontstaan, maar bepaalt nog steeds zijn verder bestaan.

Een horizontale evolutie: massacommunicatie als gemeengoed

De steeds klimmende lijn naar een bijna volmaakte projectie van reële en irreële wereld loopt parallel met een steeds wijdere massaverspreiding, die tevens kleinschaliger wordt. Dit wordt gekenmerkt door de volgende tendensen, zowel in hard- als in soft-ware:

- integratie
- digitalisering
- miniaturisering
- standaardisering (hoewel die nog erg gebrekkig blijft)

De integratie van de communicatie door klank, beeld en schrift

De bioscoop-projectie: een AV spektakel met een schriftelijke bijsluiter

De stomme film werd aanvankelijk opgeleusterd door live-pianobegeleiding. Het eerste motief voor dat initiatief was weliswaar het willen overstemmen van het storende projectiegeronk. Niettemin kreeg de pianist er stilaan de kans van zijn leven om te fungeren als prenatale klankband. Die schonk de film een nieuw ritme en de buitenbeeldse muziek bood een nieuwe dimensie. De muziek zelf werd tenslotte zulk een troef voor de cinema dat de eerste echte geluidsfilms hoofdzakelijk musicals werden, te beginnen met "The Jazzsinger" in 1927. Stilaan werden ook de mogelijkheden van het binnenbeeldse geluid ontdekt en uitgebuit. Het realiteitseffect werd van angsom meer werkelijkheid. De mimesis van het klankbeeld evenaarde weldra die van het visuele. Sinds '80 worden de projecties in stereo zelfs legio bij duurdere producties en speciale geluidseffecten vergezelen de goocheltrucs met het beeld. De post-synchronisatie tussen klank en beeld is in technisch geslaagde films perfect en zelfs bij dubbing wordt er vaak een uitstekende lipdienst bezwen (tenminste voor wie dit recept lust).

De onderschriften-formule loopt echter niet zelden mank en wordt soms geserveerd als een post-scriptum bij het verdwenen beeld. Mogelijk biedt een computergestuurde ondertiteling hier echter een verbetering, zodat het laatste woord van een dialoogzin niet meer op de tongvalreep hoeft te struikelen. Hoe men ook ordele over ondertiteling, het audiovisueel spektakel wordt erdoor vervolledigd in de schriftuur, de vrije-letterlijke vertaling van het gesproken woord.

De home-cinema: de elektronische lichtbak als huisaltaar

De zintuiglijke integratie in de bioscoop-projectie is al geruime tijd een feit. Thans gebeurt zij ook in een versneld tempo bij de huiskamervertoning. In tegenstelling tot de cinematograaf is de televisie nooit stom geweest maar kwam veeleer luidruchtig ter wereld. Vaak wordt het medium zelfs verweten in zijn groeiperiode de rol van geïllustreerde radio of grammofoon te hebben vertolkt. Bij de tv was de integratie van klank en

beeld er dus al van bij de conceptie. Het schrift krijgt er nieuwe kansen. Behalve de ondertiteling via het doorgeefluik van de telecinema, komt er het interessante supplement van het elektronisch schrift, dat digitaal met het gewone signaal wordt uitgezonden in de vorm van teletekst. Via de teletekst-ondertitelings-toets kan de schriftelijke vertaling naar willekeur te voorschijn worden getoverd. Die geschreven informatie kan even facultatief worden opgeroepen als de auditieve en visuele. Daardoor kan een ondertiteling "à la carte" worden besteld, die de bezitters van een TT-decoder bovendien toelaat zelf hun leesmenu samen te stellen zolang de zender in de ether is. De bilingual- of twee-talen-toets bij de nieuwe generatie stereo-tv's biedt daarboven nog een extra-keuze tussen originele versie of dubbing. Een meertalig filmgenot wordt dus auditief en visueel (in lectuur) mogelijk.

Bij de "mono-cultuur"-toestellen met slechts 1 kanaal is dat linguïstisch alternatief niet mogelijk. Toch kan ook via die apparatuur in stereo worden geluisterd naar de zgn. "simulcast-uitzendingen", waarbij de FM-radio hetzelfde programma in stereo uitzendt, synchroon met de televisie. Het traditionele nieuwjaarsconcert uit Wenen via Eurovisie is daar een geslaagd voorbeeld van.

De huiskamerbioscoop heeft echter nog andere troeven onder haar speelfilmkaarten in petto: alle vormen van "play-back" vertoningen kunnen die medium-integratie nog veel frequenter aanbieden: kabel- en pay- of abonnee-tv, (hi-fi)-video, beeldplaat en compact disc.

Voor de kabeldistributie behoort o.a. een full-channel-teletekst tot de mogelijkheden, TT krijgt dan een capaciteit van ± 10.000 pagina's. Afgezien van een uitbreiding van de ondertitelingsmogelijkheden, kan bij elke film heel wat schriftelijke informatie worden gevoegd, zoals de generiek, de synopsis of eventueel het hele scenario. Die tekst kan afwisselend met het beeld worden opgevraagd, of simultaan in overdruk.

Ten behoeve van slechthorenden zijn de ondertitelingsteksten via TT zelfs voorzien van diverse kleuren, voor woord en wederwoord (speler en tegenspeler), voor off-screen- en/of commenaarstem. Met kabel- of pay-tv kunnen mogelijk meer dan 2 talen worden opgevraagd. Alles hangt af van wat men wil en kan programmeren. Tenslotte is kabel-tv het meest geschikte procédé voor interactie

tussen zender en ontvanger, allereerst voor feedback i.v.m. het kijkonderzoek inzake speelfilm, het meest populaire menu (de sexe-gebonden voetbalprogramma's zijn niet even populair bij de andere kunne). Binnen afzienbare tijd kan het huisbioscoop-bezoek tijdens de vertoning worden gemeten en een appreciatie achteraf worden "doorgekabeld".

Ook de andere vormen van filmconsumptie aan huis worden gekenmerkt door een steeds grotere "mediamieke" integratie tussen beeld, geluid en geschreven woord.

De filmvertoning op de "personal projector" van het tv-scherm of de video-monitor is een geduchte concurrent geworden voor de bioscoop, hoofdzakelijk om twee redenen:

a) *Het eerste motief van de thuis-kijker is er een van praktische en financiële aard:*

de inspanning en de kosten van de verplaatsing worden uitgespaard. Met het hele gezin, eventueel inclusief de gasten, kijkt hij voor hetzelfde geld. Zijn zitplaats is sowieso gereserveerd en nog wel in de mezzanines of in de eigen loge. Hij hoeft niet meer in de rij te staan voor een ticket en een babysit wordt overbodig.

b) *De tweede troef van de home-video is van esthetisch technische aard: een geleidelijke gelijkwaardigheid.*

Ondanks het luilekker thuis kijken bleef de "beschermd" tele-lens-vertoning aanvankelijk toch nog beperkt tot een miniatuur-projectie, een microfilmvertoning met een soundtrack in mineur en een ondertiteling uit de micro-fichesbak. Klank en beeld waren slechts een afstraling op schaalmodel van het bioscoop-spektakel, waarvoor de echte filmfan niet thuis bleef.

Aan dat euvel werd in het laatste decennium evenwel heel wat verholpen door een betere beelddefinitie op een eventueel groter en vlakker scherm en door stereo-geluid via hi-fi-video, beeldplaat of direct stereo-tv-uitzendingen, hoewel deze laatste ontwikkeling pas (sporadisch) is gestart. Nagevoeg alle functies kunnen bovendien van op afstand worden bediend: de kijker speelt o.a. zelf met slow-motion of stilstaand beeld. Hi-fi-video biedt daarenboven de extra-keuze tussen originele versie of dubbing. De volledige integratie van beeld, klank en

schrift wordt echter pas voor goed gerealiseerd in de beeldplaat met laser-afasting. Naast een taalkeuze in het gesproken woord, heeft dat systeem ook nog een elektronisch "uitgetikte" tekst ter beschikking.

De toeschouwer beschikt daardoor over een simultaan-tolk en tevens over een vertaler als "woordvoerder" bij een anderstalig programma. Ook een geschreven versie van het gesproken woord blijft natuurlijk mogelijk, voor wie tijdelijk (gezien de omgevingsgeluiden) of permanent gehoorstoord is. Die ondertiteling kan, even goed als bij rechtstreekse tv-uitzendingen, naar believen worden opgeroepen via de tele-tekst-talentoets.

Digitalisering: een compact-discussie

De beeldplaat (en ipso facto ook de CD) is de eerste audiovisuele informatiedrager die dat digitaal signaal kan opnemen, hetgeen met het analoge video-systeem niet mogelijk is.

Zo zouden op een laser-disc alle erkende EG-talen kunnen worden geprogrammeerd voor een speelfilm. Dat procédé werkt niet enkel kostenbesparend, maar bevordert bovendien een wereldwijde distributie, ook van produkties uit kleinere taalgebieden.

Deze digi-taal-polyglot zou wel eens een alternatief-esperanto kunnen worden voor de Europese toren van Babel. Mogelijk ligt daar een bevrijdend wachtwoord om de filmindustrie in Europa mondiger te maken t.o.v. de Amerikaanse concurrentie.

De laser-disc wordt ook de eerste informatiedrager voor zowel auditieve, visuele als grafische (+ tekst-) gegevens. Signaalverlies is voortaan onbestaand. Dat geldt zowel voor compactdisc als voor beeldplaat. Op de CD kan trouwens ook beeldinformatie en tekst worden opgeslagen, zij het in beperkte mate.

"Laser-muziek" kent geen vervormingen meer. De binaire code creëert immers een soort elektronische partituur, die toelaat de compositie met evenveel luister te reconstrueren als bij vergeelde muziekscripten uit de vorige eeuw. Het volstaat immers dat de informatie in haar geheel beschikbaar is, de verpakking of de staat van het notenbalkschrift heeft geen belang. Door die prestatie overtreft de compact-discuswerper meteen alle vinylrecords. Dankzij hun polyvalente mogelijkheden vormen CD en beeldplaat tenslotte een integratie van video (beeld-

en klankregistratie) en floppy disc (tekst- en grafiek-stockering).

De speelfilm lijkt dus uitermate geschikt om via dit kanaal gearchiveerd en gedistribueerd te worden. Eindelijk krijgen geluid en muziek een evenwaardige plaats naast het filmbeeld. In het huidige decibel-tijdperk heeft de cultus van de soundtrack soms de rollen zelfs omgekeerd: bij de videoclip worden de filmbeelden niet meer opgeluisterd met muziek, maar dienen de visuele shots louter als illustratie voor een muzikaal nummer. De compactdisc lijkt daartoe trouwens ideaal geschikt: er kan net genoeg bewegend beeld met een (aspirant-)tophit op. Die "ruimte" kan echter even goed worden benut voor een kortfilm of een promotiefilm-fragment.

Door de digitalisering, de chip en de laserstraal, ontstaat er bovendien een steeds grotere miniaturisering.

Miniaturisering en standaardisering: veni-vidi-video!

De zwaarwichtige filmapparatuur uit de eerste helft van de 19de eeuw werd voor het eerst lichtvoetiger in de loop van de jaren 50. De draagbare 16 mm-camera leidde toen tot de evolutie van de reportagestijl in de speelfilm, die zijn sporen naliet in de Nouvelle Vague. In de amateurfilmerij werd het nog kleinschaliger: single en super-8 mm. De miniaturisering werd verder doorgevoerd bij de ontwikkeling van de video. De 3-consumer-formaten video 2000, VHS en betamax waren echter onderling niet uitwisselbaar en een nieuw maatpak bleef tot nog toe een maat voor niets. In principe werd uiteindelijk post factum geopteerd voor de 8 mm-norm, wegens zijn handig gebruik in de draagbare videocamera's. Intussen echter wordt de afvallingskoers tussen de 3 ongenadig voortgezet, tot de voorraad is uitgeput en de investering teruggewonnen. Elders is een wereldstandaard wel mogelijk gebleken: de audio-compact-cassette, de compact-disc en de laser-beeldplaat. Zulk een internationale norm is levensbelangrijk voor de home-cinema-soft-ware, nu het consumptieterrein van de bioscoop werd verlegd naar het eigen nest. Er wordt veel minder gespeeld op verplaatsing. Een blijvende diversificatie van de formaten zou even catastrofaal zijn als bij mogelijke afwijkingen van de 35 en 16 mm-norm in de pellicule, die een "normale" distributie onmogelijk zouden gemaakt hebben. Merkwaardig genoeg is de

nieuwe video-norm het bijna magisch-symbolisch getal 8 geworden van de 8 mm-amateurfilm. Zulk een schijnbare toenadering tussen pellicule en magneetband ging anderzijds steeds gepaard met een onverbidde concurrentiestrijd. De video waagt zich voortaan openlijk op het tot nog toe voorbehouden filmtrein. De kwaliteit van de elektronische opname is bijna evenwaardig aan die van de belichte pellicule en de montage-handicap wordt stilaan weg-gewerkt. Met zijn scherpere beelddefinitie en zijn groter projectieformaat ligt de film voorlopig nog enkele lengten voor op de video. De elektronische trucages van video-camera en digitale effectengenerator zijn echter niet te evenaren en zijn instant-gebruik ligt buiten het bereik van de cinema.

Het live-aspect van de video-opname leidt vaak tot een associatie met de t reportage, waardoor de grens tussen speelfilm en document soms lijkt te vervagen. De tv-film leidt nu en dan zelfs tot verwarring, gewild of toevallig, vooral bij de eigentijdse doen-drama's, waar het medium zijn rol van network handhaaft in fictieve reportages. De tv-beklemming wordt dan vaak sterker dan de hypnotische ban van de bioscoop.

De combinatie tv-video heeft aldus geleid tot een nieuwe "relativi-tijd" van het visueel spektakel. Lumière en Méliès lijken wel elkaars dubbelganger te zijn geworden op de elektronische speeibuis. Op de televisie wordt de afstand tussen feit en fictie immers niet zelden fictief. Gelukkig is de kijker intussen al gewa-pend tegen paniekreacties zoals die bij het "buitenaards" luisterspel van Orson Welles destijds over de aanval der mar-bewoners.

Door zijn vertrouwdheid met het medium heeft de televisiemens de nodige immuniteit ontwikkeld, om in de hedendaagse beeldenstorm het overvallig beeldbuis-water tijdig te laten afvloeien. God zij dank! Video gratias!

Noten

(1) Uit "De Film voor de toekomst", Patrick DUYNLAEGHER in *Knack-cultuur*, 12 dec. 1984

(2) Edgard MORIN in "*Le cinéma ou l'homme imaginaire*", Ed. Gauthier, Paris 1958, (Bib. Médiations).

(3) E. MORIN, *Le cinéma ou l'homme imaginaire*, Paris, Gauthier, 1958.

(4) Enrico FULCHIGNONI, "*La civilisation de l'image*", Paris, Payot, petite bibl., 1972.

(5) LFF = London Film Festival.

(6) "Er is weer hoop voor de Britse film", Patrick DUYNLAEGHER, *Knack-cultuur*, 2 januari 1985.



Met *l'arroseur arrosé*, de visuele verbuiging van rosa, leerde Lumière zijn publiek het eerste film-latijn.



Georges Méliès à *la conquête du pôle*: de speelfilm als ver-beelding van de menselijke fantasie.

geselecteerde bibliografie: film en televisie in een veranderend audiovisueel tijdperk

greta boon,
lieve mulier,
kris vanstappen

Woord vooraf

Gezien de uitbreiding en de vlucht die de nieuwe communicatiemiddelen het laatste decennium hebben genomen is het noodzakelijk geworden de plaats van film en televisie binnen dit veranderd communicatiebestel te bepalen. In de volgende geselecteerde bibliografie hebben we dan ook getracht zoveel mogelijk studies en artikels te verzamelen die te maken hebben met productie, distributie, exploitatie, de aard van de gepresenteerde boodschap en haar impact op het publiek. Uit dit amalgaam van publikaties hebben we vooral de meest recente werken geput (d.w.z. vanaf 1980) hoewel belangrijke en representatieve studies van vroegere datum over de congressthematiek eveneens werden opgenomen. We hebben tevens werken van nationale bodem aangevuld met internationale teksten om kwantitatief een zo volledig mogelijk beeld te geven van wat er op dit terrein gepubliceerd wordt en om kwalitatief waardevolle studies niet uit te sluiten.

Om de lezer enigszins wegwijs te maken binnen dit aanzienlijke aanbod van literatuur, hebben we de bibliografische lijst ingedeeld in 5 rubrieken, naast de algemene werken, die elk een bepaald aspect van het congresonderwerp behandelen. Onder algemene werken werden bibliografieën van zeer diverse aard ondergebracht, gaande van massacommunicatie in het algemeen tot bepaalde media in het bijzonder. Onder communicatiepolitieke aspecten vallen artikels en litera-

tuur van zowel beleidsmatige als juridische aard die film en televisie in het veranderend mediabestel bespreken.

In de tweede afdeling werden voornamelijk studies gerangschikt die film en televisie situeren binnen een gewijzigd produktiesysteem. Vervolgens classificeert de derde rubriek tal van publikaties over de vernieuwingen binnen het distributie- en exploitatienet van film en televisie.

