

gitekantoor
130 Heverlee 1

BLAUW

COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

HISTORIEK VAN DE VLAAMSE FILM- EN VIDEODOCUMENTAIRE •
AUDIOVISUELE EN ELEKTRONISCHE TEKSTMEDIA IN 1995 • DE AFFI-
CHE DOOR DE EEUWEN HEEN • DE INFORMATIEVE KRACHT VAN
DE TELEVISIE • KRONIEK VAN DE MEDIAWERELD • BOEKEN EN TIJD-
SCHRIFTEN OVER COMMUNICATIE

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAP
VAN EVENSTRAAT 2A
3000 LEUVEN

JAARGANG 18, Nr 1
Mei-Juni-Juli 1988
Driemaandelijks

COMMUNICATIE

TIJDSCHRIFT VOOR
MASSAMEDIA EN CULTUUR

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

ISSN 0771-7342

18de jaargang nr. 1
LENTE 1988

Hoofdredacteur: W. Van der biesen
Redactiesecretariaat: A. Hendriks
Administratie: A. Willems, I. De Wachter
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 Communicatiewetenschap, K.U.Leuven, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven.

Abonnees in Nederland schrijven fl. 30,- (verzendingskosten inbegrepen) 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 een cheque te sturen ter waarde van 830 BF (port- en wisselkosten inbegrepen).

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

Alle briefwisseling i.v.m. redactie, administratie, boeken ter recensie, advertenties enz., gelieve men te richten aan COMMUNICATIE, Centrum voor Communicatiewetenschap, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven, tel. 016-28.32.20.

Advertentietarief wordt op aanvraag toegezonden.

Getekende artikels verbinden alleen de schrijvers.

Inhoud Jg. 18, nr. 1

- 1 **Het turbulente verhaal van de vlaamse film-, televisie- en videodocumentaire** - Jan-Pieter Everaerts
- 17 **De audiovisuele en elektronische tekstmedia in 1995** - Els De Bens
- 29 **De affiche door de eeuwen heen. De samenleving in beeld** - Ann Meyers
- 43 **De informatieve kracht van de televisie** - Herman Van Pelt
- 51 **Feiten en meningen uit de mediawereld**
- 57 **Uit de tijdschriften**
- 71 **Boekbesprekingen**
- 79 **Ingezonden boeken**

Verantwoordelijke uitgever:
L. Van Poecke, Frederik Lintsstraat 57
B-3000 LEUVEN.

het turbulente verhaal van de vlaamse film-, televisie- en videodocumentaire (*)

jan-pieter everaerts

BEKEND MAAKT BEMIND

Het heeft me de voorbije jaren vaak verbaasd (soms zelfs geërgerd) dat er tot op heden in de onderwijsprogramma's van de Vlaamse universiteiten en film-scholen en in wetenschappelijke en andere studies nog steeds zo weinig grondige aandacht besteed wordt aan onze eigen, omvangrijke documentaire beeldcultuur en beeldnijverheid. Nu ben ik in de drie jaren dat ik me reeds op de Vlaamse documentaires toeleg, misschien wel een al te sterk doordrammende 'vakidoot' geworden.

Misschien is er ook echt wel interessanter (en... veel leuker) om verder studies te maken over (vooral buitenlandse) speelfilms, tv-feuilletons, kwis- en sportprogramma's, videoclipps, ... Misschien. Doch anderzijds sta je daar toch maar mooi met het feit dat er hier in Vlaanderen een hoogst merkwaardige schat aan film-, televisie- en videodocumentaires is (en wordt) bijeengewerkt; documentaires die niet zelden zowel door de eigen bevolking als in het buitenland erg geapprecieerd werden, en die meermaals direct aanwijsbare invloeden uitoefenden op onze samenleving. Het is tevens een feit dat er een reële individuele en maatschappelijke behoefte (o.a. op democratisch en cultureel vlak) bestaat aan documentaire audiovisuele beelden, die overigens een zeer brede waaier van functies kunnen vervullen.

Om een lange inleiding kort te maken: de Vlaamse documentaire bedrijvigheid vormt ontegensprekelijk een buitengewoon boeiend gegeven voor al wie van film, televisie en video niet enkel en alleen wat 'vermaak' verwacht. Mede omdat diverse van onze documentaristen reeds overleden zijn en verscheidene anderen een gezegende leeftijd hebben bereikt, werd het dan ook de hoogste tijd dat de geschiedenis en de actuele toestand van de Vlaamse documentaires eens alomvattend en diepgaand bestudeerd werden.

Alvorens de historische draad op te nemen, toch nog even duidelijk stellen dat met het begrip 'documentaires' hier tevens de goed uitgewerkte 'reportages' bedoeld worden. De grens tussen die uitgewerkte reportages en de 'pure' beelddocumentaires is immers onmogelijk nauwkeurig te bepalen, en eigenlijk zijn er meer dan voldoende bindende factoren tussen de twee om ze beide als een geheel (binnen de nog heel wat ruimere 'non-fictie'-productie) te beschouwen. De in ons onderzoek toegepaste omschrijving van het begrip 'do-

cumentaire' luidt dan als volgt: 'elke film (of videogram) waarin een niet-uitgebeelde, niet-gespeelde werkelijkheid wordt afgebeeld, de behandelde thematiek in de diepte wordt uitgewerkt en een creatieve filmische vormgeving gebezigd wordt'.

DE FILMDOCUMENTAIRES

Een moeizame start

De allereerste (documentaire) filmbeelden die er in België gemaakt zijn, dateren van begin 1896. Ze werden wellicht gerealiseerd door Albert Promio, een medewerker van de man die eind 1895 de 'cinématographe' geconstrueerd had, Louis Lumière. Bij de eerste Belgen die een camera ter had genomen hebben, behoren een aantal rondreizende cinema-exploitanten. In Vlaanderen waren zij het die in de periode voor 1910 de meeste films produceerden, doch jammer genoeg is er van hun realisaties maar weinig bekend gebleven. Na 1910, de vaste bioscopen waren ondertussen gemeengoed geworden, duikt in onze vaderlandse filmgeschiedenis de naam op van Hippoliet De Kempeneer, een Brusselse Vlaming die o.a. vanaf 1912 de pioniers van de eerste vliegmeetings filmde en in 1913 een 'Liga voor de morele film' stichtte.

De Duitse inval in 1914 stelde bruusk een einde aan onze opkomende filmactiviteiten. De Kempeneer realiseerde wel clandestien nog wat actualiteiten, en in de streek achter de IJzer filmde de 'Kinematografische Dienst van het Belgisch Leger' historische opnamen van de gruwelen uit de (eerste) 'Grote Oorlog'.

Na de wereldbrand ontstond er direct weer een eigen productie van documentaire actualiteiten. Vanaf 1925 realiseerde de door Hippoliet De Kempeneer en (de Antwerpenaar) Georges Landoy opgerichte, tweetalige Belgische Filmuniversiteit jaarlijks een aantal echte documentaires als '*De Schelde*' en het zelfs in Amerika bijval kennende '*Onze Belforten*'. Met zijn eind 1929 maar liefst 60.000 betalende leden-toeschouwers werd de B.F.U., die bijna uitsluitend documentaires maakte en vertoonde, het levend bewijs dat ook de non-fictiefilm renderend kon zijn. Eind van de jaren dertig ging de Universiteit echter ten onder aan interne onenigheden en aan de opkomst van de klankfilm, die in ons tweetalig land tot hoge sonorisatiekosten leidde.

De pracht van de acht genres van de Vlaamse filmdocumentaire

Net als in Frankrijk, maar in tegenstelling tot diverse Angelsaksische landen, heeft het de documentaire filmproductie in ons land bijna steeds aan enige formele organisatie ontbroken. Weliswaar ging men in de jaren dertig spreken van de 'Belgische documentaire school', die tot ver over de grenzen befaamd werd, maar in feite bestond deze 'school' bij de gratie van drie begaafde documentaristen die elk individueel hun eigen weg gingen: Charles Dekeukeleire, Henri Storck en André Cauvin. De eerste twee waren Vlamingen en door

hun destijds vaak baanbrekend werd werden zij zowel de twee belangrijkste pioniers van de Vlaamse documentaire als van de Belgische film in zijn geheel. Direct na de Tweede Wereldoorlog kwamen twee andere natuurtalenten onze documentaire top vervoegen: de kunstkineast Paul Haesaerts en de in Kongo filmende Gerard De Boe. Een paar decennia later, in de jaren zestig, daagden er opnieuw twee particuliere kineasten op die, ditmaal met sterk sociaal geëngageerd werk, onze documentaire filmproductie internationaal deden meetellen: Frans Buyens en Robbe De Hert.

De zes vermelde Vlamingen zijn natuurlijk niet onze enige kineasten die film-documentaires gemaakt hebben. Naast hen zijn er nog tientallen Vlamingen die, al dan niet sporadisch, filmdocumentaires realiseerden (en nog realiseren). De immens uitgebreide productie vanaf de jaren dertig tot op heden in zijn geheel overlopen we nu kort aan de hand van een indeling in acht genres.