In de vierde en vijfde afdeling tenslotte werden onderzoeken opgenomen die voornamelijk de inhoud van fictionele film- en televisieboodschappen bespreken en hun aanpassing aan nieuwe publieksvragen.

Binnen elke afdeling worden de werken alfabetisch op auteursnaam opgesomd. Themanummers van tijdschriften kan de lezer terugvinden onder de naam van de redacteur.

ALGEMENE WERKEN

NATIONAAL

BRT
Belgische Radio en Televisie: Jaarverslagen,
Brussel, BRT.

BRT
Belgische Radio en Televisie: Knipselkrant,
Brussel, BRT.

INTERNATIONAAL

R.N. BOSTROM (Red.)
Communication Yearbook (7),
London, Sage, 1983.

K. BREPOHL

Lexikon der neuen Medien. (3. erweiterte und aktualisierte Auflage),
Köln, Deutscher Instituts-Verlag, 1983.

MEDIAMARKT

Special: media index audiovisuele communicatie,
In: *Mediamarkt*. Amsterdam, jg. 1, (oktober 1984), nr. 8.

H. KREUZER, GERSTMANN, EBERHARD (e.a.)

Sachwörterbuch des Fernsehens,
Göttingen, Vandenhoeck en Ruprecht, 1982.

O. TUOMOLA (red.)

International TV and video guide 1984,
Londen, Tantivy Press Ltd., 1984.

W. UBBENS

Jahresbibliographie Massenkommunikation,
Berlin, Wissenschaftsverlag Volker Spiess.

UNESCO

List of documents and publications in the field of Mass Communications,
Parijs, Unesco, 1982.

XXX

Internationales Handbuch für Rundfunk und Fernsehen,
Hamburg, Hans Bredow Verlag.

COMMUNICATIEPOLITIEKE ASPECTEN

BOEKEN, STUDIES

NATIONAAL

G. BOON

De omroep. Radio en Televisie in Nederlandstalig België,

Brussel, BRT, 1984.

BRT

De toekomst van de omroep als openbare dienst: BRT-colloquium,

Brussel, BRT, 1984.

COMMISSIE VAN DE EUROPESE GE-
MEENSCHAPPEN

Interimrapport over feiten en ontwikkelingen op het gebied van de televisie in Europa: perspectieven en opties,

Brussel, Commissie van de Europese Gemeenschappen, juli 1983.

COMMISSIE VAN DE EUROPESE GE-
MEENSCHAPPEN

Televisie zonder grenzen. Groenboek over het instellen van de gemeenschappelijke markt voor de omroep,

Brussel, Commissie van de Europese Gemeenschappen, 14 juni 1984.

P. HERROELEN

Een, twee ... veel? (Kroniek van 20 jaar Belgische radio en televisie),

Leuven, Acco, 1982.

K. VANSTAPPEN

Filmcontrole in België,

Leuven, KUL, Faculteit Sociale Wetenschappen, Lic. Th. Comm. Wet., 1984.

D. VERHOFSTADT

Het einde van het BRT-monopolie

Antwerpen, Kluwer, 1985

XXX

25 jaar Televisie in Vlaanderen: aanpassing of transformatie van een cultuur? (referaten 8e Vlaams congres voor Communicatiewetenschappen),

Leuven, Centrum voor Communicatiewetenschappen, KUL, 1978.

INTERNATIONAAL

J. AGNEL (e.a.)

Images pour le câble: programmes et services des réseaux de vidéocommunication,

Parijs, La documentation française, 1983.

Y. AGNES (red.)

Dossiers et documents du "Monde": la révolution des médias. (La communication en France),

Parijs, Le Monde, oktober 1984.

L. ALDERSHOFF & T. BROEDERS

Cable and Satellite TV Developments; A report on progress and future trends,

Hilversum, AGB Research Ltd., 1981.

U. ALLEMAN, D. BARRELET, W. EGLOFF (e.a.)

Wem dient die Medienfreiheit? La liberté des media, au service de qui?

Bern, Verlag Volk + Recht, 1981.

J. BARDOEL

Aus Deutschland ein Model?

Hilversum, NOS-dokumentatie, 8101/dossier A1, (25 februari 1981).

J. BARDOEL & J. BIERHOFF

Media in Nederland,

Amsterdam, Van Gennep, 1981.

J.L. BORDERWIJK (e.a.)

Allocutie: enkele gedachten over communicatievrijheid in een bekabeld land,

Baarn, Bosch & Keunig, 1982.

L. BOUDEWIJNS (e.a.)

Geluid- en Beeldverhaal 1982,

Amsterdam, 1982.

H.H. HILLRICHS & H. UNGUREIT (Hrsg.)

Filmkultur-Filmverbrauch: zum Stand der Beziehungen zwischen Kind und Fernsehen,

Mainz, Hase & Köhler, 1984.

A. KOOYMAN (red.)

De audiovisuele revolutie. De rol van de audiovisuele massamedia in de komende 25 jaar,

Amsterdam, Samson uitgeverij, 1980.

T. LEEFLANG

Televisie maken: 't blijft mensenwerk,

Hilversum, NOS, 1984.

H. LHOEST

The interdependence of the media,

Strasbourg, Council of Europe, 1983.

A. MATTELART & J.M. PIEMME

Télévision en jeux sans frontières. Industries culturelles et politique de la communication,

Grenoble, Presse universitaire de Grenoble, 1980.

R. MOORFOOT (e.a.)

Television in the eighties: The total equation,

London, BBC, 1982.

B. MURPHY

The world wired up: unscrambling the new communications puzzle,

London, Comedia publishing group, 1983.

J. PRUVOT (verslaggever)

Ontwerp-verslag over de film in de landen van de gemeenschap,

(Europees Parlement, Commissie voor de

Jeugd, Cultuur, Onderwijs, Voorlichting en Sport, Documenten 1-217/81 & 1-366/81, 29/9/82).

J. VOS

Nieuwe media en beleid: een Europese inventarisatie,

Amsterdam, Media-Info, 1983.

XXX

Audiovisuele media, omroep en telecommunicatie in Nederland. Inventarisatie van ontwikkelingen,

Amsterdam, Instituut voor grafische techniek TNO, Stichting moderne media, 1979.

ARTIKELS

NATIONAAL

J. BOON

Experimenten met lokale televisie en gemeenschapstelevisie in Franstalig België,

In: *Communicatie*. Leuven, jg. 12, (1982), 2, blz. 15-17.

J.C.L. BURGELMAN, J. GOUBIN (e.a.)

"Oude" en "nieuwe" media,

In: *Vlaams Marxistisch Tijdschrift*. Brussel, jg. 5, (december 1983), 5, blz. 11-34.

F. DAEMEN

Het gebruik van satellieten voor televisie, een historisch overzicht toegepast op West-Europa,

In: *Communicatie*. Leuven, jg. 14, (1984), 2, blz. 22-23.

A. FORDYN

Onderzoek van de satelliettelevisiesituatie in België,

In: *Communicatie*. Leuven, jg. 13, (1983), 1, blz. 40-43.

C.J. HAMELINK

Elektronische media en cultuur: kijken in gebarsten spiegels,

In: *Ons Erfdeel*. Rekkem/Raamsdonksveer, (zjg.), (1983), 2, blz. 161-168.

L. HEINSMANS

Het problematische internationale eenrichtingsverkeer van televisieprogramma's,

In: *Communicatie*. Leuven, jg. 13, (1983), 1, blz. 40-43.

P. HERROELEN

Media in stroomversnelling,

In: *Koepel* 5. Leuven, jg. 83, (1983), 1, blz. 26-31.

J. OP DE BEECK

Vraagstukken van de nieuwe televisie,

In: *Heibel*. Kessel-Lo, (zjg.), (winter 1983-

1984), blz. 56-61.

J. OP DE BEECK, J.-M. PIEMME

Vorbij de burcht,

In: *Heibel*. Kessel-Lo, (zjg.), (winter 1983-1984), blz. 36-45.

J. OP DE BEECK (e.a.)

Naar een Vlaams mediabeleid,

In: *Kultuurleven*. Leuven, jg. 50, (oktober 1983), 8, blz. 714-722.

J. SAARLOOS

De belangstelling voor buitenlandse tv-zenders in Nederland,

In: *Communicatie*. Leuven, jg. 13, (1983), 1, blz. 12-14.

A. STEEMAN

Hollywood en de networks. (De relatie tussen film en televisie in Amerika/1),

In: *Mediafilm*. Brussel, (zjg.), (zomer 1984), 148, blz. 32-48.

A. STEEMAN

Hollywood en de networks. (De relatie tussen film en televisie in Amerika/2),

In: *Mediafilm*. Brussel, (zjg.), (herfst 1984), 149-150, blz. 38-50.

J. TUNSTALL, L. SMEETS

Hollywood versus Europa: de internationale politieke economie van media-beelden,

In: *Communicatie*. Leuven, jg. 13, (1983), 1, blz. 1-5.

F. VAN LAEKEN

Een medium van, voor en door de gemeenschap: lokale televisie in Wallonië,

In: *Heibel*. Kessel-Lo, jg. 18, (winter 1983-1984), blz. 56-61.

XXX

Omroep buitenland. Verenigde Staten: bloeiende betaaltelevisie, boze bioscopen,

In: *Ra-tel*. Brussel, jg. 12, (september 1982), 8, blz. 8-10.

INTERNATIONAAL

R.K. AVERY, R. PEPPER, J. ROMAN (e.a.)

Searching for alternatives: public broadcasting,

In: *Journal of Communication*. Philadelphia, Vol. 30, (summer 1980), 3, blz. 126-208.

P. CAMPBELL

Britain, a sceptic of new technology,

In: *TV world*. London, Vol. 5, (september 1982), 8, blz. 14-17.

P. CARANICAS

American TV tightens its grip on the world,

In: *Channels*. jg. 3, (jan./feb. 1984), 5, blz.

27-30.

R. COLLINS (red.)

Public Service Broadcasting: the end?

In: *Media, Culture & Society*. London, Vol. 5, (july/octobre 1983), 3/4.

D.H.

Veel te horen maar nog weinig te zien. (Uitbreiding van het tv-aanbod),

In: *Mediamarkt*. Amsterdam, jg. 1, (september 1984), 7, blz. 6-7.

C. FOMBRUN, W.G. ASTLEY, F.P. CHISMAN (e.a.)

The "new technology": who sells it? Who needs it? Who rules it?

In: *Journal of Communication*. Philadelphia, Vol. 32, (autumn 1982), 4, blz. 55-178.

E. GERAERDTS

Het echte mediadebat moet nog beginnen. (Prof. Borderwijk en het BIT-rapport),

In: *Mediamarkt*. Amsterdam, jg. 1, (april 1984), 3, blz. 12-15.

F. HAVEMAN

Het uur U,

In: *Kabelvisie*. Culemborg, jg. 11, (september 1984), 8, blz. 227-234.

F. HAVEMAN

Satelliet en kabel,

In: *Kabelvisie*. Culemborg, jg. 11, (maart 1984), 3, blz. 67-72.

D. HELLINGMAN

De elektronische kiosk is open en wacht op de high-tech consument,

In: *Mediamarkt*. Amsterdam, jg. 1, (februari 1984), 1, blz. 43-49.

C. HOGERVORST

Film en televisie: het verhaal van een familievet,

In: *Massacommunicatie*. Nijmegen, jg. 9, (februari-april 1981), 1/2, blz. 39-47.

N. HUNNINGS

Filmrights for cable TV,

In: *Inter Media*. London, Vol. 8, (july 1980), 4, blz. 39-42.

M.L. KIEFER

Medienmultis im Kampf um Programme und Startplätze. (Rupert Murdoch und das big Business der Kommunikationsindustrie),

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1984), 2, blz. 120-122.

E.M. NOAM

Is Cable Television a national monopoly?

In: *Communication*. Köln, jg. 9, (1983), 2/3, blz. 241-260.

D. NOGUEZ, F. RABATE, B. ROUE (e.a.)

Le cinéma en l'an 2000,

In: *Revue d'esthétique*. Toulouse, (zjg.), (1984), 6.

F. PITZER

Satellitenfernsehen und europäische Medienpolitik,

In: *ORF Medienreport*. Wien, (zjg.), (August 1983), 308, blz. 35-40.

M. RENZ, W. TAUBERT, A.J. WIESAND (e.a.)

Verhältnis Fernsehen/Film,

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1980), 9.

P. SCANNEL (red.)

Broadcasting rituals,

In: *Media, Culture & Society*. London, Vol. 5, (april 1983), 2.

K. SCHRAPE

Ökonomische Perspektiven der Medienentwicklung: über die Endlichkeit der Nachfragepotentiale für Kabelkommunikation,

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1983), 8, blz. 533-545.

K. SCHRAPE & F. NEIGER

Perspektiven der Medienentwicklung,

In: *Weiterbildung und Medien*. Marl, (zjg.), (1984), 1, blz. 11-18.

M. STEINMAN, C. ROSETTI, E. HAAS

Der Satellitenrundfunk aus der Sicht der direkt Beteiligten,

In: *Communication*. Köln, jg. 6, (1980), 2/3, blz. 125-232.

M. STEINMAN, C. ROSETTI, E. HAAS

Der Satellitenrundfunk als Gegenstand der Kommunikationswissenschaft,

In: *Communication*. Köln, jg. 6, (1980), 2/3, blz. 233-262.

A.A.L. VAN BUNGE

Overleef het auteursrecht het tijdperk van kabeltelevisie?

In: *Kabelvisie*. Culemborg, jg. 9, (mei 1982), 5, blz. 143-145.

H. VAN GELDER

Afwachten tot de ander afhaakt. (Drie concurrenten en de marketing van abonnee-TV,

In: *Mediamarkt*. Amsterdam, jg. 1, (september 1984), 3, blz. 4-5.

H. VAN GELDER

Wat er ligt aan de media-horizon. (Voorbeelden van samenwerking dun gezaaid),

In: *Mediamarkt*. Amsterdam, jg. 1, (april 1984), 3, blz. 16-19.

M. VAN IMPE

Een compromis à la Belge. (Commerciële

televisie in Vlaanderen),

In: *Mediamarkt*. Amsterdam, jg. 1, (september 1984), 7, blz. 6-7.

**F.-W. VON SELL, D. STOLTE, H. STRATE
Erklärungen zum Verhältnis Film/Fernsehen
anlässlich der Mainzer Tage der Fernseh-Kritik 1983,**

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1983), 11, blz. 804-812.

P. WHITTEN

Kabelkommunikation in West-Europa 1984,

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1984), 5, blz. 361-371.

**R.T. WIGAND, M.S. SNOW, W.P. DIZARD
(e.a.)**

Satellite broadcasting and communications policy,

In: *Journal of Communication*. Philadelphia, Vol. 30, (spring 1980), 2, blz. 140-03.

XXX

Aufwendungen der Deutschen Rundfunkanstalten für Filmwirtschaftliche Leistungen,

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1979), 7, blz. 469-471.

XXX

Partnerschaft Film/Fernsehen bewahrt. Eine Bilanz 20 Jähriger Zusammenarbeit,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1981), 11, blz. 772-781.

XXX

Sommatie 80. De toekomst van de media, de media van de toekomst,
In: *Massacommunicatie*. Nijmegen, jg. 10, (juni/augustus 1980), 3/4, blz. 65-175.

XXX

weites Film/Fernsehen- Abkommen,
in: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1983), 7, blz. 65-175.

IMPACT OP PRODUCTIE (TECHNIEK)

BOEKEN, STUDIES

NATIONAAL

F. AUWERA & R. DE HERT

De Witte van Sichem (naar Ernest Claes),
Brussel/Amsterdam, Elsevier Manteau, 1980.

F. BOLEN

Histoire authentique, anecdotique, folklorique et critique du cinéma belge depuis ses plus lointains origines,
Brussel, Editions Mémo & Codec, 1978.

R. DE HERT

Het drinkend hert bij zonsondergang,
Leuven, Kritak, 1983.

J. DE LOMBAERDE & L. VAN KUYK

Het filmbeleid in Vlaanderen sinds het KB van 10 november 1964,
Leuven, KUL, Faculteit Sociale Wetenschappen, Lic. Th. Comm. Wet., 1982.

D. GEERAERTS & M. VAN HOOGENBEMT (ed.)

Krisis in de Belgische film,
Mechelen, Donut Productions, 1982.

M. HOLTHOF & M. RUYTERS

Het wonderlijke jaar van de Vlaamse film,
Berchem, EPO, 1980.

B. VERPOORTEN

De Vlaamse film (evolutie van de Vlaamse langspeelfilm sedert 1960),
Leuven, Centrum voor Communicatiewetenschappen, KUL, 1984.

R. VRIELYNCK

Aspekten van de filmindustrie,
Nijmegen/Brugge, B. Gottmer/Orion, 1979.

INTERNATIONAAL

D. SCHILLER, B.E. BROCK, F. RIGBY

CATV program origination and production,
New York, Tab books, 1979.

D. SHAFFER & R. WHEELWRIGHT

Creating original programming for cable TV,
New York, Knowledge Industry Publications, 1983.

P. TE NUYL

Struktuur en ontwikkeling van vraag en aanbod op de markt voor televisieproducties,
's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1982.

A. VAN DE VIJVER

Verslag input 1984. International Public Television Screening Conference,
Charleston (USA), 8-14 April 1984.