Propaganda en verzet: de sociopolitieke documentaire

Eén van de alleroudste, lange en nog vermeldenswaardige politieke documentaires ontstond in 1929, toen de latere secretaris van de IJzerbedevaart v.z.w., Clemens De Landtsheer, een pacifistische montagefilm samenstelde over de eerste wereldoorlog: *'Met onze jongens aan den IJzer'* (81 min.). De Landtsheer realiseerde met zijn firma 'Flandria Film' nadien nog diverse kortere documentaires over allerlei Vlaamse aangelegenheden, doch in mei 40 werd zijn omvangrijk filmarchief (van circa 280.000 meter pellicule) door een brand vernietigd: een catastrofe met onherstelbare gevolgen.



Een gezellig documentair onderonsje ten huize Storck. V.l.n.r. de Nederlandse documentaire kineast Joris Ivens, de Belgische documentaristen Henri Storck en Frans Buyens, en de Standaard-journalist Raf Butstraen.

In de schoot van de Belgische socialistische beweging ontstonden er in de jaren dertig ook een aantal interessante documentaires, zoals de in 1933 door een Vlaams-Nederlandse ploeg gerealiseerde, erg geslaagde promotiedocumentaire 'Vooruit' (24 min.) voor het dagblad Vooruit. In datzelfde jaar zag nog een ander merkwaardig produkt van Vlaams-Nederlandse samenwerking het levenslicht: het door Henri Storck en Joris Ivens gerealiseerde 'Armoede in de Borinage' (28 min.). Na deze klassieker vervaardigde Storck in de jaren dertig nog een documentaire over de woningnood, 'Het huis der ellende' (1937, 30 min.), alsook een paar opdrachtfilms voor de socialistische partij, die de in haar ogen te linkse Storck verder echter links liet liggen.

Tijdens W.O. II was er uiteraard geen levensruimte voor een maatschappijkritische cinema. Enkel een paar collaborerende bewegingen konden nog (meestal korte) sociopolitieke werkstukken realiseren.

Zodra de oorlogsbeproevingen weer definitief voorbij waren, richtten alle inspanningen zich eensgezind op de wederopbouw. Het daaruit resulterende conformisme in onze films werd pas doorbroken in het begin van de jaren zestig, wanneer Frans Buyens zijn historische 'Vechten voor onze rechten'-documentaire (1961, 60 min.) maakte over de grote stakingen tegen de eenheidswet destijds. Buyens zou daarna nog diverse lange kritische documentaires maken (waaronder in 1971 'Breendonk open dialoog', 82 min.), en hij hielp ook bij het opstarten van het Antwerpse Fugitive-collectief. Dat collectief, onder de leiding van Robbe De Hert, bracht enkele internationaal bekroonde 'off-television' documentaires, alsook het erg unieke 'Le filet américain' (1973-1978, 91 min.), een in de typisch humoristisch indringende Fugitive-stijl geschetst portret van ons land in de bewogen jaren zeventig.

Momenteel, naar het eind van de jaren tachtig toe, blijkt er onder andere door het ontbreken in Vlaanderen van instellingen als het documentaire 'Centre Bruxellois de l'Audiovisuel' en door de haast onbestaande overheidsbelangstelling voor de filmdocumentaire in het algemeen, nog maar weinig toekomstperspectief voor onze sociopolitieke filmdocumentaires. Komt daar nog bij dat alternatief werkende groepen voor hun realisaties steeds meer beroep doen op de veel goedkopere en meer flexibele videotechiek.

Het leven van alledag: sociologische en folkloredocumentaires

Documentaristen onderscheiden zich niet zelden van de meeste van hun speelfilmcollega's door hun intense belangstelling voor het zogenaamde gewone leven. Dat alledaagse bestaan is dan ook het hoofdthema geweest van zeer vele sociologisch (over het eigentijdse leven) te noemen documentaires en van talrijke, vaak tot toeristische films verwaterde folkloredocumentaires (over voorbije levenswijzen).

Met name Henri Storck heeft op dit vlak enkele meesterwerken gecreëerd. Zo b.v. zijn in moeilijke omstandigheden gerealiseerde 'Boerensymfonie' (1942-1944, 115 min.), waarin hij in meestal heerlijke composities de landelijke

levenswijze, waarvan hij overal de snelle transformatie observeerde, in beeld bracht. Charles Dekeukeleire had in diverse van zijn films (als b.v. in het enthousiaste *'In het land van Tijd Uilenspiegel'*, 1948, 23 min.) eveneens een open oog voor het leven van zijn tijdgenoten, en één van zijn assistenten, Armand Van Coppenolle, bracht in 1956 het filmisch ijzersterke vissersepos *'Noord, Noord-West'* (16 min.).

Nog tal van andere kineasten als Costia De Renesse en Herman Bollaert maakten in de jaren nadien opgemerkte sociologische werkstukken. Henri Storck filmde in de jaren van 1969 tot 1975 een dertiendelige serie over de Belgische folklore, *'Feesten in België'*. Frans Buyens realiseerde o.a. de bepaald onalledaagse discussiefilm *'Ieder van ons'* (71 min.) en later, voor de Vlaamse televisie, diverse filmportretten van vaak heel 'gewone' mensen.

Van de recentste, min of meer sociologische documentaires kunnen we het sfeervolle direct-cinema portret *'Barbara'* (1982, 80 min.) van de Antwerpse Randfilmers Gubbels, De Heselle, en Hoet vermelden, alsook Mark Sebille's filmgedicht *'Brussel'* over Brussel als hoofd- en hofstad door de eeuwen heen (1985, 85 min.).

Toeristische films bij de vleet

Over de toeristische filmdocumentaires kunnen we kort zijn, omdat het hier meestal weliswaar fraaie maar weinig originele kortfilms betreft. Dé specialist in het genre was jarenlang de Antwerpenaar Lucien Van De Velde. Dankzij een goede verstandhouding met o.a. enkele bioscoopexploitanten rijfde hij voor zijn kortfilms (van ca. 12 min.), waarvan hij er jaarlijks een tiental fabriceerde, miljoenen en miljoenen frank staatssteun binnen, en dat dan via de 'Detaxatiepremies' van het Ministerie van Economische Zaken. Gelukkig werd er recent paal en perk gesteld aan die misbruiken. Momenteel zijn het vooral de amateurfilmclubs (die in hun wedstrijden overigens de toeristische film als een aparte categorie behandelen, naast de documentaires en de speelfilms) die jaarlijks nog heel wat (enkele tientallen) toeristische filmdocumentaires vervaardigen.

Van Kenia tot Alaska: de Vlaamse natuurdocumentaires

De natuurfilm zoals we die tegenwoordig kennen, is een nog niet zo oud fenomeen, dat pas echt uit de startblokken kwam met de komst van lichte en met sterke telexen uitgeruste camera's. Een aantal van de eerste, echt geslaagde, Vlaamse puur-natuurdocumentaires deden bovendien een beroep op de fascinerende flora en fauna van hét natuurparadijs bij uitstek, Afrika. Daar, en meer bepaald in Kenia, realiseerde Armand Denis in de jaren zestig zijn beroemd geworden reeks *'ON SAFARI'*, die door tv-stations uit zowat de ganse wereld vertoond werd. Een vriend van Denis, de bekende striptekenaar Marc Sleen, filmde er tal van lange natuurdocumentaires, die hij hier overal ten lande kwam vertonen en waarmee hij ook steeds op de BRT welkom was in programma's als *Allemaal beestjes*. Voor dezelfde rubriek én voor de

schooltelevisie filmde Marcel Verbruggen in eigen land en in het hoge Noorden een lange reeks halflange documentaires, waaronder het in 1976 met TV-Oscar bekroonde *'Waar de grienden grienen'* en in 1984 vijf films in Alaska. Vermelden we nog dat ook enkele amateurkineasten recent heel puike natuurfilms realiseerden, mede doordat ze er zo oneindig veel tijd aan besteedden, want de natuurdocumentaire is toch voor alles een geduldswerk.

De lok van verre einders: de Kongo- en de exploratiefilms

Onze eerste echt belangrijke Afrika-documentaire ontstond in 1934, toen Charles Dekeukeleire over de *'Verbrande Aarde'* (55 min.) van noordelijk Afrika naar Kongo trok, en een film realiseerde die in eigen land zeer gunstig onthaald werd en bomvolle zalen lokte. Een jaar later filmde Armand Denis in Kongo het wereldwijd vertoonde *'Images Africaines'* (90 min.).

Voor na W.O. II kende de filmproductie in Kongo een geweldige opbloei. Het aantal (voornamelijk non-fictie) films dat tussen het midden van de jaren dertig en het begin van de jaren zestig gerealiseerd werd, wordt door de Franse doctors Ramirez en Rolot op ongeveer duizend geschat. Daartoe behoren meesterwerken als de twee cinemascoopdocumentaires uit 1958 *'De vrijheren van het woud'* (waarvoor Storck 'executive producer' was, 105 min.) en *'Tokende'* (90 min.), het hoogtepunt uit de rijke filmloopbaan van onze belangrijkste Vlaamse Kongo-kineast, Gerard De Boe.

Toen Belgische Kongo in 1960 onafhankelijk werd, pakten de meeste koloniale kineasten vliegensvlug hun koffers en slechts enkele missionarissen, zoals de Vlaamse Witte Pater Roger De Vloo, filmde nog wat verder. Mede dankzij de toenemende internationale reisfaciliteiten zwermden onze filmmakers in de jaren nadien steeds meer over de ganse wereld uit, en in de jaren zeventig kwam het verschijnen van de exploratiedocumentaires tot grote bloei. Avontuurlijke free-lance- en vakantie-kineasten die zowat overal lange, 'avondvullende' films gingen opnemen, kwamen die nadien, in de winterperiode in de Vlaamse steden en dorpen (plus op televisie) vertonen, en dat met steeds meer succes. Althans tot aan het begin van de jaren tachtig. Toen liep het een tijdje mis met het exploitatiefenomeen, maar mede door een selectieve steunverlening van de overheid (via de Dienst Volksontwikkeling) schijnt de exploratiefilm er momenteel weer bovenop te zijn. Bij de tegenwoordig meest actieve explorators behoren mensen als Louis Nusslein (met in 1985: *'India, alle mensen zijn niet gelijk'*) en Paul De Schutter (met in 1986: *'Papoea Nieuw-Guinea'*).

Pionierswerk: de Vlaamse kunstdocumentaires

Dankzij een aantal films van Dekeukeleire, Storck en later Haesaerts bouwde Vlaanderen zich vanaf de jaren dertig op de internationale filmfestivals een meer dan stevige reputatie op in het domein van de kunstfilm. Met één uur durende kunstwerken als *'Rubens'* (1947, Storck en Haesaerts), *'Een gulden eeuw, de kunst der vlaamse primitieven'* (1953, Haesaerts) en *'Breughel'*

(1969, Haesaerts) waren de Vlamingen destijds dé meesters op het terrein van de kunstfilm. Nu was de rijke Vlaamse schilderkunsttraditie daar zeker niet vreemd aan. Het is trouwens duidelijk dat de meeste geslaagde Vlaamse kunstdocumentaires de schilderkunst tot onderwerp hadden, en dat is ook nog in de jongste twee decennia zo geweest; denken we maar aan internationaal bekroonde documentaires als *'Met Dieric Bouts'* van André Delvaux (1975, 29 min.) en *'Permeke'* van Storck en Conrad (1985, 90 min.). In de marge van al dat schildertalent filmde Frans Buyens wel b.v. enkele documentaires over de wereldvermaarde houtgraveur Frans Masereel, en bij de recente, door het Ministerie van Cultuur gesubsidieerde kunstfilms behoren er toch ook enkele die b.v. de muziek en de filmkunst tot onderwerp hebben.

Voor specifieke publieksgroepen: de wetenschappelijke, didactische en industriële documentaires

Het zou tot na W.O. II dueren vooraleer de wetenschappelijke en didactische film brede toepassing zou vinden, en dat dankzij o.a. de omstreeks 1930 geïntroduceerde 16 mm, de in 1946 opgerichte Kinemadienst van het Ministerie van Openbare Opvoeding, het eveneens uit 1946 daterende Nationaal Instituut voor de Wetenschappelijke Film en de in 1956 opgerichte Internationale Wetenschappelijke Stichting. De laatst genoemde instelling gaf o.a. de opdracht voor het reeds vermelde meesterwerk *'De vrijheren van het woud'*.

De industriële film kende in de naoorlogse jaren van heropbouw eveneens een flinke opbloei, meestal op 16 mm. Er viel in deze branche wel wat geld te verdienen, en naast bekende kineasten als Dekeukeleire, Storck en De Boe bood een hele plejade van mindere filmgoden zijn goede diensten aan; dat zowel om promotiefilms voor het brede publiek als om didactische films voor bedrijfsintern gebruik te maken.

Aan de bloeiperiode van de wetenschappelijke, didactische en industriële filmdocumentaires kwam in de jaren zeventig een einde door enerzijds de economische crisis en anderzijds, en vooral, de doorbraak van de videotech-niek. Dat leidde er toe dat voor beide genres de filmpellicule steeds meer door de videotape vervangen werd. Straks daarover meer.

DE TELEVISIEDOCUMENTAIRES

Ons overzicht van het documentair tv-werk kan voor de duidelijkheid het best gebaseerd worden op de structurele indeling die sinds 1975 de tv-diensten organiseert, met daarbij, waar nodig, verwijzingen naar de vroegere structuren die in de jaren vijftig tot stand waren gekomen.

"Het nieuws achter het nieuws"

Op die historische 31 oktober 1953 stak de Vlaamse televisie al meteen "documentair" van wal met het beeldjournaal dat luisterde naar de naam *PANORAMA*. Tien jaar later werd dat *PANORAMA* een volwaardig "nieuws achter

het nieuws"-magazine met meestal drie of meer actuele onderwerpen. Over diverse binnenlandse thema's als "DE GASTARBEIDERS" (1968, Jan Bauwens) en de "ECONOMISCHE NODEN VAN WALLONIE" (1969, Jacques Van de Sichel) werden ook lange documentaire enquêtes vervaardigd en uit het buitenland brachten Panoramareporters o.a. schokkende reportages over de Biafraanse afscheidingsoorlog en over de "VOLKERENMOORD IN BURUNDI" in 1972.

In de marge van PANORAMA bracht de BRT tot in het midden van de jaren zeventig jaarlijks een handvol tot een dozijn en meer "afzonderlijk geprogrammeerde enquêtes en reportages" van doorgaans 50 minuten. Tal van Panoramajournalisten als Julien Peeters en Walter Geerts leverden hiervoor diepgravende werkstukken af, maar dé man wiens naam nu nog vaak met die "Grote Actualiteitsreportages" van toen vereenzelvigd wordt, is wel Maurice De Wilde.

De Wilde maakte vanaf 1961 jaarlijks een aantal zeer degelijke enquêtes, zoals b.v. "ISRAEL, DE PRIJS VOOR EEN VADERLAND" (1963), "MIJNALARM" (1966), "DURE ELEKTRICITEIT" (1967) en "GEEN MAMMOETS VOOR BELGIE?", (1967, over de havens). Het waren bijna steeds uitstekende werkstukken, waarmee De Wilde al snel de meest bekroonde tv-journalist van Vlaanderen werd. Maar zijn documentaires stichtten ook vaak onrust, het Belgisch establishment voelde zich het vuur aan de schenen gelegd en eind 1967 werd De Wilde "op het strafbankje gezet". Van dan af mocht hij geen enquêtes meer maken, op een tweetal na in het begin van de jaren zeventig. Vervolgens werd De Wilde aan het werk gezet aan een reeds lang aanslepend historisch project over W.O. II. Exit De Wilde...

Enkele jaren na het op een zijspoor (?) zetten van De Wilde werden in 1978 de Grote Actualiteitsreportages opgedoekt, nadat ze eerst nog een tijd als EXTRA-PANORAMA'S waren uitgezonden. In 1979 werd echter wel besloten om in PANORAMA voortaan nog maar twee en soms één enkele reportage uit te zenden, meestal handelend over binnenlandse onderwerpen. Geplaatst tussen enkele "locomotiefprogramma's" begon PANORAMA daarna aan een geleidelijke opklim inzake kijkdichtheid. Momenteel wordt de rubriek gemiddeld door zowat 2 miljoen Vlamingen bekeken, en in 1986 haalde een "Millet-reportage" van Paul Jambers zelfs een recordkijkdichtheid van 47,1 % (ca. 2.355.000 mensen). Nu is die Jambers binnen de Pano-ploeg ook de man die het meest uitgesproken opteert voor de documentaire, en die steeds tracht de reportagevorm, die in PANORAMA toch meestal de overhand haalt, te overstijgen in de puur documentaire richting. Jambers pleit daarom ook voor de oprichting van een nieuwe Dienst Reportages en Documentaires, en in afwachting dat het ooit nog zover komt, timmert hij ondertussen succesvol aan de weg met bekroonde werkstukken als "NAAR DE KLAS" (1983), "DAG EMIRDAG" (1984) en "JUNKIEVERDRIET" (1986).

Leerrijk en ontspannend: de documentaire dienst

In navolging van de BBC, die ook nu nog over een dynamisch Documentary Department beschikt, creëerde de Vlaamse televisie bij haar start een Dienst Documentaires. Deze ging, zonder overigens een goed begrip te hebben van wat de term documentaire nu eigenlijk precies inhield, een erg veelkleurig mozaïek van programma's realiseren, waarvoor zij heel vaak beroep deed op haar sterreporter Piet Vande Sijpe.

Naast allerlei "Grote Enquêtes" over huisvesting ("*WONINGNOOD*", 1964) en lawaai-overlast ("*STILTE*", 1969), ontstonden er rubrieken als de *AANGENAME KENNISMAKINGEN* (met mensen, steden en gemeenten), het semi-toeristische *TE VOET DOOR VLAANDEREN*, het internationale *REISROUTES* en, vanaf 1974, *TUSSEN POOL EN EVENAAR*, en verder de *folklorereeksen ER WAS EEN TIJD* en nadien *VOLKSKUNDE*, de natuurprogramma's *VEDETEN UIT DE DIERENWERELD* en, vanaf 1970, de met soms spectaculair-aanlagende documentaires uitpakkende *S.O.S. NATUUR*-rubriek.