XXX

Verslag van de werkgroep Samenwerking Film en Televisie,
Rijswijk, Ministerie van CRM, 1982.

ARTIKELS

NATIONAAL

A. MASSINGER

La grille des programmes en télévision à la RTB(F),

In: *Etudes de radio-télévision*. Brussel, (zjg.), (1981), 27, blz. 73-86.

J. VAN LIEMPT

Over Vlaamse film gesproken,

In: *Film en Televisie*. Brussel, (zjg.), (juli-augustus) 1983, 314-315, blz. 20-23.

K. VANSTAPPEN

Crisis in de Vlaamse film,

In: *Film en Televisie*. Brussel, (zjg.), (maart 1983), 310, blz. 23-30.

INTERNATIONAAL

M. BEHNKE-GUERTLER

Filmförderung in Europäischen Ländern. Versuch einer Aktuellen Bestandsaufnahme,

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (zjg.), (1982), 8, blz. 491-500.

E. BERG-SCHWARZE

Fortsetzung einer bewährten Zusammenarbeit: Zum Verhältnis Film/Fernsehen,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (zjg.), (1983), 9, blz. 610-614.

L. BOSSHART

Fernseh-Unterhaltung aus der Sicht von Kommunikatoren,

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (zjg.), (1984), 8, blz. 644-649.

P. BECKER, J. GRAF, M. KOEHLER, W. LOERCHER

Video Aktiv,
In: *Medien und Erziehung*. Leverkusen, jg. 28, (1984), 1, blz. 3-20.

J. ELLIS

So independent they're invisible - A report of the first national independent video festival, 22-24 January 1981,
In: *Screen*. London, jg. 22, (1981), 1, blz. 95-101.

S. HEARST

Plädoyer für eine engere Zusammenarbeit der öffentlichen Rundfunkanstalten in Westeuropa,

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (zjg.), (1984), 3, blz. 173-179.

K. HOFFMAN

Videoboom in den USA. Veränderungen auf dem Film- und Fernsehmarkt erwartet,

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (zjg.), (1984), 10, blz. 767-772.

S. JOHNSTON

The radical film funding of ZDF,

In: *Screen*. London, jg. 23, (1982), 1, blz. 60-73.

F. KNILLI & B. NICKOLAUS

Programming for direct satellite television,
In: *Communications*. Köln, jg. 9, (1983),
Heft 1, blz. 29-60.

B.R. LITMAN
Decision making in the film industry: the influence of the TV-market,
In: *Journal of Communication*. Philadelphia, Vol. 32, (summer 1982), 3, blz. 33-52.

G. MURDOCK
Fabricating fictions: Approaches to the study of television drama production,
In: *Communications*. Köln, jg. 6, (1980),
Heft 1, blz. 17-32.

H. UNGUREIT
Coproductions de la télévision - internationales ou avec le cinéma,
In: *Revue de l'UER*. Genève, Vol. 29, (mei 1978), blz. 23-26.

H. UNGUREIT
Zusammenarbeit Film/Fernsehen: Vereinigung des Unvereinbaren?
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (zjg.), (1982), 8, blz. 485-490.

IMPACT OP DISTRIBUTIE EN EXPLOITATIE (TECHNIEK)

BOEKEN, STUDIES

NATIONAAL

BRT
Bezit van audiovisuele apparatuur in het Vlaamse landsgedeelte,
Brussel, BRT.

D. DE GROOFF
Abonnee-omroep. Een verkennend onderzoek naar nieuwe gebruiksmogelijkheden van kabel,
Leuven, Centrum voor Communicatiewetenschappen, KUL, 1984.

D. DE GROOFF
Medialand 2000. Een empirische en typologische beschrijving van de nieuwe media,
Leuven, Centrum voor Communicatiewetenschappen, KUL, 1982.

A. FILSON
The distribution of films produced in the countries of the community. A study,
Brussel, Commissie van de Europese Gemeenschappen, 1980.

J. SERVAES (red.)
Het web van de mediabusiness,
Leuven, Kritak, 1979.

F. SMOLDERS & M. DE WACHTER
Analyse van de Vlaamse filmdistributie en bioscoopexploitatie,
Antwerpen, UFSIA, 1981.

J. VAN DER BAUWHEDE
Filmdistributie en -exploitatie in België,
Brussel, VUB, 1981.

INTERNATIONAAL

L. ALDERSHOFF & T. BROEDERS
Cable and Satellite TV. Developments,
AGB, 1981.

H. BRINKMAN
De videomarkt nu,
Amsterdam, AV Instituut, 1984.

CASEMA
Kabeltelevisie in de 80er jaren,
Rijswijk, Ministerie van CRM, 1982.

C. DARCAN
Ciné Audience,
Parijs, L'agence des services de la presse et de l'édition, 1982.

S.M. DE LUCA
Television's Transformation. The next 15 years,
San Diego, Barnes, 1980.

G. T. GOETHALS
The TV ritual. Worship at the video altar,
Boston, Beacon Press, 1980.

T.H. GUBACK
The film industry in post-war Western Europe: the role of Euro-American interaction in the shaping of economic structures,
UMI, Ann Arbor (Michigan), 1980.

K.G. JACKSON
Book of video,
London, Newnes Technical Books, 1980.

D. LACHENBRUCH
De beeldplaat: verleden, heden en toekomst van de beeldplaat in de Verenigde Staten,
Amsterdam, Media-Info, 1982.

E. SIGEL
Video discs, the technology, the applications and the future,
White plains, Knowledge Industry Publications INC, 1980.

C.J. SIPPL & F. DAHL
Video/Computers,
Herts, Printice-Hall, 1981.

J.P. TAYLOR
What broadcasters should know about satellites,
New York, Television/Radio Age, 1981.

C. TITULAER
Bijblijven met de nieuwe media,
Alphen aan de Rijn, Zorn, 1983.

J.W. THOMPSON
Television today and television tomorrow: a guide to new electronic media and trends in commercial television in Western Europe,
London, J.W. Thompson, 1983.

J. VAN DER BURG
De videobranche,
Zoetemeer, E.I.M., 1984.

XXX
Digitaltechnik im Fernsehen. Grundlagen, Anwendungen, Perspektiven,
Mainz, Zweites Deutsches Fernsehen ZDF, 1980.

XXX
De kabel: een analyse van de machtingshouders, exploitanten, de abonnees, de kosten en het zenderbereik van de centrale antenne-inrichtingen in Nederland,
Amsterdam, Media-Info, 1983.

ARTIKELS

NATIONAAL

E. FAUCOMPRET
De crisis in de Vlaamse bioscoopindustrie,
In: *Economisch en sociaal tijdschrift*. (s.l.), (zjg.), (1982), 4, blz. 457-468.

KERNREDACTIE
Is er nog film na 1983,
In: *Film en Televisie*. Brussel, (zjg.), (februari 1984), 331, blz. 13-15.

P. ITIN, K. SCHRAPE
Entwicklungsbedingungen der Neuen Medien bis 1990,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1981), 1, blz. 1-15.

W. KOEGEL
Markt der Wirrungen. Das Geschäft mit der Spielfilm-Videokassette,
In: *Medien und Erziehung*. Leverkusen, jg. 26, (1982), 1, blz. 2-18.

M.R. LEVY
The time-shifting use of home video recorders,
In: *Journal of Broadcasting*. Columbus, Vol. 27, (summer 1983), 3, blz. 263-268.

M.R. LEVY, E.L. FINK
Home video recorders and the transience of television broadcasts,
In: *Journal of Communication*. Philadelphia, Vol. 34, (spring 1982), 2, blz. 56-

71.

P. MARETH

The video disc: shining a new light,
In: *Channels*. Jg. 4, (maart/april 1984), 1, blz. 24-30.

P. PEYRE

TV 5: une télévision francophone par satellite,

In: *Revue de l'UER*. Genève, Vol. 35, (mei 1984), 3, blz. 22-25.

T. RADEVAGEN (e.a.)

Video-software 1984: Strukturen des Marktes und Tendenzen des Angebotes,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1984), 5, blz. 372-387.

T. RADEVAGEN & S. ZIELINSKI

Video-software: Annäherungsversuche an einen neuen Markt,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1982), 3, blz. 153-165.

G. RIDOUX

France. Une nouvelle chaîne de télévision: Canal plus,

In: *Revue de l'UER*. Genève, Vol. 35, (september 1984), 5, blz. 46-48.

T. SEIBT

Des Kaisers neue Kleider: Thesen zum Video. Eine Ernüchterung,

In: *Medium*. Jg. 14, (april 1984), 4, blz. 10-14.

L. SVANBERG

Film, TV, Video: the changing relationship,

In: *Inter Media*. London, jg. 8, (march 1980), 2, blz. 24-27.

R. THIELE

Rundfunkversorgung durch Satelliten,

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1984), 10, blz. 729-742.

C. TITULAER

Satellieten naar Europese kabelnetten,

In: *Kabelvisie*. Culemborg, jg. 11, (april 1984), 4, blz. 99-194.

XXX

Enquête de l'UER sur la télévision par câble en Europe,

In: *Revue de l'UER*. Genève, Vol. 35, (janvier 1984), 1, blz. 31-42.

XXX

High Definition Television,

In: *Inter Media*. London, Vol. 10, (may 1982), 3, blz. 24-30.

IMPACT OP BOODSCHAP

BOEKEN, STUDIES

NATIONAAL

BRT PROGRAMMERINGSDIENST

Programmaweekblad,
Brussel, BRT.

D. POESMANS

Eigen TV-Drama op de BRT,
Brussel, BRT, 1982.

INTERNATIONAAL

I. ANG

Het geval Dallas: populaire kultuur, ideologie en plezier,
Amsterdam, S.U.A., 1982.

C. BRUNSDON & D. MORLEY

Everyday Television: "Nationwide",
London, British Film Institute, 1980.

M.G. CANTOR & S. PINGREE

The soap opera,
Beverly Hills, Sage, 1983.

CAUGHIE, J. (red.)

Television: Ideology and exchange,
London, British Film Institute, 1980.

J. ELLIS

Visible fictions, cinema, television, video,
London, Routledge and Kegan Paul, 1982.

FIRATO

Symposium Firato 1984: Hoe meer, hoe beter? Op zoek naar zinnige uitbreiding van het televisieaanbod,
Amsterdam, RAI, 1984.

B.S. GREENBERG

Life on television: Content analyses of U.S. TV drama,
Norwood - New Jersey, Ablex, 1980.

G.E. HOFFMANN (Hrsg.)

Der verkabelte Mensch,
Braunschweig, Westermann Verlag, 1983.

I. HUEBNER

Kulturelle Opposition,
München, Darnitz Verlag, 1983.

S. JOERG

Spas für Millionen. Wie unterhält uns das Fernsehen?
Berlin, Verlag Volker Spiess, 1983.

S. JOERG

Unterhaltung im Fernsehen. Show-master im Urteil der Zuschauer,
München, New York, London, Paris, K.G. Saur, 1984.

H. KREUZER & K. PRUMM

Fernsehsendungen und ihre Formen: Typologie, Geschichte und Kritik des Pro-

gramms in der Bundesrepublik Deutschland,

Stuttgart, Reclam, 1979.

H. PROSS & C.-D. RATH (Hrsg.)

Rituale der Medienkommunikation. Gänge durch den Medienalltag,
Berlin, Guttandin und Hoppe, 1983.

R. SILVERSTONE

The message of television. Myth and narrative in contemporary culture,
London, Heinemann, 1981.

P.H. TANNENBAUM (Ed.)

The entertainment functions of television,
Hillsdale, Erlbaum, 1980.

M. TRACEY

The feature film - A new responsibility,
Londen, BBC, 1983.

W. VAN KAMPEN

Holocaust,
Düsseldorf, Der Minister für Wissenschaft und Forschung, 1978.

E. VERON

La médiatisation - Théorie du sens et société post-industrielle,
Parijs, Cemas, 1984.

ARTIKELS

NATIONAAL

M.G. CANTOR

Amour et travail dans l'après-midi: les séries à la télévision,
In: *Etudes de radio-télévision*. Brussel, (september 1980), 28, blz. 66-76.

C. GEERTS & J. THOVERON

L'évolution du divertissement télévisé en Belgique francophone,
In: *Etudes de radio-télévision*. Brussel, (september 1980), 28, blz. 85-102.

E. HULSENS

Een andere kijk op populaire kultuur,
In: *Heibel*. Kessel-Lo, (zjg.), (winter 1983/1984), blz. 28-35.

RTBF

La fiction,

In: *Etudes de radio-télévision*. Brussel, (april 1978), 25.

INTERNATIONAAL

I. ANG e.a.

Dallas en populariteit. Dallas: de marketing van sentimenten. Tegen beter weten in. Uren, dagen, maanden, jaren,
In: *Skrien*. Amsterdam (zjg.), (winter 1981-1982), blz. 113-120.

- J. BAUDRILLARD
De implosie van de betekenis in de media,
In: *Skrien*. Amsterdam, (zjg.), (winter 1983-1984), 132, blz. 12-14.
- M. BUDD, S. CRAIG & C. STEINMAN
Media fantasies,
In: *Journal of Communication*. Philadelphia, Vol. 33, (winter 1983), 1, blz. 67-91.
- J. CAUGHIE
Progressive television and documentary drama,
In: *Screen*. London, Vol. 21, (1980), 3, blz. 5-9.
- J. CAUGHIE
Television criticism: Discourse in search of an object,
In: *Screen*. London, Vol. 25, (1984), 4/5 blz. 109-122.
- J. CAUGHIE, C. BRUNSDON, J. GREQUENA e.a.
TV Issue,
In: *Screen*. London, Vol. 22, 1981, 4.
- U. ECO
Toeval en intrige. Over de televisuele ervaring en esthetiek,
In: *Skrien*. Amsterdam, (zjg.), (april/mei 1984), 135, blz. 35-42.
- T. ERNST
"Holocaust" und politische Bildung. Ergebnisse der dritten Befragungswelle,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1979), 12, blz. 819-827.
- J. FEVER
Melodrama, serial form and television today,
In: *Screen*. London, Vol. 25, (1984), 1, blz. 4-18.
- W.J. FUCHS, J. UHDE, K. STOCKER, E. HEIDENREICH
Evening soaps,
In: *Medien und Erziehung*. Leverkusen, jg. 28, (1984), 3, blz. 131-153.
- B.S. GREENBERG, R. ABELMAN, K. NEUENDORF (e.a.)
Daytime serial drama: the continuing story,
In: *Journal of Communication*. Philadelphia, Vol. 31, (summer 1981), 3, blz. 83-115.
- B.S. GREENBERG, K. NEUENDORF, N. BUERKEL-NORTHFUSS, L. HENDERSON
The soaps: what's on and who cares?
In: *Journal of Broadcasting*. Columbus, Vol. 26, (zomer 1982), 2, blz. 519-536.
- R. GROSS
Kabelnetze und Programmeinspeicherung,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1983), 11, blz. 789-793.
- M.A. HELLER
Semiology: a context for television criticism,
In: *Journal of Broadcasting*. Columbus, Vol. 26, (fall 1982), 4.
- A. KUHN
Women's genres,
In: *Screen*. London, Vol. 25, (january/february 1984), 1, blz. 18-28.
- M. LEHMANN
Making video movies at Zoetrope studios,
In: *Inter Media*. London, Vol. 10, (may 1982), 3, blz. 35.
- B. MANGSCHOT
Televisie en cultuur. Kanttekeningen bij een derde net voor kunst en cultuur,
In: *Skrien*. Amsterdam, (zjg.), (april/mei 1984), 135, blz. 30-32.
- S. NEALE
Art Cinema as institution,
In: *Screen*. London, Vol. 22, (1981), 1, blz. 11-41.
- M.J. POSTER
Applying semiotics to the study of selected prime time television programs,
In: *Journal of Broadcasting*. Columbus, Vol. 27, (winter 1982), 1, blz. 69-75.
- C. PRYLUCK, C. TEDDLIE & R. SANDS
Meaning in film/video: order, time and ambiguity,
In: *Journal of Broadcasting*. Columbus, Vol. 26, (summer 1982), 3, blz. 685-697.
- H. SAHIN & J.P. ROBINSON
Beyond the realm of necessity: television and the colonization of leisure,
In: *Media, Culture and Society*. London, Vol. 3, (january 1981), 1, blz. 85-97.
- C. SCHWICHTENBERG
The love boat: the packaging and selling of love, heterosexual romance and family,
In: *Media, Culture and Society*. London, Vol. 6, (july 1981), 3, blz. 301-313.
- E. TEE
Een daad van verhulling. Tegen de obsceniteit van de televisie,
In: *Skrien*. Amsterdam, (zjg.), (april/mei 1984), 135, blz. 43-45.
- H. UNGUREIT
Deutsche Filme müssen (noch) filmischer werden. Bilanz und Ausblick der Zusammenarbeit zwischen Filmwirtschaft und Fernsehen,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1982), 8, blz. 485-490.
- XXX
Erzählende Formen in Fernsehen II: Das Problem der Wiederholung,
In: *Fernsehen und Bildung*. München, (1980), 3, blz. 205-350.
- XXX
"Roots",
In: *Journal of Broadcasting*. Columbus, jg. 22, (zomer 1978), 3, blz. 279-320.
- XXX
Spielfilm - Serie - Videoclips. Eine Inhaltsanalyse von Sky Channel, PKS und RTL Plus,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (1983), 11, blz. 789-793.
- IMPACT OP HET PUBLIEK**
- BOEKEN, STUDIES**
- NATIONAAL**
- BRT STUDIEDIENST
Continu kijkonderzoek (weekrapporten, maandrapporten, kwartaalrapporten, jaarrapporten),
Brussel, BRT.
- C. GEERTS & J. THOVERON
Télévision offerte au public, télévision regardée par le public ou les effets du câble,
Brussel, RTBF, 1979.
- INTERNATIONAAL**
- R.P. ADLER (red.)
Understanding television. Essays on television as a social and cultural force,
New York, Praeger, 1981.
- Y. AHREN, Ch. MELCHERS, W. SEIFERT (e.a.)
Das Lehrstück "Holocaust". Zur Wirkungspsychologie eines Medienereignisses,
Opladen, Westdeutscher Verlag, 1982.
- S.J. BARAN
The viewer's television book. A personal guide to understanding television and its influence,
Cleveland Heights, Penrith, 1980.
- J. CAPIN
L'effet télévision,
Paris, Bernard Grasset, 1980.
- H. CASTLEMAN & W.J. PODRAZIK

Watching TV. Four decades of American television,
New York, Mc Graw-Hill, 1981.