De echt socio-politieke documentaires bleven echter aan de Nieuwsdienst voorbehouden, en wellicht mede daarom beschouwen sommigen tegenwoordig de toenmalige documentaire dienst als te vrijblijvend, te folkloristisch en toeristisch... Bovendien was Nic Bal, die in de jaren 1974-1975 de architect was van de nieuwe BRT-structuren, van mening dat de documentaire "een vorm" is -dat is essentieel- die overal inpast in de nieuwe, op inhoudelijke gegevens gebaseerde structuren. Bal schafte dan ook in 1975 de Documentaire Dienst af. Over de concrete gevolgen daarvan voor de televisiedocumentaire lopen de meningen zeer sterk uiteen, maar wellicht zit Lambert Van de Sijpe, de huidige produktieleider van de Dienst Jeugd, erg dicht bij de waarheid als hij stelt dat door het weglaten van de naam de documentaire aardig in de verdrinking is geraakt.

De directie Cultuur: non-fictie

De door Nic Bal uitgewerkte nieuwe tv-structuren voorzien naast een Bestuursdirectie Informatie (de Nieuwsdienst) en een Bestuursdirectie Instructieve Omroep nog drie directies, waarvan er één zorgt voor wat men bij de BRT non-fictie noemt: het brede veld van cultuur, maatschappelijk werk, wetenschap, recreatie e.d. Daarvoor beschikt de Directie Cultuur over vier diensten, die alle vier bepaalde taken hebben overgenomen van de vroegere Documentaire Dienst (die ook een Jeugdafdeling had), en van de diensten voor Artistieke en Educatieve Uitzendingen en voor Dramatische en Literaire Programma's.

De Dienst Jeugd

In tegenstelling met de vroegere "afdeling" Jeugd bij de Dienst Documentaires en Jeugd, die in het omnibusprogramma *TIENERKLANKEN* tal van jeugd-documentaires bracht, realiseert de huidige Dienst Jeugd nog maar weinig documentaires. Dat is een gevolg van een zo gegroeide taakverdeling en van geldgebrek, stelt de produktieleider Lambert Van de Sijpe. Toch poogt zijn

dienst daar al het mogelijke aan te doen door de aankoop van eerste klasse buitenlandse documentaires, die in de rubriek *RONDONOMS* uitgezonden worden, én ook door de realisatie nu en dan van eigen jeugddocumentaires, zoals in 1986 het zowel technische als menselijk hoogstaande "*KRISTA EN KRISTOF*" (over blinde kinderen die leren skiën).

De Dienst Kunstzaken

Kunst en cultuurdocumentaires heeft de Vlaamse televisie al van in het begin vervaardigd. In de jaren vijftig en zestig leverden kunstkenneren als Ludo Bekkers en Marcel Duchateau heel wat langlopende reeksen kunstdocumentaires af, zoals "*MENSEN EN BEELDEN*" en "*IN DE SPIEGEL VAN DE KUNST*". Later bracht b.v. Greta Deses een reeks over de monumentenzorg in ons land, "*DE TOEKOMST VAN ONS VERLEDEN*" (1972), en in 1974 ontving Duchateau voor zijn "*VOETREIS NAAR ROME*" de Bert Leysenprijs.

Vanaf 1975 dan nam de Dienst Kunstzaken de audiovisuele zorg voor de kunst op zich. In de filmmagazines werden er heel wat eigen reportages vertoond, en daarnaast ontstonden er documentaires zoals "*DE VLAAMSE VOLKSFILM 1934-1962*". In 1986 mocht Robbe de Hert voor de dienst een portret over Henri Storck realiseren. Buitenbeentje Stefan Decostere bracht recent enkele uitstekende videodocumentaires, en Ludo Bekkers en Freddy Coppens realiseerden een paar reeksen over fotografen. Onze wereldvermaarde schilders ontbreken natuurlijk ook niet in de documentaire filmografie van de dienst, en over de hedendaagse schilderkunst produceerde Bekkers in 1981 zijn vijfdeelige, prestigieuze reeks "*DE BELGISCHE KUNST NA 1945*". Meer algemeen culturele documentaires realiseerde de dienst o.a. in 1979 over China "*CHINA, ASPEKTEN VAN EEN CULTUUR*", in 1982 over Griekenland, "*GRIEKENLAND, ALLES INBEGREPEN*" en in 1985 de reeks "*MONUMENTEN EN LANDSCHAPPEN*". Verder brengt de dienst geregeld internationale co-producties, e.g. als in 1983 "*DE WERELD VAN DE BAROK*" en in 1986 "*ART NOUVEAU*". Ook in de kunstmagazines van de dienst zit er als van oudsher heel wat documentair werk.

De Dienst Vrije Tijd

Deze dienst nam in 1975 een groot deel van de programma's van de documentaire dienst over en voegde daar nog een uitgebreid stel nieuwe rubrieken aan toe. Momenteel kunnen de Vrije Tijd-programma's opgedeeld worden in een drietal groepen.

In de eerste plaats zijn er de toeristische en semi-toeristische rubrieken. De toppers daarin zijn het zaterdagse *BOEKETJE VLAANDEREN* en het zondagse *VAN POOL TOT EVENAAR*. In jaarlijks tientallen, meestal door BRT-mensen gerealiseerde documentaires, leren zij ons het eigen land, respectievelijk de ganse wereld op zijn zonnigst kennen. Voor louter documentaire reisgenoevens kan je verder terecht in de rubriek *IEMANDSLAND*, en voor films over de folklore is er de rubriek *VOLKSKUNDE*, waarvan in 1978 de filmisch erg fraaie, tweedelige "*ZEGEN ZAK EN VAT*"-documentaire (over eeuwenoude Vlaamse folklore en volksdevotie) in Ierland een zilveren harp won.

Een tweede groep Vrije Tijd-programma's wordt gevormd door de natuur- en milieubrueken. In *ALLEMAAL BEESTJES* wordt de dierenwereld in al zijn aspecten behandeld aan de hand van momenteel vaak door de natuurkineast Marcel Verbruggen gerealiseerde documentaires. *LEVEN EN LATEN LEVEN* is in hoofdzaak een (veel te braaf?) studioprogramma voor en over ons bedreigde leefmilieu. Tussen de praatjes en kwisvragen in worden er ook telkens enkele korte documentaires vertoond over b.v. de vervuiling van de Schelde "*DE SCHELDE VAN BRON TOT MONDING*" (1986).

De derde groep van Vrije Tijd-programma's handelt over diverse aspecten van de vrije tijd. De (semi-) documentaire bijdragen bespreken, die er in deze zeer verscheiden uitzendingen worden gebracht, zou hier te ver leiden, maar terloops moeten we wel nog vertellen dat de dienst er begin 1985 een buitenbeentje bijkreeg. Dat buitenbeentje kwam toen overgewaaid van de Nieuwsdienst en was elf jaar eerder ontstaan ter vervanging van het destijds razend populaire maar op het eind wat "uitgebolde" *ECHO. TERLOOPS* dus, het magazine van de journalistiek in de marge, dat in soms oervervelende maar veel vaker in echt aangename, korte documentaires en reportages ons "een andere kijk op de wereld" wil bieden.

De Dienst Wetenschappen

De Vlaamse televisie kent inzake wetenschappelijke programma's een lange traditie die teruggaat tot het jaar 1956 toen met de eerste wetenschappelijke uitzendingen gestart werd. Vanaf 1961 was er de meermaals bekroonde rubriek *VEROVER DE AARDE*, waarin vooral de exacte wetenschappen goed aan hun trekken kwamen, terwijl menswetenschappelijke en historische thema's toegelicht werden in series als *KIJK MENSEN* en *DE VERLOREN VREDE*. In 1975 ontstond dan een speciale dienst voor de wetenschappelijke programma's. Deze dienst verruimde het aanbod gevoelig en behield daarbij meestal de traditioneel documentaire vormgeving.

Momenteel bestaat de Dienst Wetenschappen uit vier kernen. In de eerste plaats is er de kern van de exacte wetenschappen, die nadat *VEROVER DE AARDE* in 1985 plaats moest maken voor het door de vier kernen samen gerealiseerde *LABYRINT*, sinds 1987 toch weer een eigen rubriek verzorgt, *MODEM* geheten. Daarnaast komt dan ook nog het actualiteitenmagazine *HORIZON*. De socio-cultureel-medische kern staat in voor magazines over gezondheid, allerlei documentaires voor *LABYRINT* en het tot zelfredzaamheid stimulerende *OMMEKAAR*. Van die laatste rubriek werd in 1985 op het internationale, Berlijnse TV-festival het programma "*DE MOEDER VAN GEORGES T.*" bekroond met de hoofdprijs in de categorie Documentaires.

De kern die zich bij de Dienst Wetenschappen met de historische programma's bezighoudt, realiseerde de jongste jaren enkele opmerkelijke documentaire prestaties, zoals in 1980 de 13-delige reeks "*150 JAAR BELGEN*" en in 1985 een driedelige serie over de haven van Antwerpen. De vierde kern bij de dienst bekommert zich om de ontwikkelingslanden. Tot 1985 gebeurde dat in de rubriek *EEN WERELD*, en van dan af met losse documentaires ("*BANGLA-*

DESH, IN DE GREEP VAN DE HULP", 1985) die in de *LABYRINT*-uitzendingen werden opgenomen.

De instructieve omroep: al kijkende leren

Onder de in 1975 opgerichte Bestuursdirectie Instructieve Omroep ressorteren drie diensten. Er is de Schooltelevisie, waarin volgens productie leider Chris Cleeren "het aandeel van de documentaires en reportages constant op ruim 80 %" geschat kan worden; er zijn de uitzendingen van de Derden, die ook heel wat documentaires en reportages bevatten, en er is de Dienst Volwassenvorming.

Bij deze laatste vormen de documentaires volgens productie leider Ludo Bekkers de buitenbeentjes. Ons hoofdoel is het maken van cursussen. Toch zijn het niet zozeer die audiovisuele cursusprogramma's, maar juist zijn documentaire uitzendingen die de Dienst Volwassenenvorming het meest respons van pers en publiek opleveren.

Bij die documentaire uitzendingen behoren de drie permanente rubrieken *LOON NAAR WERKEN*, *HANDEL EN WANDEL* en *VOOR BOER EN TUNDER*. Verder zijn er jaarlijks enkele lange, zelf gerealiseerde of aangekochte documentaire reeksen, zoals in 1981 "*MAATSCHAPPELIJKE VROUWEN*" en in 1986 "*EUROPESE KULTUREN*". "Last but not least" zijn er de historische documentaires van Jan Neckers en van de in 1982 uit de archieven heropgedoken Maurice de Wilde.

De historicus Jan Neckers, die vroeger ook meewerkte aan *LOON NAAR WERKEN* en *HANDEL EN WANDEL*, realiseerde van 1979 tot nu vier originele documentaire reeksen. Eerst ontstond het 7-delige "*HET BOEK NU*". Dan volgde het 15-delige "*DE GESCHIEDENIS VAN DE KLEINE MAN*". Vervolgens stortte Neckers zich in 10 programma's op de geschiedenis en de instellingen van "*DE VERENIGDE STATEN*", en in 1986 bracht hij ons het epos van de Belgische koloniale expansie in Midden-Afrika, het 9-delige "*ALS EEN WERELD ZO GROOT, WAAR UW VLAG GEPLANT STAAT*". Neckers, die daarnaast ook nog losse documentaires bracht (zoals het in 1986 met de Bert Leysenprijs bekroonde "*DE BEVRIJDING*"), koos bij de opbouw van zijn tv-documentaires telkens resoluut voor heel veel documentair beeldmateriaal, waarbij hij "talking heads" (interviews m.a.w.) zoveel mogelijk van het scherm weerde. Die aanpak ligt in de lijn van zijn besef van de waarde van visuele bronnen. Na het zien van en werken met duizenden meters filmmateriaal ben ik hoe langer hoe meer ervan verzekerd dat het fotografisch/cinematografisch beeld een ongelooflijk rijke bron is van ons verleden. Maar het probleem is dat de meest historici blijven vasthouden aan het geschreven woord, en dat men ondertussen erg veel waardevol materiaal verloren laat gaan, aldus nog Jan Neckers.

Over het probleem dat er reeds heel wat materiaal definitief verloren is, weet ook Maurice De Wilde mee te praten. De Wilde, die bijna gans de jaren zeventig doorbracht met historische opzoekingen, maakte in 1982 een geweldige

come-back, toen zijn eerste reeks over de Tweede Wereldoorlog meteen dé tv-gebeurtenis van het jaar werd. Het 18-delige "DE NIEUWE ORDE" werd herhaaldelijk bekroond, lokte enorm veel reacties uit en werd in 1984 ook door de RTBF overgenomen. Nadien bracht De Wilde nog vier documentaires over de lotgevallen van "DE VERDACHTEN" bij het begin van de oorlog, en in 1985 een reeks van 14 uitzendingen over "DE COLLABORATIE". Begin 1986 kreeg De Wilde voor zijn onverdroten speurwerk van de Vlaamse regering de allereerste Reinaart-de-Vos-trofee, en de V.U.B. reikte zelfs een eredoctoraat uit aan de man aan wie de verdienste toekomt dat hij als geen ander tv-journalist onverstoortbaar geijverd heeft voor een vrijere informatie.



Maurice De Wilde bij de uitreiking in 1982 van de Arkprijs voor het Vrije Woord. Achter hem kijkt Gemeenschapsminister Mark Galle aandachtig toe.

DE VIDEODOCUMENTAIRES

In de jaren zeventig maakte de technische vooruitgang het mogelijk dat de videografie (de magnetische registratie van beelden) buiten de omroepsfeer trad, en dat tal van videofirma's en audiovisuele diensten het levenslicht zagen. Deze gingen het "nieuwe medium" vooral voor non-fictie-programma's aanwenden.

De commerciële videofirma's legden zich toe op allerhande industriële opdrachten, en samen met de puur didactische registraties beleefden de documentaire "bedrijfsfilms" een geweldige opbloei. Een 14-tal degelijk uitgeruste Vlaamse videofirma's is momenteel op deze markt actief, en daarvan blijken Electronic House Video Service (EVS), ENG-Videohouse en Pittors Video Team zowat de drie belangrijkste te zijn. Naast de industriële videogrammen maken firma's als ENG-Videohouse, Videopool en Internationale Televisie Producties (ITP) eveneens reportages voor buitenlandse tv-zenders en voor de Derden.

De audiovisuele diensten die sommige bedrijven (b.v. Janssen Pharmaceutica), banken (bv de ASLK), vakverenigingen (bv. het ACW), scholen en universiteiten (bv. de K.U.Leuven) en socio-culturele organisaties (bv. de Trefcentra St.-Joost-Ten-Node) er sinds enkele jaren op na houden, realiseren ook heel wat videodocumentaires, en dat naast allerlei vooral instructieve programma's (meestal voor intern gebruik). De in 1974 begonnen Audiovisuele Dienst van de K.U.Leuven b.v. realiseerde reeds meer dan 1100 programma's, en daarvan zijn er volgens directeur Johan Van Heddegem zowat vijftig echt documentair, maar 'het percentage van de erg arbeids- en materiaalintensieve documentaires neemt wel toe binnen onze productie' voegt hij er meteen aan toe.

Op het vlak van het "alternatieve" socio-politieke videowerk dienen we te vermelden dat in Centraal-Amerika een free-lance team van twee Vlamingen de jongste jaren erg interessant documentair videowerk weet te realiseren. Journalist Dirk Vandersijpen en cameraman Jan Van Bilzen wagen er regelmatig hun leven om, zoals ze het zelf stellen, documentaires te maken over Centraal-Amerika, professionele producties die tegen de nieuwsstroom ingaan. Enkele van die documentaires, zoals "IN ZIJN NAAM" (1986, over rechtse sekten), werden ook op de BRT vertoond, en een verkorte versie van hun "HUWELIJKSFEEST IN WILILI" (1984, over een bloedbad door de contra's) deed destijds in de V.S. heel wat stof opwaaien. Veel dichterbij huis is sinds 1978 de v.z.w. De Kleine Televisie actief met "alternatieve" videodocumentaires, waarvan er reeds een 25-tal vervaardigd werden die handelden over uiteenlopende onderwerpen in de socio-politieke, de culturele en de welzijnssector.

BESLUIT

De kracht van de ganse Vlaamse documentaire productie ligt zeker en vast in haar grote kwantiteit, die haar momenteel tot een haast alledaags verschijnsel maakt. Zo alledaags en vanzelfsprekend dat men er vaak niet eens meer

bij stil staat. Zo verscheiden ook dat men door de bomen van de vele genres het documentaire bos niet meer ziet. Documentaires bieden zich immers onder de meest uiteenlopende vormen aan (van b.v. een kort amateurvideowerkstuk tot een avondvullende professionele 35 mm bioscoopfilm), handelen over de meest verscheiden thema's (zware politieke problemen zowel als liefelijke natuurfenomenen) en kunnen de meest tegenstrijdige functies vervullen (propaganda versus objectieve informatie, ontspanning versus wetenschappelijke vorming, ...).

De uitgebreide kwantiteit en rijke verscheidenheid vinden hun bekroning in de hoogstaande kwaliteit van menig documentair werkstuk. Dankzij particuliere kineasten als Henri Storck, Charles Dekeukeleire, Gerard De Boe, Paul Haesaerts, Frans Buyens en Robbe De Hert, en televisieprogrammamakers als Maurice De Wilde, Piet Vandesijpe, Paul Jambers en Jan Neckers werden er in Vlaanderen immers talrijke documentaires gerealiseerd, die in eigen land veel waardering genoten, soms zelfs voor flink wat maatschappelijke deining zorgden en meermaals ook buiten onze grenzen geapprecieerd werden. Sinds Storck en Dekeukeleire in de jaren dertig tot en met diverse recente tv-producties, wisten Vlaamse documentaires op internationaal vlak tal van prijzen en onderscheidingen in de wacht te slepen, en het totale palmares ziet er werkelijk indrukwekkend uit. Zullen we over nog eens negentig jaar even positief kunnen afronden, of zullen de "na-apers" van de buitenlandse, puur commerciële mediatoestanden daar een stokje voor steken?