C. EURICH

Das verkabelte Leben. Wem schaden und wem nützen die neuen Medien?
Reinbek, Rowohlt, 1980.

F. KNILLI, S. ZIELINSKI (red.)

Holocaust zur Unterhaltung. Anatomie eines internationalen Bestsellers,
Berlin, Elefant Press Verlag, 1982.

F. KNILLI (e.a.)

Betrifft: "Holocaust": Zuschauer schreiben an den WDR (ein Projektbericht),
Berlin, Volker Spiess, 1983.

H. LICHTENSTEIN & M. SCHMID-OPPACH

Holocaust: Briefe an den WDR,
Wuppertal, Hammer, 1982.

J. MORLEY

The "nationwide" audience,
London, British Film Institute, 1980.

NOS

Kijken naar (kabel)kijkers (R84-354),
Hilversum, NOS, 1984.

L.P.H. SCHOONDERWOERD

Mediagebruik bij verruiming van het aanbod (voorstudies en achtergronden mediabeleid, M 4),
's-Gravenhage, Staatsuitgeverij, 1982.

M. SOUCHON

La télévision et son public (1974-1977),
Paris, La documentation française, 1978.

M. SOUCHON

Petit écran, grand public,
Paris, La documentation française, 1980.

N. WHITE

Inside television. A guide to critical viewing,
Palo Alto, Science and Behavior Books, 1981.

G. WILHOIT & H. DE BOCK (red.)

Mass communication review yearbook,
London, Sage, 1980.

J.M. WOBER

TV's menu: the viewer's order,
London, IBA, mei 1984.

J.M. WOBER & B. GUNTER

The winds of war. (Audiences, appreciation and opinions for television's most heavily promoted series),
London, IBA, april 1984.

ARTIKELS

NATIONAAL

C. FRAIPONT

La production vidéo commerciale dans la communauté française de Belgique,
In: *Videodoc*. (s.l.), (zjg.), (décembre/janvier 1982/1983), 57, blz. 13-19.

INTERNATIONAAL

I. ANG

Instant replay over de politiek van het televisiekijken,
In: *Journal of Broadcasting*. Columbus, jg. 27, (1983), 4, blz. 403-410.

B.A. AUSTIN

Portrait of an art film audience,
In: *Journal of Communication*. Philadelphia, Vol. 34, (winter 1984), 1, blz. 74-88.

S. BALL-ROKEACH (e.a.)

"Roots: the next generation" - Who watched and with what effect?
In: *Public Opinion Quarterly*. New York, jg. 45, (lente 1981), 1, blz. 58-68.

L.B. BECKER

Zweiweg-Kabelfernsehen und Publikums-Reaktionen,
In: *Rundfunk und Fernsehen*. Hamburg, jg. 30, (1982), 1, blz. 5-13.

E. BERG & B. FRANK

Film und Fernsehen. (Einstellungen und Verhalten der Bevölkerung zu Spielfilmen in Kino und Fernsehen),
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (zjg.), (1979), 3, blz. 144-157.

A. CASCINO

The viewing public of the serial,
In: *Rai, Prix Italia Venetie 1977*. Le feuillet en télévision, (1978), deel 1, blz. 271-278.

M. DARKOW

Le magnétoscope en République Fédérale Allemagne. Un complément de la télévision - et non un concurrent,
In: *Revue de l'UER*. Genève, Vol. 35, (juli 1984), 4, blz. 26-28.

W. DARSCHIN

Tendenzen im Zuschauerverhalten: Telescopie-Ergebnisse zur Fernsehnutzung im Jahre 1983,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (zjg.), (1984), 4, blz. 279-289.

U. DEHM

Fernsehunterhaltung aus der Sicht der Zuschauer,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (zjg.), (1984), 8, blz. 630-643.

P. ESPINOSA

The audience in the text. Ethnographic observations of a hollywood story conference,
In: *Media, Culture and Society*. London, Vol. 4, (january 1982), 1, blz. 77-86.

A. GAHLIN & G. WIGREN

Feature films on TV,
In: *Sveriges radio audience and programme research department*. (oktober 1980), Newsletter 3, blz. 4.

K.K. HUR & J.P. ROBINSON

A uses and gratifications analysis of viewing of "roots" in Britain,
In: *Journalism Quarterly*. Athens, Vol. 58, (winter 1981), 3, blz. 582-588.

M.R. LEVY

Home video recorders: a user survey,
In: *Journal of Communication*. Philadelphia, Vol. 30, (autumn 1980), 4, blz. 23-27.

PFIFFERLING, J. (e.a.)

Videoboom und Fernsehkonsum: Eine erste Zwischenbilanz,
In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (zjg.), (1983), 8, blz. 570-581.

C.L. ROBERTS

Attitudes on media use of the moral majority,
In: *Journal of Broadcasting*. Columbus, jg. 27, (1982), 4, blz. 403-410.

ROGGE, J.U.

Video und Familialer Medienalltag,
In: *Medien und Erziehung*. Leverkusen, jg. 27, (1983), 5, blz. 273-281.

A.M. RUBIN

Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations,
In: *Journal of Broadcasting*. Columbus, Vol. 27, (winter 1983), 1, blz. 53-68.

H. SANTY

Die Ausstrahlung von "Holocaust" durch die BRD,
In: *Rundfunk und Fernsehen*. Hamburg, (1980), 4, blz. 476-487.

J. THOVERON

Fabricating fictions: approaches to the study of television drama production,
In: *Communication*. Köln, jg. 6, (1980), Heft 1, blz. 17-32.

B. VERDONK

De mediagebruiker van de jaren negentig,
In: *Mediamarkt*. Amsterdam, jg. 1, (juni 1984), 5 blz. 23.

J. WIEDEMANN

"Fernsehen wird durch Video erst schön". Eine Synopse der Rundfunkeigenen Untersuchungen zum Videoverhalten,

In: *Media Perspektiven*. Frankfurt am Main, (zjg.), (1984), 9, blz. 706-714.

XXX

Holocaust in West-Europa,

In: *Rundfunk und Fernsehen*. Hamburg, (1980), 4, blz. 473-627.

XXX

De invloed van de TV-serie "Roots",

In: *Massacommunicatie*. Nijmegen, jg. 9, (februari 1979), 1, blz. 28-32.

**ADVERTEREN IN DIT
NUMMER**

Standaard
Boekhandel 16

Het Belang van
Limburg 49

Gemeentekrediet 50

**feiten
en
meningen
uit
de
media-
wereld**

KRIS VANSTAPPEN

EN

WIM VAN DER BIESEN

Op vrijdag 5 oktober 1984 vierde de Gentse socialistische krant VOORUIT zonder veel ruchtbaarheid haar honderdste verjaardag. De feestelijkheden gingen gepaard met een toespraak van professor Balthazar, waarin de geschiedenis van de krant toegelicht werd, en de opening van een retrospectieve tentoonstelling.

"Vooruit" verscheen voor het eerst op 31 augustus 1884. Het dagblad was een initiatief van de notoire Gentse socialistische leider Anseele.

FRANÇOIS TRUFFAUT overleed op zondag 21 oktober 1984 op 52-jarige leeftijd in Neuilly bij Parijs aan kanker.

Reeds als filmcriticus voor "Les cahiers du cinéma" was Truffaut bezeten door het filmmedium. als medewerker aan dit toenmalige avant-garde-filmtijdschrift ontwierp hij de zgn. "auteurstheorie": de regisseur is de belangrijkste persoon bij het draaien van een film.

Truffauts eerste film, "Les 400 coups", sloeg in als een bom en wordt algemeen beschouwd als de inzet van de Franse Nouvelle Vague. De jeugd bleef in het verdere oeuvre van Truffaut een belangrijke plaats innemen ("L'enfant sauvage"; "L'argent de poche").

Als andere, bekende films van deze te vroeg gestorven cineast kunnen we ondermeer vernoemen: "La nuit américaine", "Le dernier métro", "L'homme qui aimait les femmes", "Jules et Jim" en "Fahrenheit 451".

Sinds zondagmorgen 4 november 1984 heeft Frankrijk een vierde televisie-net, CANAL PLUS. Dit station is het eerste privézendinstituut in Frankrijk. Bovendien gaat het hier om betaal-televisie. Alle Fransen konden weliswaar op 4 november de geboorte van het station rechtstreeks op televisie volgen, maar wie de uitzendingen vanaf maandag wilde bekijken was verplicht zich een "decoder" aan te schaffen en een abonnement te betalen.

Naar schatting had Canal Plus bij de start 186.000 abonnees. Men hoopt dit aantal tegen eind 1987 op te kunnen drijven tot 1,5 miljoen. Nochtans hinderen een aantal "kinderziekten" het station: problemen met de "decoders", die technisch lamentabel van constructie waren en niet in voldoende aantallen konden aangemaakt worden, moeilijkheden met het aantrekken van de potentiële cliënten, een klacht van de Fran-

se vereniging ter verdediging van de auteursrechten en een staking van de werknemers van de Franse televisie waren evenveel remmen op een behoorlijk functioneren van Canal Plus als abonnee-televisiestation.

Canal Plus is bijna voortdurend in de ether. Tijdens de weekends wordt er 24 uur op 24 uitgezonden, terwijl er tijdens de weekdagen een korte, 4 uur durende onderbreking voorzien wordt.

Het station wordt door een twintigtal bedrijven financieel op de been gehouden, waaronder het door de overheid gecontroleerde mediaconcern Havas (37,13% van het aandelenpakket). Publiciteit wordt voorlopig van het scherm geweerd. De begroting voor het openingsjaar is op 5,5 miljard Bfr. vastgesteld.

Rond de erkenning van de VRIJE of NIET-OPENBARE RADIO'S stellen zich nog heel wat problemen. Zo zijn er in Vlaanderen slechts 332 frequenties beschikbaar voor 436 gegadigden. Ofwel moet men nu het vermogen (en dus het zendbereik) van bepaalde stations beperken, ofwel zullen sommige stations één frequentie met elkaar moeten delen, ofwel moeten een aantal vrije radio's terug geschrapt worden. Ondertussen heeft gemeenschapsminister POMA begin november 1984 de eerste vrije radio's erkend: het betreft 98 V.Z.W.'s uit de provincies Limburg en West-Vlaanderen. Deze kunnen nu hun zendvergunning aanvragen bij de minister van PTT, doch dan moeten ze over een zender beschikken die aan de RTT-normen voldoet en tevens moeten ze een technisch verantwoordelijke aanduiden die voor een RTT-examen geaagd is. Om de voorziene frequenties vrij te krijgen, zal men bovendien nog heel wat niet-erkende vrije radio's het zwijgen moeten opleggen. Eén en ander heeft voor gevolg dat de legalisatie van de niet-openbare radio's nog wel een jaartje op zich zal laten wachten.

Op 10 oktober 1984 keurde de Vlaamse regering het ONTWERP-DECREET i.v.m. de KABELTELEVISIE goed. Volgens dit ontwerp kan de Vlaamse Executieve aan allerlei niet-openbare televisieverenigingen (NOT's) de toestemming geven om audiovisuele programma's langs de kabel uit te zenden. Dit betekent dat zowel gewone omroepprogramma's lokaal, regionaal of

nationaal, als betaal- of abonneetelevisie en zelfs satelliet-televisie op de kabel kunnen toegelaten worden. Midden november gaf de raad van State een vernietigend advies over het "kabeldecreet", zodat alle werk van vooraf aan kon herbeginnen.

Er is heel wat herrie ontstaan rond de Waalse uitgeverij DUPUIS, die o.a. de weekbladen "Humo", "Téléoustique" en "Bonne Soirée", en de gekende stripbladen en -albums (Robbedoes, Guust Flater, de Smurven enz.) op de markt brengt. Begin oktober stonden twee ondernemingen klaar om 80% van de aandelen van de familie Dupuis op te kopen, nl. de Franse uitgeverijreus Hachette (48%) en de Belgische financiële holding Groep Brussel-Lambert (32%), die beide ook erg actief zijn in de audiovisuele sector. Nauwelijks een maand later bleek dat de familie Dupuis dat aandelenpakket liever wilde verkopen aan twee andere gegadigden, nl. de Franse groep Les Editions Mondiales (55%) en de eveneens Franse AB Productions van Claude Berra (25%). Deze laatste zouden een bod gedaan hebben dat 100 miljoen Bfr. hoger lag dan dat van Hachette - GBL. Wegens allerlei betwistingen heeft de rechtbank de aandelen-Dupuis voorlopig onder sekwestre geplaatst.

Volgens het personeel moet de groep Dupuis één geheel blijven met het beslissingscentrum in België en niet in Frankrijk.

Op vrijdag 14 november werd in het Vlaams culturele centrum De Brakke Grond in Amsterdam een ééndagstentoonstelling georganiseerd rond WILLY VANDERSTEENS 200e Suske en Wiske-album "Amoris van Amoras". De expositie toonde ondermeer de originele tekeningen van een van de eerste Suske en Wiske-albums, "De Zwarte Madam", dat in 1949 van de persen rolde. Om het stripgebeuren nog meer te promoveren organiseert Standaard Uitgeverij nu een tweemaaljaarlijkse "Willy Vandersteenprijs", die zal toegekend worden aan een tekenaar of tekenares, die naar het oordeel van de jury het meest belovende, van oorsprong Nederlandstalige en nog niet in album verschenen stripverhaal heeft getekend.

Op 15 november 1984 verscheen het eerste

nummer van het nieuwe Weekblad "DAG ALLEMAAL", dat tegen een vrij lage prijs (20 Bfr.) op de markt wordt gebracht door de uitgeverij Sparta. Met een startoplage van 150.000 exemplaren richt de nieuwe publicatie zich "tot iedereen in het algemeen en tot de jongere vrouw van 20 tot 40 in het bijzonder".

Een dertigtal bekende Europese cineasten, waaronder Michelangelo Antonioni, Bernardo Bertolucci, Kenneth Loach, Costa Gavras en Volker Schlöndorff discussieerden in de maand november te Parijs, onder auspiciën van de Franse minister van Cultuur Jack Lang, over de TOEKOMST van de EUROPESE FILMINDUSTRIE. De conclusies van deze bijeenkomst waren zonder meer alarmerend. Eén op twee West-Europeanen gaat nooit naar een Europese film kijken. De Europese producties zullen in de komende 10 jaar verdrinken in de vloed van Amerikaanse bioscoopproducten, indien de regeringen van de Europese landen op dit vlak hun verantwoordelijkheid niet snel opnemen. Minister Jack Lang kondigde in dit verband aan dat hij de discussie over de Europese filmproductie-problematiek op Europees niveau zou opstarten.

Als contrast met de aanslepende mijnstaking was de VERKOOP van 50,2% van de aandelen van het Britse voormalige staatstelecommunicatiebedrijf BRITISH TELECOM een onvervalst succes voor de Britse regering. Deze privatisering vond plaats in de week van 20 tot 28 november. De ongekend grote aandelen-emissie bracht zonder moeite de voorziene 300 miljard Bfr. op. Het merendeel van de op de markt gebrachte aandelen werd verkocht aan kleine investeerders.

Aan de emissie gingen 4 jaar planning en een campagne van 1,6 miljard Bfr. vooraf. Vermits men zich vooral op de "man in de straat" richtte, bedacht het bankiershuis Kleinwort Benson, het brein achter de operatie, een vernuftig stelsel van "lokkertjes" om de gewone man en vrouw over de streep te halen. Kortingen op telefoonrekeningen bij aankoop, mogelijkheden van afbetaling en een bijzonder interessant aanbod aan de werknemers van British Telecom zelf bleken inderdaad succesvolle initiatieven.

Bij het socialistische blad "DE MORGEN" blijven de MOEILIKHEDEN voortduren; ze worden zelfs steeds uitzichtlozer. Toen de directie einde november 1984 aan het personeel vroeg om 7% op het brutoloon in te leveren en aldus "tegenwoordig te komen aan de financiële moeilijkheden van het bedrijf", werd dit categoriek geweigerd. Het personeel is tevens van mening dat "de mensen die het bedrijf verlieten moeten vervangen worden" en dat "er moet geïnvesteerd worden in een betere en bredere krant". Eén en ander had tot gevolg dat de relaties tussen directie, aandeelhouders, hoofdredacteur en personeel erg vertroebeld werden.