NOTEN

(*) Dit artikel is gebaseerd op de eindverhandeling *De Vlaamse film-, televisie- en videodocumentaire. Verleden, heden en toekomst*, Fac. Soc. Wet., Dep. Comm. Wet., K.U.L., juni 1986, 318 blz. Promotor: Dr. W. Hesling. Onder de titel "Oog voor het echte" verscheen de verder uitgewerkte versie van deze studie (BRT-uitgave 1987).

LITERATUURLIJST

1. BOEKEN (en thesissen)

- Anthierens, J. (1963), *Tien jaar Vlaamse televisie, een overzicht*. Hasselt, Heidelberg.
- Bal, N. (1985), *De mens is wat hij doet, BRT-memoires*. Leuven, Kritak.
- Barnouw, E. (1974), *Documentary, A history of the nonfiction film*. New York, Oxford University Press.
- Belgische Radio en Televisie, *Jaarverslagen en Jaaroverzichten van 1960 t.e.m. 1986*. Brussel, B.R.T.
- Binnemans, E. (1976), *Televisieprogramma's over kunst*. Brussel, V.U.B.-thesis (2 delen).
- Bolen, F. (1978), *Histoire authentique, anecdotique, folklorique et critique du cinéma belge depuis ses plus lointaines origines*. Brussel, Memo & Codec.
- Davay, P. (1973), *Cinéma de Belgique*. Gembloux, Ed. Duculot.
- De Wilde, M. (1966), *Het mijnalarm. Een dossier*. Lier, Van In & Co.
- Forsyth, H. (1979), *Gierson on documentary*. London, Faber & Faber.
- Geens, P. (1986), *Naslagwerk over de Vlaamse film*. Brussel, CIAM.
- Hogenkamp, B. en Storck, H. (1982), *De Borinage*. Leuven, Kritak.
- Jacobs, L. (1971), *The documentary tradition, from Nanook to Woodstock*. New York, Hopkinson & Blake.
- Koninklijk Belgisch Filmarchief, *Jaarboek van de Belgische Film*, Edities 1958 t.e.m. 1980-81. Brussel, K.B.F.

- Maelstaf, R. (1971), *Henri Storck, mens en kunstenaar*. Antwerpen, S.F.C.
 Nationaal Instituut voor Radio-Omroep, *Jaarverslagen en Overzichten vanaf 1954 t.e.m. 1959*. Brussel, N.I.R.
- Pulinckx, M.A. (1980), *Charles Dekeukeleire, redécouverte de son oeuvre*. Luik, I.P.E.R.B.-thesis.
- Queval, J. (1976), *Henri Storck, ou la traversée du cinéma*. Brussel, Festival National du Film Belge.
- Ramirez, F. en ROLOT, C. (1985), *Histoire du cinéma colonial au Zaïre, au Rwanda et au Burundi*. Tervuren, Koninklijk Museum voor Midden-Afrika.
- Rigot, F. (1958), *Nomenclature des films réalisés en Belgique ou faits par des Belges à l'étranger de 1907-1955*. Brussel, Ministère de l'Instruction Publique e.a.
- Robberechts, J.A. (1955), *De film in België*. Antwerpen, V.E.V.
- Roth, W. (1982), *Der Dokumentarfilm seit 1960*. München, Verlag C.J. Bucher.
- Rotha, P. (1952), *Documentary film*. Londen, Faber & Faber, (3^e druk).
- Unibelfilm (1969), *Belgian Film production*. Brussel, Liebens druk.
- Van Casteren, A. (1978), *25 Dozijn Rode Rozen, een kwarteeuw Vlaamse televisie*. Gent, Het Volk.
- Vandereycken, P. (1976), *Het begrip documentaire*. Leuven, K.U.L.-thesis.
- Van Gyseghem, J. (1983), *Duiding op de BRT-tv, een profiel van Panorama*. Brussel, V.U.B.-thesis.
- Van Laeken, W. (1986), *Een vermoeden hoe alles eruitziet, reportages en reisverhalen*. Leuven, Kritak.
- Wolverton, P. (1983), *How to make documentaries*. Houston, Gulf Publishing Cie.
- Zagaglia, P. (e.a.) (1982), *Cinéma et réalité*. Brussel, C.B.A.

2. TIJDSCHRIFTEN (en dagbladen)

Andere Sinema - Belang van Limburg - The Bulletin - Ciné-dossiers - Communicatie - Een kijk op - Etudes du Centre National de Sociologie et du Travail - Film en Televisie - Filmkrant - Filmvakblad voor Vlaanderen - Gazet van Antwerpen - Humo - Knack - Kortberichten der B.F.U. - De Morgen - De Nieuwe - Het Laatste Nieuws - De Leerfilm - Open Deur - Pour le cinéma belge - Revue belge du cinéma (met thema-uitgaven over o.a. Storck (aug. 1979) en Dekeukeleire (zomer 1982) - Skrien - Le Soir - Spectator - De Standaard - Trends - TV-express - Volksgazet - Volksmacht - Weekblad Cinéma.

De bijdragen in dit nummer zijn van :

Jan-Pieter EVERAERTS, licentiaat in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven en realisator van documentaire films en video's.

Els DE BENS, hoogleraar in de Pers- en Communicatiewetenschap aan de Rijksuniversiteit Gent.

Ann MEYERS, licentiate in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven en wetenschappelijk medewerkster aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven.

Herman VAN PELT, docent in de Sociologie van de communicatie aan de Universitaire Instelling Antwerpen.

de audiovisuele en elektronische tekstmedia in 1995

els de bens

Deze bijdrage geeft een overzicht van de belangrijkste resultaten van een onderzoeksproject dat in opdracht van de Europese Commissie binnen het kader van het FAST-programma werd uitgevoerd. Alvorens opzet, methode en krachtlijnen van het rapport uiteen te zetten, is het wellicht nuttig deze onderzoeksactiviteiten van de Europese Commissie op het terrein van de communicatiewetenschap te situeren.

COMMUNICATIEWETENSCHAPPELIJK ONDERZOEK VAN HET FAST-PROGRAMMA

Het FAST-(Forecasting and Assessment of Science and Technology)-research-programma werd in 1978 door de Europese Commissie (DG XII) gelanceerd. Klemtoon van dit groots opgezette onderzoeksprogramma ligt op de analyse van de wetenschappelijke en technologische veranderingen en hun implicaties en gevolgen voor de samenleving. Uit de resultaten van de FAST-activiteiten wil de Europese Commissie bovendien verantwoorde beleidskeuzen afleiden en prioriteiten leggen voor een toekomstige Research- en Development-strategie.

In 1984 werd een tweede fase (1984-1987) ingezet, waarbij volgende 5 centrale thema's voor FAST II werden vastgelegd:

- veranderingen in de relatie technologie, arbeid en tewerkstelling (TET);
- diensten en nieuwe technologieën (SERV);
- communicatie (COM);
- toekomst van de voedingsindustrie (ALIM);
- geïntegreerde ontwikkeling van vernieuwbare, natuurlijke hulpbronnen (RES).

In het totaal werden 65 onderzoeksprojecten toegewezen.

Voor de communicatiewetenschap was uiteraard het COM-subprogramma van cruciaal belang. De FAST-II-verantwoordelijken bepaalden 9 thema's, die uiteenlopende deelgebieden van het zeer brede communicatie-onderzoeksveld behelzen. In bijlage wordt de volledige lijst met precieze titels en de onderzoekers en instellingen die de projecten kregen toevertrouwd, bijgevoegd. Al deze studies zijn afgesloten, en de rapporten zijn gratis te verkrijgen bij de Europese Commissie, DGXII-FAST-II te Brussel.

Hier wordt bij het project COM2 "Impact of new communication technologies on media industry" uitvoerig stilgestaan. Dit project werd toegewezen aan E. De Bens en M. Knoche, die toen nog beide verbonden waren aan de V.U.B.. Het budget bedroeg 5.740.000 BF, waarvan 45 % door de Europese Commissie, 45 % door de Programmatie van het Wetenschapsbeleid en 10 % door de V.U.B." werd gedragen.

Naast een voltijds medewerker, Chris Janssens, werd beroep gedaan op verscheidene binnenlandse en buitenlandse experts (zie verder).

Terloops dient hier te worden gewezen op de enorme financiële inspanningen die door de Diensten van de Programmatie van het Wetenschapsbeleid ter ondersteuning van de FAST II-programma's werden geleverd. Vooreerst nam de DPW steeds de helft van de financiële uitgaven op zich van alle aan Belgische onderzoekers toegewezen FAST II-projecten. Parallel met dit Europees onderzoeksproject ontwikkelde de DPW een eigen onderzoeksprogramma, dat inpikte op dezelfde 5 centrale thema's van FAST II. Deze zgn. "Belgische Fast" gaf dus meteen een belangrijke impuls aan het Belgisch wetenschappelijk onderzoek en stimuleerde een produktieve wisselwerking met de FAST II-projecten van de Europese Commissie. De belangrijkste bijdrage van deze "Belgische Fast" rond het onderzoeksthema communicatie is ongetwijfeld de indrukwekkende enquête naar "Vraag en houding van huishoudens ten aanzien van nieuwe diensten en communicatiemiddelen (F.U.N.D.P., U.C.L. en V.U.B.)". De resultaten worden naar alle waarschijnlijkheid half december door DPW gepubliceerd.

ONDERZOEKSOBJECTIEVEN EN ONDERZOEKSMETHODEN VAN COM2

Onderzoeksobjectieven

Het thema van COM2, nl. "Impact of new communication technologies on media industry in the EC-countries", was op zichzelf een oeverloos thema. Een duidelijke terreinafbakening van de te onderzoeken deelgebieden drong zich op. Na heel wat heen en weer gepraat met de FAST II-EG-verantwoordelijken, werd de opdracht beperkt tot de audiovisuele media en de elektronische tekstmedia. Het accent zou duidelijk liggen op televisie- en elektronische tekstmediaproducten, bestemd voor het grote publiek (domestic use); de hele hardware productiesector werd uitgesloten. Wel zou de technologische ontwikkeling van de transmissiekanalen (telefoonnetwerken, kabel en satelliet), die de televisie- en elektronische tekstproducten distribueren, in het onderzoek worden betrokken.

Uit de briefing bleek al vlug dat de opdrachtgevers een toekomstvisie verwachtten. Voorspellen, vooral op lange termijn, is een bijzonder riskante onderneming. Er werd dan ook voor een korte termijn prospectieve analyse gekozen: wij zouden niet verder kijken dan 1995. Het onderzoeksthema nam

duidelijker contouren aan: de nieuwe mediasituatie anno 1995 rond televisie en elektronische tekstmedia, domestic use.

Bijkomende moeilijkheid was dat het onderzoek zich moest uitstrekken over alle EG-landen. De onderlinge verschillen zijn hier sowieso hemelsbreed, zodat het formuleren van conclusies met een algemene EG-dimensie in wetenschappelijke halsbrekerij kan uitlopen. Nochtans liet de Europese Commissie ons hier geen uitweg: via FAST II wou men aanbevelingen inzake mediabeleid en verdere R & D-acties binnen een EG-context bekomen.

Het onderzoek zou dan ook gecentraliseerd worden rond een aantal vragen die relevant zijn voor alle EG-landen.

Onderzoeksmethode

In feite werd het onderzoek in 5 grote delen opgesplitst.

In een eerste fase werd over elk van de verschillende EG-landen een "state of the art"-rapport opgesteld, waarin de huidige mediasituatie beschreven werd. Het is immers evident dat, om zich aan voorspellingen te wagen, men voorafgaandelijk een degelijke kennis moet hebben van de recente media-ontwikkelingen in de diverse landen. Deze zgn. *profielrapporten* volgden steeds een zelfde structuur, zodat een vergelijkende analyse in de hand gewerkt werd. De meeste van deze rapporten werden geschreven door eigen medewerkers (E. DE BENS, D. DELECHAMBRE, CHR. JANSSENS, J. GOUBIN, M. KNOCHE en H. VERSTRAETEN). Alleen de rapporten over Italië, Denemarken en Luxemburg werden geschreven door buitenlandse collega's (D. DOGLIO, VIBEKE PETERSEN en MARIO HIRSCH), omdat het nodige bronnenmateriaal ontoereikend of moeilijk toegankelijk was. Deze profielrapporten bevatten heel wat interessante data en zij worden eerstdaags door de V.U.B. gepubliceerd.

In een tweede belangrijke fase van het onderzoek werd een *Euronetwerk* van academische communicatie-researchers in het leven geroepen. Aan deze vermaarde medewerkers (de lijst van de onderzoekers wordt als addendum II bijgevoegd) werd een tekst van ± 20 blz. gevraagd, waarin zij elk voor hun land hun toekomstvisie over AV- en ET-media-ontwikkelingen anno 1995 schetsen. Ook zij werden verzocht een bepaalde structuur aan hun rapport te geven, zodat een vergelijkende analyse mogelijk werd. Deze *Forecasting Reports* (522 blz.) zijn onlangs door Reidel-Kluwer in omloop gebracht.

De confrontatie van deze twee reeksen rapporten zou voor het COM2-onderzoeksteam achteraf een onmisbaar en waardevol werktuig blijken.

Wat het *empirisch* gedeelte betreft, werden twee verschillende onderzoeksmethodes aangewend: een Delphi-enquête in alle EG-landen en een opinie-onderzoek in België.

Via de *Delphi-enquête* werden in de 10 EG-landen "betrokken actoren" uit de media-industrie, media-instellingen, reclame en het politieke beleid geïnter-

viewd over hun toekomstvisie m.b.t. AV- en ET-media. De vragenlijst bestond uit 21 hoofdvragen met ongeveer 450 sub-vragen. De eerste ronde werd verstuurd in november 1985; de tweede in april 1986. In totaal werden 111 "betrokken" actoren geïnterviewd. Uit de enorme hoeveelheid data konden heel wat belangrijke conclusies voor COM2 worden afgeleid; vooral verrijkend waren de gegevens m.b.t. de ontwikkeling van de transmissiekanalen, van kabel- en satelliettelevisie, van de consumptiepatronen en van het financieel potentieel van de reclamemarkt.

De Delphi-enquête werd uitgevoerd door W. SEUFERT van het Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin.

Het hoofddoel van het *opinie-onderzoek in België* was een inzicht verwerven in de huidige en toekomstige consumptiepatronen van AV- en ET-media-gebruikers. Aangezien België het dichtst bekeelde land ter wereld is en de gezinnen minstens 12 buitenlandse tv-kanalen ontvangen, biedt het de mogelijkheid voor een unieke test-case studie naar de gevolgen van een toenemend buitenlands zenderaanbod. Bijzondere aandacht ging dan ook uit naar taal- en culturele barrières bij de selectie van tv-programma's. In totaal werden 86 vragen gesteld aan 1578 individuen, die een representatief staal voorstelden van de drie Belgische taalgemeenschappen. Het veldwerk werd uitgevoerd door Dimarso.

De laatste en vijfde fase was de moeilijkste, nl. de enorme kwantiteit van gegevens verwerken tot een *syntheserapport*. Uit de resultaten zouden ten slotte aan de hand van verschillende *scenario's* mediatrends anno 1995 geëxtrapoleerd worden. Volgens de initiële FAST II-opdracht werd tevens verwacht dat uit de verschillende scenario's aanbevelingen voor een coherent EG-mediabeleid en verdere R- en D-acties geformuleerd werden.

Het is hier uiteraard onmogelijk om de resultaten van de 5 onderzoekscomponenten te rapporteren. Zelfs een degelijk beknopt overzicht brengen van het synthese-rapport is niet haalbaar. Wij verwijzen dan ook de geïnteresseerde lezer naar de 4 deelstudies en het synthese-rapport. Wij haken hier enkel in op een aantal krachtlijnen; het luik aanbevelingen voor een relevant EG-mediabeleid en verder R- en D-acties, laten wij, gezien het specifieke EG-beleidsmatige aspect, hier terzijde.

Eén dominant scenario: toenemende privatisering

Bij het uittekenen van de verschillende scenario's, werd het al vlug duidelijk dat één scenario allesoverheersend was, nl. dat van de privatisering. Ingevolge cumulatie van een aantal factoren is deze trend naar privatisering in alle EG-landen irreversibel. De overheid is blut en het Amerikaanse model, waarbij dankzij de privatisering de communicatierevolutie zich sneller zou voltrekken, wint overal terrein. Het politieke klimaat evolueert dan ook verder gunstig t.o.v. privatisering, en vooral de overtuiging van de privé-sector dat er met de nieuwe mediamarkt veel geld te verdienen valt, versnelt het privatiseringsproces.

De privatisering zal zich verder voltrekken op 3 niveau's: het niveau van de produktie, reeds volop aan de gang in praktisch alle EG-landen. Het tweede niveau, dat van de programmatie, nl. in de zin van de monopolisering van de openbare sector, is in een stroomversnelling. In alle EG-landen zullen tegen 1995 nieuwe commerciële zenders operationeel zijn. De elektronische tekst-media, tot in zekere mate zelfs teletekst, maar vooral videotex, zullen van bij het begin op privé-basis uitgebouwd worden.

Het derde niveau, dat van de transmissie, zal meegesleurd worden in de privatiseringsrage. Zelfs de typische overheidsbastions, de PTT's, zullen niet ontsnappen aan gedeeltelijke of volledige privatisering. Kabelnetten en zelfs satellietprojecten zullen meer en meer afhankelijk worden van privé-initiatieven.

Concentratie, multimediatie en transnationalisatie

De privatisering en de marktgebondenheid van de massamedia zullen de aan de gang zijnde concentratiebewegingen in de hand werken. Conglomeraten, zoals deze rond R. Murdoch, R. Maxwell, Bertelsmann en R. Hersant, zullen verder vanuit het imperium van de print-media hun activiteiten uitbreiden naar de AV- en ET-sector.

Deze trend naar multimediatie zal trouwens ook op nationaal niveau toenemen (cf. thans in België RTL-TV en VTM).

Kapers op de mediakust zijn echter kapitaalcrachtige industriële groepen en financiële holdings. Voor hen is de toekomstige mediasector een winstgevend, in expansie verkerende markt; de media-ambities van b.v. de bouwgi-ganten Berlusconi en Bouygues, alsook deze van de financiële holding GBL rond A. Frère, bevestigen dit.