Op 30 november sloten de beide uitgevergroepen - Onafhankelijke Televisie Vlaanderen (O.T.V.) en de Vlaamse Media Maatschappij (V.M.M.) - een beginselakkoord om samen een COMMERCIELE TV-ZENDER op te richten. Hun voornaamste voorwaarde luidt echter dat hun net een wettelijk vastgelegd monopolie op televisiereclame moet krijgen. Daar er nog diverse wetten, decreten en Koninklijke Besluiten moeten gewijzigd worden, zowel op het stuk van de etherreclame als op dat van de techniek, zal een derde (commercieel) televisienet ten vroegste in 1986 kunnen starten.

Het heeft er even slecht uitzien voor de Franse prestigekrant LE MONDE. Een dalende verkoop, saneringsplannen die opdoken en weer verdwenen, stakingen en tenslotte, als klap op de vuurpijl, het ontslag van André Laurens, directeur van het dagblad, waren de aanleiding tot verregaande en zeer pessimistische voorspellingen.

Le Monde kampt met een tekort van meer dan 450 miljoen Bfr, ondermeer als gevolg van de gedaalde oplage van de krant, die in drie jaar tijd 100.000 van haar 500.000 lezers verloor. Financiële reorganisaties en pogingen tot modernisering stuitten al in het verleden op grote weerstand, en bleven, als halfslachtige compromissen, dan ook vaak zonder resultaat. De krant wordt gekenmerkt door een strenge opmaak, wat inhoudt dat principieel bij de artikels geen foto's afgedrukt worden.

Tot 1980 kende de krant vrijwel geen problemen en ondanks alles blijft zij nog steeds het Franse kwaliteitsblad met de grootste verspreiding. Velen menen evenwel dat de traditioneel linksgeoriënteerde

Le Monde met de verkiezing van de socialist François Mitterand tot Franse president een vergiftigd geschenk toegeschoven kreeg.

De vacature, ontstaan na het ontslag van André Laurens, die zijn lot verbonden had aan een verworpen saneringsplan, werd opgevuld door André Fontaine, die met grote meerderheid aangeduid werd door de journalisten en de aandeelhouders van de krant.

De BRT-DOTATIE voor 1985 werd door gemeenschapsminister Poma met 271 miljoen Bfr. verminderd en bedraagt nu 5.034,5 miljoen Bfr., wat ongeacht de inflatie 35,5 miljoen minder is dan in 1984 en 660 miljoen minder dan de ontwerpbegroting. De voorziene toelage bedraagt nauwelijks 56% van het Vlaamse kijk- en luistergeld (ruim 9 miljard in 1985) en ligt 200 miljoen lager dan het RTBF-budget. Volgens de raad van beheer zal de BRT in die omstandigheden "z'n wettelijke verplichtingen niet meer kunnen nakomen in 1985". Ook wordt er aan gedacht om niet-wettelijk verplichte opdrachten (zoals de schooltelevisie, de sponsoring van het Festival van Vlaanderen enz.) af te stoten. Ter vergelijking: het Zwitserse omroepbudget bedraagt het dubbele, en het Zweedse en het Nederlandse zelfs het driedubbele van dat van de BRT.

De machtige Franse persmagnaat, ROBERT HERSANT, die in Frankrijk reeds 38 krantentitels bezit en die sinds 1983 ook beheerder is van de N.V. Rossel ("Le Soir"), heeft begin november 1984 een meerderheidsparticipatie verworven in het katholieke Henegouwse blad LE RAPPEL (en z'n nevenuitgaven "L'Echo du Centre" en "Le Journal de Mons"). Nauwelijks een maand later kocht Hersant het liberale blad LA PROVINCE op, een nevenuitgave van "La Nouvelle Gazette" voor de streek van Bergen. Als men er rekening mee houdt dat hij reeds eigenaar is van de belangrijke Noord-Franse krant "Nord-Eclair", die een speciale editie heeft voor het Henegouwse, mag men rustig stellen dat de Franse persmagnaat de dagbladpers in deze provincie domineert en dat de Franse greep op de Waalse pers onrustwekkend groot.

De Régie générale de Presse, de uitgeefster van o.a. "La Libre Belgique" en "La Dernière Heure", heeft in december 1984 een meerderheid verworven in het Duitstalige blad GRENZ-ECHO, dat al enkele jaren verlieslatend is. Na een staking van het niet-journalistiek personeel en na onderhandelingen met de directie is beslist dat de krant in haar huidige vorm zal blijven verschijnen en verder in Eupen zal gedrukt worden. Aanvankelijk was men van plan "Grenz-Echo" te Verviers te drukken op de persen van LE JOUR, dat in juli II. ook al door de Brusselse groep Régie générale de Presse werd overgenomen. Door deze "verhuizing" zouden zes drukkers hun job verloren hebben.

In december 1984 werd in Amsterdam de STICHTING HET PERSINSTITUUT opgericht. Doel van het instituut is het leveren van een bijdrage tot wetenschappelijke studie, onderzoek, documentatie en opleiding op het gebied van de openbare communicatie en informatievoorziening.

De Stichting neemt de plaats in van twee bestaande instellingen: het Instituut voor Perswetenschap aan de Universiteit van Amsterdam en de Nederlandse Persbibliotheek in Amsterdam. De nieuwe Stichting, die meer onderlinge samenhang in de werkzaamheden wenst te brengen, betreft daar ook de Vrije Universiteit in Amsterdam bij. Samenwerking met andere instituten voor wetenschappelijk onderwijs wordt in de toekomst niet uitgesloten.

Op 28 december 1984 overleed in het Gentse Academisch Ziekenhuis WALTER CABUS, hoofdredacteur van het christendemocratische dagblad Het Volk, op 64-jarige leeftijd.

Walter Cabus werd te Mechelen geboren op 9 februari 1920. In 1945 trad hij in dienst bij Het Volk, toen de krant na de bezetting opnieuw werd uitgegeven. Tot 1968 was hij chef-buitenland, daarna hoofdredacteur. Daarnaast was Walter Cabus jarenlang lid van het bestuur van de Beroepsunie der Belgische Journalisten en voorzitter van de Bond der Katholieke Journalisten.

uit de tijdschriften

THE QUARTERLY JOURNAL OF SPEECH

Uitgegeven door:
Speech Communication Association,
5105 Backlick Road, Annandale, VA 2203
ISSN 0033-5630

Vol. 70, nr. 4, November 1984.

Philip WANDER, *The Rhetoric of American Foreign Policy*, 339.
Michael WEILER, *The Rhetoric of Neo-Liberalism*, 362.
Josina M. MAKAU, *The Supreme Court and Reasonableness*, 379.
Alan G. GROSS, *Public Debates as Failed Social Dramas: The Recombinant DNA Controversy*, 397.
Celeste Condit RAILSBACK, *The Contemporary American Abortion Controversy: Stages in the Argument*, 410.
Randall A. LAKE, *Order and Disorder in Anti-Abortion Rhetoric: A Logological View*, 425.
Christine ORAVEC, *Conservationism vs. Preservationism: The "Public Interest" in the Hetch Hetchy controversy*, 444.

JOURNALISM QUARTERLY

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

Vol. 61, nr. 2, Summer 1984.

James B. LEMERT, *News Context and the Elimination of Mobilizing Information: An Experiment*, 243.
Gina M. GARRAMONE, *Voter Responses to Negative Political Ads*, 250.
Kim A. SMITH, *Perceived Influence of Media on What Goes on in a Community*, 260.
David Paul NORD, *The Business Values of American Newspapers: the 19th Century Watershed in Chicago*, 265.
Maurine BEASLEY, *Eleanor Roosevelt's Press Conferences: Symbolic Importance of a Pseudo-Event*, 274.
Robert M. OGLES and Herbert H. HOWARD, *Father Coughlin in the Periodical Press, 1931-1942*, 280.
Marc G. WEINBERGER, Chris T. ALLEN and

William R. DILLION, *The Impact of Negative Network News*, 287.
Douglas A. BOYD and Ali M. NAJAI, *Adolescent TV Viewing in Saudi Arabia*, 295.
J.P. HENNINGHAM, *Comparisons Between Three Versions of the Professional Orientation Index*, 302.
William A. TILLINGHAST, *Slanting the News: Source Perceptions After Changes in Newspaper Management*, 310.
Joey REAGAN, *Effects of Cable Television on News Use*, 317.
Leo W. JEFFRES, *Public vs. Private: Attitudes Toward Ownership of Cable TV Systems*, 325.
Robert E. HURD and Michael W. SINGLETARY, *Newspaper Endorsement Influence on the 1980 Presidential Election Vote*, 332.
Carolyn MARTINDALE, *Newspaper and Wire-Service Leads in Coverage of the 1980 Campaign*, 339.
David H. OSTROFF and Karin SANDELL, *Local Station Coverage of Campaigns: A Tale of Two Cities in Ohio*, 346.
Timothy F. GRAINEY, Dennis R. POLLACK and Lori A. KUSMIEREK, *How Three Chicago Newspapers Covered the Washington-Epton Campaign*, 352.
James B. WEAVER, Christopher J. PORTER and Margaret E. EVANS, *Patterns in Foreign News Coverage on U.S. Network Television: A 10-Year Analysis*, 356.
Connie M. KRISTIANSEN and Christina M. HARDING, *Mobilization of Health Behavior by the Press in Britain*, 364.
Ronald J. FABER and Thomas C. O'GUINN, *Effect of Media Advertising and Other Sources on Movie Selection*, 371.
Lea J. LUNDBURG, *Comprehensiveness of Coverage of Tropical Rain Deforestation*, 378.
Frederick FICO, *The 'Ultimate Spokesman' Revisited: Media Visibility of State Lawmakers*, 383.
Churchill ROBERTS and Sandra H. DICKSON, *Assessing Quality in Local TV NEWS*, 392.
GREG STEFANIAK, *Indiana Legal Leaders' Perceptions of Camera Trial Access Arguments*, 339.
George ZINKHAM and Edward BLAIR, *An Assessment of the Cloze Procedure as an Advertising Copy Test*, 404.
Phillippe C. GERACI, *Newspaper Illustrations and Readership: Is USA TODAY on Target?* 409.
James BOW and Ben SILVER, *Effects of Herbert v. Lando on Small Newspapers and TV Stations*, 414.
James G. WEBSTER, *Cable Television's Impact on Audience for Local News*, 419.
Michael D. SHERER, *Invasion of Poland Photos in Four American Newspapers*, 422.
George E. STEVENS, *Unauthorized Use of a Newspaper's Name*, 426.
Tsan-Kuo CHANG, *How Three Elite Papers*

Covered Reagan China Policy, 429.
K. Tim WULFEMEYER, *Perceptions of Viewer Interest by Local TV Journalists*, 432.
Gary B. WILCOX and Sandra E. MORIARTY, *Humorous Advertising in the Post, 1920-1939*, 436.
Leonard N. REID, Hebert J. ROTFELD and James H. BARNES, *Attention to Magazine Ads as Function of Layout Design*, 439.

RUNDFUNK UND FERNSEHEN

Wissenschaftlich Vierteljahresschrift
Uitgegeven door:
Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen an der Universität Hamburg.
Heimhuderstrasse 21, D-2000 Hamburg 13
ISSN 0035-9874

Jg. 32, Heft 3, 1984.

Manfred LAHNSTEIN, *Was uns Verleger im Fernsehen bieten können*, 289.
Martin STOCK, *Anmerkungen zu den Entwürfen eines Rundfunkgesetzes für das Land Schleswig-Holstein*, 299.
Klaus SCHÖNBACH und Werner FRÜH, *Der dynamisch-transaktionale Ansatz II: Konsequenzen*, 314.
Jürgen PROTT, *Rationalisierung von Arbeit und Freizeit - Verlust kommunikativer Kompetenz?* 330.
Ursel KÖBBERLING, *Eskimo-Fernsehen im Norden Kanadas*, 341.
Niedersächsisches Landesrundfunkgesetz, 348.
Monopolkommission: Wettbewerbsprobleme bei der Verbreitung der Neuen Medien, 363.
Kommission der Europäischen Gemeinschaften: Fernsehen ohne Grenzen. Grünbuch über die Errichtung des Gemeinsamen Marktes für den Rundfunk, insbesondere über Satellit und Kabel. Grundlinien, 379.

MEDIEN UND ERZIEHUNG

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

Markus SIEBER: *Videoclips - Ökonomie, Ästhetik und soziale Bedeutung*, 194.
 Wolfgang BRUDNY: *Überlegungen zum Musik-Konsum Jugendlicher*, 202
 Fred SCHELL, Bernd SCHORB: *Spaß am Spiel. Pädagogische Bemühungen zum Umgang mit Telespielen*, 207.
 Christiane LEITHARDT, Walter Bannert: *Die Erben*, 217.
 Margret KÖHLER, Lawrence Kasdan: *Der große frust*, 220.
 Roland WEINICKE, Bob Fosse: *Star 80*, 222.
 Holger TWELE, Nino Jacusso, Franz Rickenbach: *Klassengeflüster*, 225.
 Ortwin THAL, Alfred Hitchcock: *Vertigo - Aus dem Reich der Toten*, 227.
 Peter KREMSKI, Alain Robbe-Grillet: *Die schöne Gefangene*, 231.

Jg. 28, Heft 5, 1984.

Jan-Uwe ROGGE: *Über Aneignung und Faszination von Horrorfilmen*, 258.
 Georg HARTWAGNER: *Warenästhetik als wahre Ästhetik. Anmerkungen zu gewalthaltigen Bildern auf Schallplattenhüllen*, 270.
 Rüdiger MEIK: *Udo Lindbergs Rocktexte und der Jugendjargon*, 281.
 Christiane LEITHARDT, Stan Lathan: *Beat Street*, 288.
 Peter KREMSKI, Steven Spielberg: *Indiana Jones und der Tempel des Todes*, 293.
 Jörg BOCKOW, Alfred Hitchcock: *Das Fenster zum Hof*, 298.

Jg. 28, Heft 6, 1984.

Diskussion: Hat die Medienpädagogik eine Chance, die «Neuen Medien» in den Griff zu bekommen? (Teil I) Stellungnahmen von Dieter Baacke, Franz Dröge, Peter Glotz, Hans-Dieter Kübler, Ulla Post, Hans Schiefele. 322.
 Meinhard PRILL, Peter Greenaway: *Der Kontrakt des Zeichners*, 343.
 Roland WEINICKE, Federico Fellini: *Fellini's Schiff der Träume*, 349.
 Margret KÖHLER, Rolf Schübel: *Nachruf auf eine Bestie*, 352.
 Stijepo PAVLINA, Johann Feindt: *Der Versuch zu leben*, 355.
 Konrad HERBIG, Arbeitslos, nichts mehr los?, 356.
 Margret KÖHLER, 1 Lovesong, 356.
 Konrad HERBIG, Fröhliches Sterben, 357.
 Konrad HERBIG, Wir gehen zusammen, 357.
 Günther ANFANG: *Videofilmen mit Jugendgruppen*, 358.

JOURNAL OF COMMUNICATION

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

Peter R. MONGE, Richard V. FARACE, Eric M. EISENBERG, Katherine I. MILLER, and Lynda L. WHITE, *The Process of Studying Process in Organizational Communication*, 22.
 Vincent P. NORRIS, *Mad Economics: An Analysis of an Adless Magazine*, 44.
 Vicky S. FREIMUTH, Rachel H. GREENBERG, Jean DEWITT, and Rose Mary ROMANO, *Covering Cancer: Newspapers and the Public Interest*, 62.
 Bruce A. AUSTIN, *Portrait of an Art Film Audience*, 74.
 Edmund P. KAMINSKI and Gerald R. MILLER, *How Jurors Respond to Videotaped Witnesses*, 88.
 John DIMMICK and Eric ROTHENBUHLER, *The Theory of the Niche: Quantifying Competition Among Media Industries*, 103.
The Global Flow of Information: Trends and Patterns, 120.
The «World of the News» Study, 121.
 Annabelle SREBERNY-MOHAMMADI, *Results of International Cooperation*, 121.
 Robert L. STEVENSON, *Pseudo Debate*, 134.
 Kaarle NORDENSTRENG, *Bitter Lessons*, 138.
 Tapio VARIS, *The International Flow of Television Programs*, 143.
 Rolf T. WIGAND, Carrie SHIPLEY, and Dwayne SHIPLEY, *Transborder Data Flow, Informatics, and National Policies*, 153.
The NBC Study and Television Violence, a book review exchange between David A. Keny and J. Ronald Milavsky, Ronald C. Kessler, Horst H. Stipp, and William S. Rubens, 176.

Vol. 34, nr. 2, Spring 1984.

Richard W. POLLAY, *The Languishing of "Lydiametrics": The Ineffectiveness of Econometric Research on Advertising Effects*, 8.
 Eddie C. Y. JUO, *Mass Media and Language Planning: Singapore's "Speak Mandarin" Campaign*, 24.
 Donald R. BROWNE, *Alternatives for Local and Regional Radio: Three Nordic Solutions*, 36.
 Mark R. LEVY and Edward L. FINK, *Home Video Recorders and the Transience of Television Broadcasts*, 56.
Lessons from Videogames and Media: Effects on the Young, 72.
 Jerome L. SINGER, Dorothy G. SINGER, and Wanda S. RAPACZYNSKI, *Family Patterns and Television Viewing as Predictors of Children's Beliefs and Aggression*, 73.
 Joanne CANTOR and Glenn G. SPARKS, *Children's Fear Responses to Mass Media: Testing Some Piagetian Predictions*, 90.
 Mark FETLER, *Television Viewing and School Achievement*, 104.
 Gavriel SALOMON and Tamar LEIGH, *Predictions about Learning from Print and Television*, 119.
 Joseph R. DOMINICK, *Videogames, Television Violence, and Aggression in Teenagers*, 136.
 Gary W. SELNOW, *Playing Videogames: The Electronics Friend*, 148.
 Charles ATKIN, John HOCKING, and Martin BLOCK, *Teenage Drinking: Does Advertising Make a Difference?*, 157.

Stanley J. BARAN and Vincent J. BLASKO, *Social Perceptions and the By-Products of Advertising*, 12.
 Klaus KRIPPENDORFF, *An Epistemological Foundation for Communication*, 21.
 Richard A. WINETT, Ingrid N. LECKLITER, Donna E. CHINN, and Brian STAHL, *Reducing Energy Consumption: The Long-Term Effects of a Single TV Program*, 37.
 Richard B. DU BOFF, *The Rise of Communications Regulation: The Telegraph Industry, 1844-1880*, 52.
 Alan M. RUBIN, *Ritualized and Instrumental Television Viewing*, 67.
 Terrance L. ALBRECHT and Vickie A. ROPP, *Communicating about Innovation in Networks of Three U.S. Organizations*, 78.
 Bert PRYOR and Raymond W. BUCHANAN, *The Effects of a Defendant's Demeanor on Juror Perceptions of Credibility and Guilt*, 92.
Studies on Sex and Violence, 100.
 David P. PHILIPPS and John E. HENSLY, *When Violence is Rewarded or Punished: The Impact of Mass Media Stories on Homicide*, 101.
 Neil M. MALAMUTH and Victoria BILLINGS, *Why Pornography? Models of Functions and Effects*, 117.
 Daniel LINZ, Edward DONNERSTEIN, and Steven PENROD, *The Effects of Multiple Exposures to Filmed Violence Against Women*, 130.
 Joseph W. SLADE, *Violence in the Hard-Core Pornographic Film: A Historical Survey*, 148.
 George GERBNER, *Science or Ritual Dance? A Revisionist View of Television Violence Effects Research (an essay review)*, 164.

DE PERS - LA PRESSE

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

Jg. 29, nr. 3 (115), augustus 1983.

Jean Valschaerts *décédé*, 1.
 Lloyd Anversois 125 jaar, 2.
 Telepress voor kranten, 4.
 Visite ministérielle à Mediatel, 7.
 Margaret BORIBON, *Télépress pour les journaux*, 8.
 Editel, 10.
 Journée mondiale des Télécommunications à Lessive, 13.
 Wereldjaar voor de Communicaties, 16.
 Federatie van Belgische dagbladen, 19.
 Initiation aux relations publiques, 20.
 Avis du conseil professionnel du papier, 21.
 Studiedag Mediarecht, 22.
 Nouvelle étude multi-média, 23.
 11e Symposium Management & Marketing, 24.
 Les ateliers rédactionnels de l'IFRA, 26.

Jg. 29, nr. 4 (116), december 1983.

Nouvelle campagne de promotion pour le journal, 1.

Ook Kuifje leest de krant, 3.
La presse et les tarifs postaux, 6.
De pers en de posttarieven, 7.
La Libre Belgique: un siècle, 8.
Overheidsreclame, 11.
Nieuwe internationale drukkersvereniging, 12.
Benoemingen bij het agentschap Belga, 13.
NDP 75 jaar op de bres, 14.
Congrès de la F.I.E.J., 17.
Résolutions de la F.I.E.J., 24.
Voyage d'étude en Finlande, 27.

Jg. 30, nr. 1 (117), februari 1984.

De Belgische dagbladen in cijfers, 3.
Revue de l'année 1982/83, 7.
Jaaroverzicht 1982/83, 12.
Statistieken, persprijzen, 17.
Persorganisaties, 45.
Belgische dagbladen, 85.
Dagbladcombinaties, 169.
Dagbladen uit G.H.D. Luxemburg, 815.
Weekbladen, 193.
Erkende beroepsjournalisten, buitenlandse correspondenten, persattachés, 277.
bliciteit, allerlei organisaties, onderwijs, 3.

Jg. 30, nr. 2 (118), mei 1984.

F.I.E.J.: réunion du Bureau exécutif à Bruxelles, 1.
Pour une liberté d'entreprendre en matière d'information, 8.
Nieuwe voorzitter Bedrijfsraad Papier, 14.
De grafische beroepen: Uw toekomst, 15.
Raymond Herrebout overleden, 16.
Décès de Albert Devigne, 17.
Het Laatste Nieuws bekroond, 17.
Congrès Européen de Relations Publiques, 17.
Les agences-conseils en publicité en 1983, 18.
Symposium Management & Marketing, 19.
Het Europese Parlement en het dagbladpapier, 20.
La presse écrite française en 1984, 22.

Jg. 30, nr. 3 (119), september 1984.

La nouvelle rotative de La Wallonie, 1.
Jos T'SEYEN, Martin W. GOODMAN, Gustave THIBON, Jacques SEQUELA, *Dagelijks kleur het dagblad*, 3.
La hausse des tarifs postaux, 13.
Orrust over stijgende posttarieven, 16.
Le Roi et La Reine ont visité Grenz-Echo, 17.
Federatie van Belgische Dagbladen, 18.
Dagbladuitgevers kiezen nieuwe beheerders, 19.
Juffrouw Jannie presenteert de mode, 19.
Internationale krant in de klasweek, 21.
Initiation pratique aux relations publiques, 22.
37° congrès de la F.I.E.J., 23.
M. BORIBON, *Les quotidiens français et la télématique*, 33.

CAHIERS DU CINEMA

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

Nr. 362-363, septembre 1984.

SPÉCIAL «MADE IN HONG-KONG»
EDITORIAL: Destination Hong-Kong, 5.
Brève histoire d'une colonie. Parlons pinyin.
Fréquentation: quelques chiffres. Hong-Kong transit. 1887: l'échéance Paris-Hollywood-Hong-Kong. L'île mystérieuse, 6.
AUTEURS
Olivier ASSAYAS, *King Hu: géant exilé. Entretien avec King Hu*, 15.
Charles TESSON, *Liu Chia-Liang, les 120 journées de Shaolin. Entretien avec Liu Chia-Liang*, 31.
Michael Hui: *Il fait rire toute l'Asie (Entretien)*. Michael Hui de A à Z, 36.
ARTS MARTIAUX
Lau SHING-HON, *La saga du kung-fu*, 45.
Le temple de Shaolin et sa généalogie, 48.
Olivier ASSAYAS, *Chang Cheh, l'ogre de Hong-Kong*, 50.
Charles TESSON, *Profession: Instructeur d'arts martiaux: Han Yingjie, The Big Boss*, 56.

LE SYSTÈME DES STUDIOS

Tony RAYNS, *La véritable histoire des frères Shaw. Une heure avec Sir Run Run*, 59.
Charles TESSON, *Chu Yuan; un cinéaste au service des studios: Métro, Shaw, Dodo*, 71.
Olivier ASSAYAS, *Golden Harvest; l'irrésistible ascension de Raymond Chow. Une major dans le pacifique: entretien avec Raymond Chow*, 77.
Olivier ASSAYAS, *Cinema City: Mak Kar, la formule miracle*, 86.
Charles TESSON, *Les studios «gauchistes»: Phoenix prêt pour 1997*, 90.
Charles TESSON, *Elle a produit Boat People: les 1001 ruses de Xia Meng*, 92.
NOUVELLE VAGUE
Olivier ASSAYAS, *La génération de 1997*, 99.
Ann Hui chez les Shaw: le contrat, 102.
Allen Fong: *Du bon usage de la télévision*, 108.
Le système Tsui Hark: Tradition + effets spéciaux, 112.

Nr. 364, octobre 1984.

METHODES DE TOURNAGE: RIVETTE, ROHMER, STRAUB-HUILLET
Alain BERGALA, *La méthode*, 6.
Alain BERGALA et Alain PHILIPPON, *Les Nuits de la pleine lune: Eric Rohmer, la grâce et la rigueur*, 8.
Marc CHEVRIE, *L'Amour par terre: Jacques Rivette, la ligne et l'aventure*, 18.
Alain BERGALA, *Amerika/Rapports de classe: Straub-Huillet, la plus petite planète du monde*, 26.
Entretien avec Jean-Marie Straub et Danièle Huillet: Quelque chose qui brûle dans le plan, 32.
TOURNAGE: YOUSSEF CHAHINE TOURNE ADIEU BONAPARTE
Serge TOUBIANA, *Chahine à la conquête de Bonaparte*, 60.
CRITIQUES
Alain PHILIPPON, *Le fantôme de la liberté (Les Nuits de la pleine lune)*, 38.
Marc CHEVRIE, *Masques et prodiges (L'Amour par terre)*, 41.
Alain BERGALA, *Filmer Kafka (Amerika/Rapports de classes)*, 42.
Hervé LE ROUX, *Le ressuscité d'Uzès*

(L'Amour à mort), 45.

Charles TESSON, *Un homme est passé (Le Futur est femme)*, 49.
Charles TESSON, *Kali, déesse et femme (La Déesse)*, 50.

Nr. 365, novembre 1984.

«AMADEUS» DE MILOS FORMAN
Serge TOUBIANA, *Le regard du sourd*, 5.
Serge TOUBIANA, *Chaque personnage à ses raisons: Entretien avec Milos Forman*, 9.
«1984» DE MICHAEL RADFORD
Marc CHEVRIE, *1984, année zéro*, 15.
Jean-Paul CHAILLET, *Un Anglais et le continent: Entretien avec Michael Radford*, 19.
Portrait de John Hurt et Winston Smith, 23.
«LES MEMOS DE DAVID O. SELZNICK»
Serge TOUBIANA, *Eloge de D.O.S.*, 25.
Alain BERGALA, *L'Homme cinéma*, 29.
RENCONTRES
Philippe Garrel *Rencontre Leos Carax: Dialogue en apesanteur*, 37.
FESTIVAL DE VENISE
Claude LA SALLA, *Au fil de l'eau*, 41.
TOURNAGE: «ISHIMA» DE PAUL SCHRADER
Don RANVAUD, *Une journée dans la vie de Mishima*, 63.
CRITIQUES
Hervé LE ROUX, *Allen et Woody (Broadway Danny Rose)*, 47.
Charles TESSON, *Sex Machine (Maria's Lovers)*, 48.
Alain PHILIPPON, *Qu'as-tu fait de ta jeunesse? (Les Yeux la bouche)*, 50.
Marc CHEVRIE, *Soigne ton gauche (Côté coeur, côté jardin)*, 51.
Charles TESSON, *Mais qui va tuer Harry? (Sudden impact)*, 52.
Charles TESSON, *Photocopie (Indiana Jones)*, 53.
Vincent OSTRIA, *Bout de ficelle (Le Corde)*, 54.

Nr. 366, décembre 1984.

LETTE DE HOLLYWOOD: «COTTON CLUB»
F.F. COPPOLA
Bill KROHN, *Coppola des Studios Zoetrope aux Studios Astoria*, 5.
ENTRETIEN AVEC CATHERINE DENEUVE
Marc CHEVRIE et Danièle DUBROUX, *Les jeux de l'instinct et du hasard*, 11.
CHABROL TOURNE «POULET AU VINAIGRE»
Vincent OSTRIA et Claude DYTIVON, *«Facteur, tu te dépêches!»*, 18.
GODARD TOURNE «DETECTIVE»
Alain BERGALA et Caroline CHAMPETIER, *La Godard's Touch*, 22.
CINEMA INDEPENDANT NEW-YORKAIS
Hervé LE ROUX, *New York-Paris, Paris-New York: Hôtel New York (Jackie Raynal) et Stranger than Paradise (Jim Jarmusch)*, 24.
Jean-Marie FRODON, *Entretien avec Edgar Reitz: L'Allemagne se souvient*, 38.
VICTOR SJÖSTRÖM
Yann LARDEAU, *Le monde des non-A*, 42.
DU NOUVEAU DANS LE CINEMA DE TAIWAN
Olivier ASSAYAS, *Notre reporter en République de Chine*, 57.
CRITIQUES
Hervé LE ROUX, *Terra Amata (Le Pays où Révent les fourmis vertes)*, 48.
Vincent Ostria, *L'ombre d'un Dutt (Fleurs de papier)*, 49.
Antoine DE BAEQUE, *Balla, le pousseur, Balla l'ingénieur (Barla)*, 50.

uit de literatuur

NIEUWE MEDIA

X.,
L'informatisation Documentaire en France,
La Documentation Française, Paris, 1983, 143 blz.

Dit werk is een verzameling van een tiental bijdragen over gespecialiseerde documentaire databanken in Frankrijk. Het kwam tot stand op initiatief van L'Association Française des Documentalistes et des Bibliothécaires Spécialisés.

Er worden verschillende aspecten van het onderwerp belicht: technische, economische en sociale; het werk bevat beschouwingen en analyses over de evolutie en de mogelijke gevolgen van de documentaire informatica. In een bijlage wordt in het bijzonder ingegaan op Franse gegevensbanken over industrie, biotechnologie, economie, landbouwkunde en recht.

D.D.G.

Harry J. OTWAY, Malcolm PELTU (ed.),
New Office Technology, Human and Organizational Aspects,
Frances Pinter, London, 1983, 243 blz.

Het effect van nieuwe technologie op kantoor en administratie (ook bureautica genoemd) zal grotendeels afhangen van de manier waarop deze noviteiten op menselijk en organisatorisch vlak worden aangepakt. Dit boek geeft een klare kijk op de wijze waarop deze nieuwe technologie het kantoorwerk op alle echelons kan beïnvloeden. De bijdragen zijn van dertien verschillende specialisten en behandelen de materie vanuit een (populair) technische, sociologische en psychologische gezichtshoek. Er wordt vooral ingegaan op het (mogelijk) veranderend rollenpatroon binnen de bedrijven dat als gevolg van de bureautica-ontwikkelingen zou kunnen ontstaan. Ook wordt veel aandacht besteed aan de ergonomische aspecten van beeldschermwerk.

D.D.G.

Marcel MAURICE, Edward PHILLIPS, Hans-Ludwig SCHERFF (ed.),
The Impact of New Technologies on Publishing,
K.G. Sauer, London, München, New York, Paris, 1980, 195 blz.

In november 1979 organiseerde de Commissie van de Europese Gemeenschap een symposium over de invloed van nieuwe (communicatie)technieken op de traditionele drukkers- en uitgeverwereld.

Hierover werd in 1980 een bundel uitgegeven. Het eerste deel bevat zeven referaten over computers, tekstprocessors, satellieten, videotex en datanetten (Euronet Diane). In vrijwel alle bijdragen wordt wel een overzicht gegeven van de stand van zaken van deze innovaties, maar wordt de invloed ervan op het uitgeven van kranten, tijdschriften of boeken slechts sporadisch beklemd.

Een tweede deel bevat een verslag van de discussies die rond bepaalde thema's in verschillende deelgroepen plaatsvonden. Daaruit komen de standpunten en toekomstverwachtingen van uitgevers, drukkers en auteurs duidelijk tot uiting. De discussieverslagen zijn spijtig genoeg niet gestoffeerd en gefundeerd met wetenschappelijk onderzoek over deze materie.

D.D.G.

Michael SCHMIDBAUER,
Kabelkommerz oder Kommunikationsgesellschaft? Ein Amerikanisches System im Schlaglicht,
K.G. Sauer, München, New York, London, Paris, 1984, 89 blz.

Dit boekje geeft een grondige beschrijving van het ondertussen beroemd geworden Amerikaanse tweeweg-kabelsysteem QUBE.

Qube werd vijf jaar geleden door de kabelmaatschappij Warner Amex Communications Inc., een dochtermaatschappij van Warner Communications en American Express, opgestart met het doel een hele gemeenschap (Columbus, Ohio) te voorzien van een interactief kabelnetwerk met technische hoogstandjes als pay-tv, videotex, telebanking, teleshopping, e.d. Ondertussen heeft Qube zo'n 69.000 abonnees, 38.000 uit Columbus zelf, 27.000 uit Cincinnati en 4.000 uit Pittsburgh.

Qube heeft model gestaan voor een aantal Europese experimenten, zoals in Biarritz, Lidwighshafen en Zuid-Limburg (Nederland).

Schmidbauer beschrijft de techniek, de evolutie, de toepassingen en de publieksreacties van/op Qube.

D.D.G.

J.A. VAN DER POOL,
Basisboek Informatica,
Stenfort Kroese, Leiden/Antwerpen, 1983, 159 blz.

Dit basisboek introduceert en verklaart de fundamentele begrippen uit de informatica. In de eerste negen hoofdstukken is door praktische voorbeelden getracht de aandacht van de lezer (leerling) voor het verschijnsel computer te wekken en een aantal grondbeginselen uiteen te zetten. Vooral de vergelijking tussen mens, dier en computer is op een originele en verhelderende manier aangebracht. Vanaf hoofdstuk 10 worden toepassingen van computers behandeld. Deze worden opgebouwd vanuit de tekstverwerker en leiden via de persoonlijk computer tot toepassingen in de administratie en de techniek. In de laatste hoofdstukken komen maatschappelijke aspecten van de informatietechnologie aan de orde. Dit boek is uitermate goed geschikt voor lezers die hun eerste stappen willen zetten in het domein van de informatica. Door zijn logische opbouw en structuur is het tevens een praktisch leerboek.

D.D.G.

O.H. GANDY, ESPINOSA, P., ORDOVER, J.A., (ed.),
Proceedings from the tenth annual telecommunications policy research conference,
Ablex Publishing Corp., Norwood, New Jersey, 1983, 406 blz.

Dit verzamelwerk is de weerslag van het tiende congres over telecommunicatie dat in 1982 plaats vond in Virginia (VS.).

De bijdragen zijn van de hand van onderzoekers, beleidsmensen en industriëlen die zich beroepshalve bezighouden met omroep, kabeltelevisie, satellietcommunicatie, telefonie e.d. Naast de beschrijving van een aantal experimenten en ontwikkelingen in het domein van de telecommunicatie wordt ook ingegaan op de juridische, beleidsmatige en sociale aspecten hiervan. Enkele teksten uitgezonderd, heeft dit boek vooral betrekking op de Amerikaanse telecommunicatiemarkt.

D.D.G.

J. PROT, B. BLOBAUM, H. GIEBELMANN, E. TROBST, W. VAHLE,
Journalisten an Bildschirmgeräten,
Berg-Verlag GwGH, Bochum, 1983, 80 blz.

Hoe beïnvloedt geautomatiseerde tekstverwerking het arbeidsproces in krantenredacties? Verandert daardoor het beroepsprofiel van de journalist? Hoe ervaren journalisten

het werken op beeldschermen en hoe verwerken zij deze ervaring? Dit zijn de vragen waarop in dit boekje naar een antwoord wordt gezocht. Het is een samenvatting van een livijg onderzoeksrapport dat in het voorjaar van 1982 verscheen onder de titel: "Zeitungsredakteure unter den Bedingungen der Bildschirmarbeit".

D.D.G.

M. DE KOK, (red.),

De informatiemaatschappij, de gevolgen van de micro-elektronische revolutie,

Centrale Uitgeverij en Adviesbureau B.V., Maastricht/Brussel, 1983, 287 blz.

'De informatiemaatschappij' is een extra editie van het populair wetenschappelijk blad 'Natuur en Techniek', dat ondertussen reeds 50 jaar wordt uitgegeven.

16 verschillende auteurs, voornamelijk uit Nederland en België, plegen een bijdrage over het fenomeen micro-elektronica en samenleving, een onderwerp dat reeds zoveel malen is behandeld en herkauwd, maar blijkbaar nog ...doende aantrekkingskracht heeft bij het grote publiek om daaromtrent telkens andere publikaties op de markt te brengen.

Hoe dan ook, 'De informatiemaatschappij' is er mate ruim van opzet en helder geschreven dat diegene die mee wil praten over de vraag: 'Welke toekomst zal de informatiemaatschappij ons brengen?' aan het boek een stevig stuk vrijtijdsliteratuur heeft.

D.D.G.

F. OHMANN,

Kommunikations-Endgeräte,

Springer-Verlag, Berlin/Heidelberg/New York/Tokyo, 1983, 542 blz. DM 280.

Dit livijge werk, waaraan ongeveer 40 auteurs meewerkten, geeft een exhaustief overzicht van in- en uitvoerapparatuur van audio-visuele media, datasystemen en telecommunicatie-infrastructuur.

Niet alleen wordt ruime aandacht besteed aan de techniek en toepassingsmogelijkheden, maar ook aan de ergonomische aspecten van het gebruik van eindstations en andere zendapparatuur.

De lectuur van dit naslagwerk vereist van de lezer een zekere technische bagage.

D.D.G.

H. Richard VEITH,

Televisions' Teletext,

Logica Inc., New York, USA, 396 blz., 1983, \$ 24,5

Television's Teletext beschrijft de techniek van teletekst en een aantal concrete toepassingen in West-Europa, Canada en de Verenigde Staten.

Het medium teletekst wordt tevens vergeleken met een aantal andere elektronische media zoals interactieve kabeltelevisie en videotex. Tenslotte wordt ook ingegaan op een aantal varianten op het traditionele teletekstsysteem, zoals kabeltekst en satellietteletekst.

Dit boek is vrij technisch georiënteerd en derhalve minder geschikte lectuur voor de doorsnee geïnteresseerde.

D.D.G.

David M. WEAVER.

Videotex Journalism: Teletext, Viewdata and the News,

Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, New Jersey, 1983, 147 blz., prijs: £ 12,50.

'Hoe zal videotex het werk van journalisten beïnvloeden?', dit is het centrale thema van Videotex Journalism.

Weaver begint zijn verhaal met een beschrijving van teletekst- en viewdata-systemen in een aantal West-Europese landen. Hij analyseert de positieve en negatieve visies die in de bestaande literatuur betreffende videotex naar voor komen.

Het belangrijkste deel van het boek handelt over de ervaringen en de reacties van de journalisten in Groot-Brittannië en Nederland die reeds geruime tijd met deze nieuwe media werken. Op basis van deze interviews trekt hij een aantal conclusies betreffende de invloed van videotex op de traditionele media en op de nieuwsgaring en -verspreiding in het algemeen.

De auteur besluit dit originele werk met een aantal prognoses voor de toekomst en een reeks aanbevelingen voor journalisten die zich in het domein van de nieuwe media willen specialiseren.

D.D.G.

Sj. MULLER,

Kennisleer en computers, een kritische verhandeling over informatie,

Stenfert Kroese, Leiden/Antwerpen, 1982, 193 blz.

Van computers wordt verondersteld dat ze in belangrijke mate zullen bijdragen tot het verwerven van kennis. Het beschikken over meer informatie betekent echter niet noodzakelijk dat mensen efficiënter of meer verantwoord zullen gaan handelen. Hun kennisbeeld blijft gekenmerkt door subjectiviteit en selectiviteit en hun handelingen worden niet alleen beïnvloed door hun kennis maar ook door hun belangen.

De auteur van dit boek tracht een schakel te leggen tussen de kennisleer en computergebruik. De auteur tracht op die manier een aantal misverstanden of vooronderstellingen m.b.t. computergebruik uit de weg te ruimen; daardoor krijgt de lezer een heel ander beeld op de eigenlijke rol en functie van de computer. Zo zijn bijvoorbeeld computers zeer sterk in het verwerken van cijfers, maar met een begrip als 'rechtvaardigheid' kunnen ze niet uit de voeten.

Een interessant boek voor ieder die zich niet enkel vanuit een ideologie maar vanuit de wetenschap zelf wil bezinnen over het gebruik van computers.

D.D.G.

G.P. VAN DER VORST,

De Angsthazen tegen de Beunhazen: de omstreden gang naar de informatiemaatschappij,
Centrum voor Data-analyse, Fakulteit der Sociale Wetenschappen, Rijksuniversiteit Utrecht, 1984, 34 blz.

In dit rapport wordt ingegaan op de invloeden die de technologische vernieuwingen, en dan vooral die op automatiseringsgebied, hebben op onze samenleving. Uitgangspunt is dat de ontwikkelingen betreffende automatisering en aanverwante domeinen autonoom lijken te verlopen terwijl ze ongetwijfeld een overheersende invloed zullen krijgen op onze samenleving.

Wij zijn nu al terechtgekomen in een snel veranderende informatiemaatschappij waarbij grote onzekerheid bestaat over de sociale en culturele gevolgen.

Velen hebben weinig vertrouwen in de toekomst en anderen baseren hun vertrouwen in de toekomst op de invloed van de erkende maatschappelijke krachten als het gaat om beheersing en sturing van de technische ontwikkelingen en de daarmee samenhangende maatschappelijke evolutie. Volgens de auteur bevinden wij ons in een hachelijke situatie die maatschappelijke bewustwording en discussie vraagt, waarbij in elk geval naar duidelijkheid zou moeten worden gestreefd omtrent welke concrete vragen momenteel wel en welke niet kunnen worden beantwoord, waarbij de belangrijkste vraag op dit moment lijkt of er nog wel wat te sturen valt aan de snelle ontwikkelingen.

D.D.G.

Ronald J. GOLDMAN (red.),

Teletext as an Educational Medium,

KCET / Los Angeles Public Television, Los Angeles, 1982, 51 blz.

Dit rapport bevat het verslag van een reeks experimenten met teletekst in een aantal lagere scholen in Los Angeles.

De algemene conclusie van dit rapport luidt dat dit nieuwe medium heel wat mogelijkheden biedt in de educatieve sector. Er wordt dan ook aanbevolen dat de tv-stations meer aandacht zouden besteden aan teletekst en dat meer toepassingen zouden worden uitgetest voor het onderwijs.

D.D.G.

Sam FEDIDA, Rex MALIK,

De Viewdata Revolutie,

Academic Service, Den Haag, 1981, 179 blz.

De viewdata Revolutie is een bewerkte vertaling van Willem Waterreus, oorspronkelijk geschreven door de 'uitvinder' van viewdata, S. Fedida, en door journalist R. Malik (The Viewdata Revolution, Associated Business Press, 1979).

Het boek beschrijft de karakteristieken van viewdata en de toepassingsmogelijkheden zoals elektronische post, elektronisch gireren, viewdata als rekenmachine. Tenslotte wordt nog ingegaan op de toekomstige ontwikkelingen van viewdata.

Er wordt ook een apart hoofdstuk gewijd aan de ontwikkelingen van Viditel, het Nederlandse viewdatasysteem.

D.D.G.

J.C. DEN HEIJER, R. TOLSMA,
Datacommunicatie,
Kluwer Technische Boeken, Deventer / Antwerpen, 1982, 236 blz.

Datacommunicatie heeft de laatste jaren een enorme vlucht genomen. Er zijn bijna geen computersystemen meer zonder datacommunicatievoorzieningen. Deze snelle ontwikkelingen hebben er ook toe geleid dat een groot aantal nieuwe normen en begrippen ontstonden zodat het zelfs voor de zgn. 'ingewijden' zeer moeilijk is een goed inzicht te verkrijgen in dit kluwen van systemen en termen.

Door in dit boek datacommunicatie consequent als een interfacegebeuren te beschouwen, wordt een uitweg geboden uit de schijnbare doolhof. Gezien de uitgebreidheid van het onderwerp hebben de auteurs zich hoofdzakelijk toegespitst op de functionele eigenschappen op alle communicatieniveaus en niet zozeer op de realisatie van de functies.

In de eerste vier hoofdstukken wordt vooral ingegaan op de algemene begrippen en de daarbij gebruikte terminologie.

Hoofdstuk vijf, telefoonnetwerken, is speciaal opgenomen vanwege de vele overeenkomsten die het telefoonnetwerk vertoont met datanetwerken. In de daarop volgende drie hoofdstukken wordt uitvoerig ingegaan op de functionele aspecten van respectievelijk de interfaces, de protocollen en de netwerkarchitectuur. Hierbij worden zowel de reeds langer bestaande als de meest recente systemen besproken. In de laatste twee hoofdstukken worden de datanetwerken (circuitswitching, packet-switching, enz.) verder uitgewerkt.

D.D.G.

Stanley POGROW,
Education in the Computer Age,
Sage Publications, Beverly Hills/Londen/New Delhi, 1983, 231 blz.

De fundamentele stelling die in dit boek verdedigd wordt is dat het huidige onderwijs op een substantiële wijze kan worden verbeterd door middel van het doordacht en creatief gebruik van computers.

De auteur beweert zeker niet dat de computer de onderwijzer zal vervangen. De computer moet echter wel worden geïntegreerd als hulpmiddel in allerlei vakken.

Pogrow gaat niet enkel in op de evolutie van de hardware en de mogelijke toepassingen, maar ook op de strategie en de overheidspolitiek die tot een verantwoorde integratie van computertechnologie in het onderwijs kunnen leiden.

D.D.G.

Dan J. WEDEMEYER, L.S. HARMS (ed.),
Pacific Telecommunications Council, Proceedings of Conference 1984,
Pacific Telecommunications Council, Honolulu, 1984, 227 blz.

Dit boek is het verslag van een begin dit jaar te Honolulu gehouden conferentie over telecommunicatie. Het bevat een 40-tal bijdragen, waarvan de inhoud betrekking heeft op één van de volgende onderwerpen:

- de behoefte aan telecommunicatie in de landen rond de Stille Zuidzee;
- de communicatiebehoefte van zakenlui op lokaal, nationaal en internationaal vlak;
- de behoefte aan telecommunicatie in landbouwgebieden;
- de communicatiebehoefte van minderheidsgroepen;
- de technologische ontwikkeling op het vlak van telecommunicatie.

D.D.G.

Walter Van den BRANDEN,
Audiovisuele Media -Praktijkboek,
Moderne Instructie Methoden, Deurne, 1983, 530 blz.

Wie op een verantwoorde wijze uit de vele media en audiovisuele hulpmiddelen een keuze wil doen, moet vooraf de mogelijkheden en begrenzingen kennen van elk systeem; het gekozen middel moet ook gericht kunnen worden zonder daarom tot vakman of specialist opgeleid te worden.

De auteur heeft dit zeer lijvige boek in 3 logische delen opgedeeld.

Na een inleiding over de plaats van de media in het communicatieproces en over de aard en verschijningsvorm van de media (het visuele aspect, het auditieve aspect, het audiovisuele aspect) wordt het werk opgesplitst in GELUIDSAPPARATUUR, BEELDAPPARATUUR en VIDEO-APPARATUUR.

- **Geluidsapparatuur**: platenspelers en draaitafels, bandopnemers en -decks, cassette-recorders en -decks, digitale geluidsregistratie op magneetband, microfoons, luidsprekers, hoofdtelefoons, versterkers, mengpanelen, ontvangers, geluidsketens, talenpractica, stekkers en verbindingen.

- **Beeldapparatuur**: het fotografisch principe, de foto-apparatuur, de dia-apparatuur, de filmapparatuur, de apparatuur voor retroprojectie, de episcope en de projectieschermen.

- **Video-apparatuur**: het verschil tussen video en film, het televisiebeeld, de vorming van het beeld in de camera, de magnetische beeldregistratie, de videosystemen, overdracht van televisiebeelden, de eigenlijke videoapparatuur, video in de praktijk, de beeldplaat, video in de toekomst, stekkers en verbindingen.

Dit naslagwerk bevat een schat aan informatie voor iedereen die praktisch met audio-visuele hulpmiddelen moet omgaan. Het is zeer bevatte-lijk geschreven en uitgegeven in katernsysteem met ringkaft.

D.D.G.

d.r.f. VAN BREMEN, I.m.c.f. SICKING,
Documentaire Informatica, Wegwijzer naar Geautomatiseerde Verlening van Literaturoordiensten,
VanLoghum Slaterus, Deventer, 1983, 296 blz.

Dit boek is te beschouwen als een voortzetting van het in 1973 onder de titel 'Computer in Bibliotheek en Documentatie' verschenen werk van dezelfde auteurs. Het beoogt een introductie te bieden tot automatisering, rechtstreeks gericht op studenten en op werkers in het bibliotheek- en documentatiegebied.

'Documentaire Informatica' verschaft de fundamentele kennis die nog is om de beschrijvingen van computertoepassingen in gespecialiseerde tijdschriften te kunnen begrijpen. Het biedt enkele achtergrondideeën waarmee men de wenselijke verantwoordelijkheid voor automatisering enigszins kan afwegen (bijv. wat willen bestuurders met automatisering bereiken?; effecten der automatisering op personeel en gebruikers; het kostenvraagstuk). Het boek bevat een uitgebreide en geheel bij-

Jan EVERINK,
De Informatiemaatschappij,
Academie Service, 's-Gravenhage, 1983, 247 blz.

Dit boek geeft een inhoud aan het in de belangstelling staande begrip 'informatiemaatschappij'.

In het eerste hoofdstuk wordt gesteld dat de behoefte aan informatie de meest fundamentele en overzadigbare van alle menselijke behoeften is. Deze informatiebehoefte vormt de stimulans tot de ontwikkeling van de informatietechnologie.

In hoofdstuk 2 wordt deze technologie (schrijven, drukken, film, video, computertechniek, geheugentechniek, telecommunicatie) in vogelvlucht bekeken.

Het derde hoofdstuk behandelt de informatie-industrie. Met nadruk wordt gewezen op economische mogelijkheden.

Hoofdstuk 4 wijst op de gevaren welke dreigen indien de informatietechnologie slechts in handen is van enkelen. Het gebruik van de computer om de wenselijke vrijheid te onderdrukken, wordt onder de aanduiding digicrisis behandeld. Tevens worden de overdreven verwachtingen ten aanzien van de zogenaamde 'artificial intelligence' aan een kritische beschouwing onderworpen.

In een laatste hoofdstuk wordt een blik in de toekomst geworpen, waarbij wordt getracht een beeld te vormen van het leven in de informatiemaatschappij rond het jaar 2000.

Naast nuttig feitenmateriaal geeft dit boek een analyse van het overschijnsel informatiemaatschappij, alsmede vele nuchtere doch oorspronkelijke ideeën en voorstellen. Door de leesbare stijl is de tekst ook voor niet-deskundigen goed te begrijpen.

D.D.G.

K.J. BLOKKER,
Computergesteunde Voorlichting,
LH Vakgroep Voorlichtingskunde, Wageningen, 1984, 389 blz.

Deze publikatie is een proefschrift ter verkrijging van de graad van doctor in de landbouwwetenschappen aan de landbouwhogeschool te Wageningen.

In het onderzoek gaat de aandacht naar het zgn. decisiegericht voorlichtingskundig onderzoek. Met decisiegericht voorlichtingskundig onderzoek wordt gepoogd de besluitvorming over de voorlichting te optimaliseren, is het de bedoeling te analyseren welke factoren van invloed zijn op de onderzoeksbenutting. Op grond van deze analyse worden aanbevelingen geformuleerd die de kans vergroten dat decisiegericht voorlichtingskundig onderzoek optimaal benut wordt. De aanbevelingen die de acteur heeft ontwikkeld worden toegepast op een onderzoek ten behoeve van het Ministerie van Landbouw en Visserij. In 1981 heeft dit Ministerie besloten om gedurende één jaar EPIPRE in hun voorlichtingspakket op te nemen.

Epipre is een geautomatiseerd informatiesysteem voor de bestrijding van ziekten en plagen in wintertarwe. Telers die aan Epipre deelnemen, moeten, vooral in de maanden mei en juni, een aantal waarnemingen in hun gewas verrichten. De resultaten sturen zij naar een proefstation. Daar worden de gegevens per computer verwerkt en een paar dagen later ontvangt de boer - per post - advies. De laatste jaren doen 5 à 600 Nederlandse boeren mee aan Epipre.

Het onderzoek moest bijdragen tot de beslissing om het experiment al dan niet verder te zetten.

Daartoe is een evaluatie - en een verkennend doelgroeponderzoek gehouden onder ruim 350 wintertarwetelers. Tevens zijn interviews en groepsbijeenkomsten gehouden met betrokkenen vanuit de landbouwvoorlichting. Mede door dit onderzoek is besloten om Epipre voort te zetten.

D.D.G.

Dick OVERKLEEF, **De Alledaagse Computer,**
Kluwer, Deventer, 1982, 104 blz.

De centrale stelling in dit boekje is dat computers alledaagse hulpmiddelen zullen worden in de Westerse samenleving. Alledaags, zoals elektromotoren alledaags zijn en onzichtbaar zoals elektromotoren dat ook zijn.

In koffiemolens, horloge en platenspeler gebruiken mensen elektromotoren, zonder er ooit, of zelden, een te zien. Op vergelijkbare wijze zullen zij computers leren gebruiken: zonder er ooit één te zien.

Dit boekje handelt over het nieuwe waarmee de mens al doende geconfronteerd zal worden. Nieuwe mogelijkheden en, op de achtergrond, nieuwe risico's. De auteur gaat ervan uit dat mensen niet zo erg veel van computers

moeten weten om ze te kunnen gebruiken. Hij stelt vast, dat mensen niettemin inzicht moeten hebben in de aard der ontwikkeling, ten einde de snelle invoering van computers voor allerlei toepassingen te leren beheersen.

D.D.G.

N. VAN LINGEN,
Auteursrecht in Hoofdlijnen,
H.D. Tjeenk Willink/Alphen aan den Rijn, 1984, 219 blz.

'Auteursrecht in Hoofdlijnen' geeft een overzicht van de Nederlandse en internationale bepalingen en wetgeving betreffende auteursrecht. Het is in de eerste plaats bestemd voor hen die uit hoofde van hun beroep of bedrijf, als auteur of als gebruiker van beschermd materiaal, geconfronteerd worden met auteursrecht zonder precies te weten wat het inhoudt. Mede door de steeds groter wordende behoeften aan informatie en communicatie en de daarmee in de pas lopende ontwikkeling van de technische mogelijkheden, is het auteursrecht vandaag de dag niet alleen steeds belangrijker, maar ook gecompliceerder geworden. Moderne media en communicatietechnieken, zoals kabeltelevisie, reprorecht, video en geluid van computerapparatuur komen dan ook aan de orde.

D.D.G.

P.G. BOSCH, H.M. HEEMSKERK,
Analyse van informatiebehoeften en de inhoudsbeschrijving van een databank,
Academic Service, 1977, 113 blz.E

Het onderzoek van informatiebehoeften in een organisatie komt de laatste jaren steeds meer in de belangstelling. Dit is begrijpelijk omdat dit onderzoek de basis vormt van het systeemontwerp en zelfs van alle activiteit met betrekking tot de informatieverzorging.

In dit boek willen de auteurs een praktisch bruikbare en volledige methode voor de analyse van informatiebehoeften aanreiken.

'Analyse van Informatiebehoeften' is dus geen louter theoretisch werk, maar een boek geschreven om de toepassing van de methode te bevorderen.

D.D.G.

H. WELTEN,
Informatiekunde: een inleiding,
Samson, Alphen aan den Rijn/Brussel, 1982, 220 blz.

'Informatiekunde' is in feite een nieuwe naam voor een vakgebied dat voorheen werd aangeduid met de term 'informatica'. Het begrip heeft echter zo'n ruime betekenis gekregen, dat er behoefte ontstond om een onderscheid te maken tussen een aantal deelgebieden van die informatica. Zo is de term informatiekunde gekozen voor de meer bestuurlijke en administratieve aspecten van informatie.

In 'Informatiekunde' wordt ingegaan op het begrip informatie, het maken van informatie en hoe deze te bewaren en te verwerken. Daar

toe komen aan bod: (historische) gegevens, mutaties, hulpmiddelen, de 'regels' voor het werken met de computer, de mensen en de organisatie.

Aan het eind van elk hoofdstuk zijn opgaven opgenomen.

Tenslotte bevat dit studieboek een uitgebreide case-study, een aantal bijlagen over randapparatuur, stroomschema's, COBOL en BASIC-opdrachten en een practicum behorend bij een van de hoofdstukken.

D.D.G.

Frédéric HOSTE,
Les Réseaux locaux d'entreprises: marchés et technologies,
Edi Tests, 1983, 205 blz.

Dit boek biedt een synthese van de op dit moment beschikbare technologieën betreffende lokale datanetwerken voor de bedrijfs wereld. Eerst wordt een typologie van lokale netwerken voorgesteld, evenals een stand van zaken betreffende standaardisatie-activiteiten.

Verder wordt een vergelijkend overzicht gegeven van wat er momenteel aan dergelijke netwerken op de markt is.

In een meer technisch hoofdstuk wordt ingegaan op de mogelijke architectuur van lokale netwerken, evenals op de toegangsprocedures en transmissiemogelijkheden.

Het boek richt zich niet in eerste instantie tot telecommunicatiedeskundigen, maar tot allen die belangstelling hebben voor de invoering van informatica in het kantoor of de zg. bureautica.

D.D.G.

Stan PRENTISS,
Satellite Communications,
TAB Books, USA, 1983, 280 blz.

Dit technisch handboek over satellietcommunicatie geeft een uitvoerige beschrijving van de werking (transmissie en aard van de signalen, conversie, ruis, e.d.) en de apparatuur (antennes, grondstations, enz.) van communicatiesatellieten. Speciale aandacht wordt besteed aan de DBS (Direct Broadcast Satellite), een kunstmaan voor de transmissie van televisieprogramma's die door middel van een kleine schotelantenne door particuliere gebruikers kunnen worden opgevangen.

Dit boek is vooral geschikt als technische handleiding voor kandidaat-zelfbouwers van een eigenschotelantenne.

D.D.G.

Rudolf MAUSL,
Televisietechniek: van camera tot beeldscherm,
Kluwer Technische Boeken, Deventer/Antwerpen, 1983, 164 blz.

Dit boek stelt zich ten doel de met elektronica vertrouwde lezer een inzicht te verschaffen in de televisietechniek. Hierbij beperkt het boek zich niet tot de televisie-ontvanger. Ook over-

drachtmethode, beeldopnemers, beeldweergevers, kleurinformatie en systemen voor de overdracht van kleurinformatie worden uitgebreid behandeld.

De inhoud van dit boek richt zich op de huidige techniek, maar geeft ook een inzicht in te verwachten technische noviteiten. Er is bijvoorbeeld een apart hoofdstuk gewijd aan teletext.

De manier waarop de materie is behandeld, maakt dit werk geschikt voor studenten, technici in ontwikkelingslaboratoria en service-technici. Zij verkrijgen de principiële kennis van de video- en televisietechniek die nodig is voor het doorgronden van praktische uitvoeringen.

D.D.G.

FILM

Peter ROFFMAN en Jim PURDY,
The Hollywood social problem film. Madness, despair, and politics from the depression to the fifties,
Indiana University Press, Bloomington, 1981, 364 blz.

Roffman en Purdy beogen in dit boek de "social problem" film te definiëren als een apart genre tijdens de gouden Hollywood jaren. De films laten zich kenmerken door hun gemeenschappelijke thematiek - namelijk de behandeling van een conflict tussen individu en maatschappij - en door dezelfde ideologieën, gelijkwaardige plots, personages en motieven.

De auteurs beschouwen verder de social problem film als een genre dat de politieke en sociale problemen van de Depressie en de onmiddellijke naoorlogse jaren aan de orde stelde. Deze films wilden het publiek in contact brengen met de toenmalige sociale situatie. Volgens Roffman en Purdy hebben de films dan ook duidelijk tot doel gesteld 'the American way of life' te beïnvloeden.

Dit boek is een uitgebreide studie over de Hollywood-filmproductie tijdens de jaren '30-'50 en besteedt vooral aandacht aan de interactie tussen filmproductie en de bestaande toestanden. Het duidt bovendien de macht aan van Hollywood in verband met populaire ontspanning.

L.M.

Edward D.C. CAMPBELL, Jr.,
The Celluloid South. Hollywood and the Southern Myth,
The University of Tennessee Press, Knoxville, 1981, 212 blz.

In plaats van een bespreking van de Hollywood film over 'the Wild West', koos Campbell voor 'the Old South'. In dit boek onderzoekt hij wat de oorzaken zijn die geleid hebben tot de groei van een mythe rond 'the South' en hoe deze samenleving werd afgeschilderd in vele Hollywood producties. Het beeld van het Amerikaanse Zuiden dat in de meeste films werd opgehangen was uiteindelijk de weerspiegeling van de Amerikaanse idealen: nationaal

bewustzijn, voorspoed en eerbied voor gezag binnen een kleine familiekring. Het oude Zuiden was bovendien een goede setting voor de traditionele romantische verhalen waarin meestal welopgevoede dames en heren op grote landgoederen leven binnen een conservatieve klassebewuste maatschappij. Deze films beoogden duidelijk ontspanningsfilms te zijn en lieten de sociale problematiek achterwege. Campbell schetst vervolgens de evolutie van dit idyllische Zuiden tot op heden. Ondanks de grotere aandacht voor de situatie van de zwarten in het Zuiden hadden de meeste films geen andere bedoeling dan ontspanning te brengen en hebben ze niet bijgedragen tot werkelijke veranderingen.

Hoewel het steeds moeilijk is de receptie van een bepaalde film bij het publiek te onderzoeken, toch is de auteur erin geslaagd zijn beweringen goed te staven aan de hand van allerlei reviews in kranten en tijdschriften. Een waardevolle studie.

L.M.

W. BECKER en N. SCHÖLL,
Methoden und Praxis der Filmanalyse. Untersuchungen zum Spielfilm und seinen Interpretationen,
Opladen, Leske Verlag + Budrich, 1983, 205 blz.

In een sterk polemisch getint eerste deel gaan de auteurs in op een aantal boeken die handelen over filmanalyse, waarbij met name het werk van Werner Faulstich het moet ontgelden. Hun bezwaar is vooral dat het voorwerp van de analyse, de film zelf, in vele studies in het gedrang komt en plaats maakt voor allerlei buitenfilmische aspecten. Ook een aantal klassieke filmtheorieën, die van Balázs, Arnheim, Kracauer en Bazin, moeten het ontgelden. Zij hebben, aldus de beide auteurs van dit boek, een verkeerde, althans eenzijdige of vooringenomen opvatting over het kunst-zijn van de film.

In het tweede deel worden een aantal analyses gegeven van populaire filmgenres. Twee hoofdstukken behandelen de rol van de 'held' in respectievelijk de piratenfilm en de gangsterfilm. Een derde hoofdstuk gaat over de regiestijl, de filmtechniek en het commerciële succes van de Italowestern, een vierde over de imperialistische ideologie die valt na te trekken in films over het Britse koloniale rijk, een laatste hoofdstuk over vrouwenfiguren en hun idealen in de films van Douglas Sirk.

J.M.P.

S. HEATH en P. MELLENCAMP (eds),
Cinema and Language,
University Publications of America/The American Film Institute, Los Angeles, 1983, X en 179 blz.

Dit boek, uitgegeven als volume 1 van 'The American Film Institute Monograph Series', bundelt een aantal voordrachten die gehouden zijn op een conferentie aan de universiteit van Wisconsin in 1979. De meeste bijdragen handelen over een of ander aspect van de 'filmtaal' en bevatten vaak kritische reflecties op de theorieën van Christian Metz, wiens geest

blijkbaar duidelijk op de genoemde conferentie heeft rondgevaard. Behalve de beide redacteuren van de bundel zijn ook bekende auteurs als Noël Burch, David Bordwell, Dudley Andrew en Paul Willems met een bijdrage vertegenwoordigd. Veel aandacht gaat uit naar de positie van de kijker in de film, waarbij, zoals te verwachten is Metz' 'Signifiant imaginaire' herhaaldelijk geciteerd wordt. De interessantste bijdrage over dit thema is m.i. die van Malcolm Le Grice. Een drietal opstellen handelen over de Japanse film. Dudley Andrew schijft over de belangrijke rol van de retorische figuren in de filmische betekenisproductie.

De lectuur van dit boek veronderstelt een vrij grondige kennis van de semiotische en psychoanalytische film literatuur van de laatste tien jaar. Bovendien munten diverse bijdragen niet uit door een helder taalgebruik. Maar ze zijn voor het merendeel inhoudelijk alleszins de moeite van het bestuderen waard.

J.M.P.

De bijdragen in dit nummer zijn van:

Kris VANSTAPPEN, lic. in de Communicatiewetenschap, K.U.Leuven en medewerker aan het Centrum voor Communicatiewetenschappen, K.U.Leuven.

Prof. Dr. Jan CORBET, gewoon hoogleraar aan de Sectie Communicatiewetenschap, V.U. Brussel.

Dirk DE GROOFF, lic. in de Communicatiewetenschap, K.U.Leuven en assistent aan het Centrum voor Communicatiewetenschappen, K.U.Leuven.

Filip DE MEYER, student tweede licentie in de Communicatiewetenschap, K.U.Leuven.

Dr. Gust DE MEYER, werkleider aan het Centrum voor Communicatiewetenschappen, K.U.Leuven.

Bruno VERPOORTEN, lic. in de Communicatiewetenschap, K.U.Leuven en journalist Teletekst BRT.

Dr. Greta BOON, dr. in de Sociale Wetenschappen, K.U.Leuven en wetenschappelijk medewerkster Studiedienst BRT.

Lieve MULIER, lic. Germaanse Filologie, K.U.Leuven en assistente aan het Centrum voor Communicatiewetenschappen, K.U.Leuven.

(ADVERTENTIE



CONCENTRA-GROEP

UITGEVERS EN DRUKKERS IN DE KOMMUNIKATIE-INDUSTRIE

HET BELANG VAN LIMBURG

LIMBURGS KLEURRIJK DAGBLAD

CONCENTRA-GROEP, 10 HERCKENRODESINGEL, 3500 HASSELT, BELGIË

Zichtrekeningen

DE ORANJE REKENING OF
DE EUROCHEQUEREKENING



Het zijn net dezelfde zichtrekeningen, maar uw Eurochequerekening kunt u bovendien gebruiken in 39 landen in Europa en het Middellandse-Zeegebied.

Laat uw inkomsten rechtstreeks op uw rekening storten. Dan zitten ze veilig. Betalingen doet u met cheques, overschrijvingsformulieren of met permanente betalingsorders.

Elke verrichting (afhaling of storting) wordt vermeld op een stand van rekening, zodat u

meteen een klare kijk hebt op het wel en wee van uw budget.

Er is nog iets. Als bepaalde voorwaarden vervuld zijn, hebt u ook recht op een chequekaart met automatisch krediet tot 25.000 F. En op een codenummer waarmee alle Mister Cash loketten voor u opengaan. 24 uur op 24 uur. 7 dagen op 7. En reeds vanaf 16 jaar kunt u een zichtrekening bij het Gemeentekrediet openen.

De agent van het Gemeentekrediet in uw buurt legt u alles wel uit. Van naaldje tot draadje.



Gemeentekrediet