In 1995 zullen alleszins de bankiers de lakens naar zich toe halen; ook traditionele mediagiganten, type Murdoch-Maxwell, zullen meer en meer afhankelijk worden van hun geldschietters.

De mediemarkt zal dus door een steeds kleiner aantal groepen gecontroleerd worden. Overheidsmaatregelen en allerhande anti-trustwetgevingen zullen, zoals vandaag, omzeild en ontkracht worden.

Onder de machtige media-synergieën zullen er zeker Europese groepen zijn en niet, zoals vaak wordt beweerd, louter Amerikaanse. Deze Europese mediaconglomeraten zullen zich in de eerste plaats toespitsen op de "traditionele" media, waarvan de rentabiliteit reeds bewezen is. Voor de "nieuwe" televisieproducten zoals pan-Europese satellietzenders, betaaltelevisie, videotex groot publiek, wordt de markt met omzichtigheid afgetast.

Hamvraag hierbij is of de reclamemarkt voldoende elasticiteit zal vertonen om zich aan de expansieve mediemarkt aan te passen. Meerdere deelstudies van COM2 tonen aan dat het reclamevolume nog zal aangroeien, maar alleszins niet in gelijke tred met de te verwachten commerciële mediaboom. De onderlinge concurrentiestrijd om de reclame-inkomsten naar zich toe te trekken, zal des te scherper zijn.

Homogenisering en standaardisatie

De toenemende concentratie, commercialisering en concurrentie zal het aanbod meer en meer in de richting van de popularisering duwen. Hoge kijkcijfers zijn immers de veiligste strategie om de reclamekoek naar zich toe te trekken.

De AV-productie zal zich vooral toeleggen op populaire series, shows, video-clips, etc.. De Europese AV-producten zullen gemoduleerd worden op de Amerikaanse AV-codes, die op een lange commerciële ervaring terugvallen en kassuccessen garanderen. Bovendien is het nu reeds voorspelbaar dat de zgn. echte "Europese" mediaconglomeraten hun zendschema's zullen opvullen met Amerikaanse pulp, die niet alleen goedkoop in aankoop is, maar bovendien grote kijkpublieken aantrekt.

Het zgn. gediversifieerde aanbod zal leiden tot de multiplicatie van één en hetzelfde. In zijn forecast report waarschuwt H. Melody voor het Canadese scenario: Canada heeft in het verleden kabel- en satellietinfrastructuren uitgebouwd, eigen Canadese tv-zenders in het leven geroepen... om uit te groeien tot "highways for the American software industry".

Het Green Paper van de Europese Commissie "Television without frontiers", dat de "free flow" van tv-zenders stimuleert, zet de deur wijd open naar commercialisering en bijgevolg op termijn de veramerikanisering. Het COM2 hecht geen geloof aan eventueel opgelegde "eigen" productiequota's. Zij zullen genegeerd worden, en bovendien zit de Europese Commissie zelf knel met deze richtlijn. J. Tunstall voorspelt dan ook terecht dat dit "free flow"-principe van de EG zich wel eens tot een Amerikaans Trojaans paard zou kunnen ontpoppen.

De commercialisering zal ook op het terrein van videotex, domestic use, leiden tot standaardisatie. Software producenten leggen zich toe op "ready-made"-systemen: ze zijn goedkoper, maar ze werken de uniformisering in de hand. Bovendien tonen de videotex-activiteiten in Frankrijk duidelijk aan dat het publiek de "Minitel" voor allerhand ludieke toepassingen gebruikt en de opgevraagde informatie rudimentair blijft.

Experten voorspellen dan ook dat videotex-toepassingen-groot publiek zullen afglijden naar banaliteit. Zelfs het taalgebruik zal verarmen en trivialisieren. De komende informatiemaatschappij zal er wellicht heel wat banaler uitzien dan sommige dromers dachten. De ET-media zullen dus evenmin als de AV-media ontsnappen aan de nivellerende impact van de marktmechanismen.

De mediemarkt anno 1995

Het COM2-team heeft met opzet de eerder steriele terminologische discussie over het concept "nieuwe" media vermeden. Wel was er een concensus dat bij de zgn. nieuwe tv-producten zoals kabeltelevisie, satelliettelevisie en betaaltelevisie, het in feite niet om echte "nieuwe" media gaat. De transmissiekanalen, nl. kabel en satelliet, kunnen voor een nieuw transportmiddel zorgen, maar in essentie gaat het steeds om traditionele televisie.

De voorspellingen inzake aanleg van nieuwe *kabelnetten*, communicatie- en DBS-satellieten, zijn helemaal niet spectaculair. De nu reeds dicht bekabelde landen zoals België (91 %), Nederland (85 %), Luxemburg (60 %), hebben een saturatiedrempel bereikt. Het beruchte Plan Câble, waarbij in Frankrijk reeds in 1985 1 miljoen abonnees op een glasvezelnet aangesloten zouden zijn, zal niet eens in 1995 gerealiseerd zijn. In Groot-Brittannië, waar privé-kabelmaatschappijen de nieuwe netten moeten aanleggen, laat het privé-initiatief het na diverse marktonderzoeken afweten: tegen 1995 wordt een densiteit van 20 % voorspeld (thans 13 %). Het enige EG-land waar de overheid vast besloten is aan de kabelaanleg een zekere vaart te geven, is West-Duitsland: tegen 1995 wordt een kabelpenetratie van 40 % nagestreefd.

In de meeste EG-landen zullen de kabelmaatschappijen hun typische "carrier"-rol kunnen overschrijden en met een eigen commercieel, lokaal station van wal steken. De commerciële lokale kandidaat-aanbieders worden ongeduldig, en in afwachting van voldoende kabelinfrastructuur zullen vergunningen voor commerciële lokale televisie via de ether worden afgeleverd. In de sterk bekabelde landen zal in het kader van de privatiseringstrend het licht op groen worden gezet voor lokale commerciële televisie. COM2 heeft echter een pessimistische toekomstvisie ontwikkeld. Ingevolge de commercialisering tekenen zich twee scenario's af: uitbreiding van het marktaandeel naar zoveel mogelijk regio's, m.a.w. uitgroeien tot een semi-nationale zender, of fusies aangaan met lokale radio's en kranten zodat geografische monopolies ontstaan.

Aangezien een groot deel van Europa niet bekabeld is, zal de toekomst van *satelliettelevisie* nauw samen hangen met het verdere lot van de *DBS-satellieten*.

Het prestigieuze TDF-SAT-project zal uiteindelijk van start gaan, maar gezien de duizelingwekkende investeringen en de onbetaalbare, grote schotelantennes, ziet de toekomst er heel wat rooskleuriger uit voor de goedkopere mid power DBS-satellieten, type SES-Astra.

SES-Astra wacht alleen nog op de lancering door Ariane. De bezwaren van Eutelsat beletten niet dat reeds vandaag 16 contracten met pan-Europese zenders zijn afgesloten!

In 1995 zal dus het satelliettelevisieverkeer alleszins sterk zijn toegenomen, en de potentiële markt voor pan-Europese zenders neemt reusachtige afmetingen aan. Nochtans voorspelt COM2 slechts een overlevingskans voor maximum 3 pan-Europese satelliettelevisiezenders! De adverteerderswereld heeft nogal wat twijfels over pan-Europese reclame: het aantal geschikte producten is beperkt, verschillende merknamen voor hetzelfde produkt, de doelgroepen van pan-Europese zenders zijn zó heterogeen en vaag dat mediaplanners er geen brood in zien, de zeer divergente Europese culturen, tradities en gewoonten, en de nationale reclamereguleringen overtrekken de toekomst van pan-Europees adverteren. Er komt ook tegenwind van het publiek: de taal- en culturele barrières zijn sterk aanwezig, en bovendien heeft COM2

aangetoond dat er in heel wat EG-landen geen directe behoefte is aan een buitenlands zender-aanbod (o.m. Frankrijk, Groot-Brittannië, West-Duitsland!). De voorspellingen klonken even pessimistisch t.o.v. de zgn. "airbusen", die een volledig televisie-aanbod brengen, als voor de thematische satellietzenders. De Europese mediamagnaten zullen zich dan ook met een zekere terughoudendheid op de satelliettelevisiemarkt engageren. Het feit dat vandaag R. Murdoch al meer dan de helft van de aandelen van Sky Channel van de hand heeft gedaan, wijst in deze richting.

De toekomstperspectieven voor *betaaltelevisie* zijn nog somberder. Betaaltelevisiezenders zullen hoofdzakelijk actief blijven op het terrein van film en entertainment. Hier komen zij dus in een verloren concurrentiestrijd met de talrijke commerciële zenders, die in de huiskamers gratis een zelfde programmacategorie brengen.

De grootste belager van betaaltelevisie is echter ongetwijfeld de *videorecorder*. De videogebruiker is niet afhankelijk van zendschema's noch van zendselectie. Alle experts zijn het eens: video wordt de grote winnaar in 1995. De gezinnen beschouwen nu al video als een verlengstuk van hun televisietoestel, en de televisieproducenten zullen de video als een onderdeel van de televisieset aanbieden.

De voorspellingen inzake de ontwikkeling van de ETM, de echte "nieuwe" media, lopen sterk uit elkaar voor teletekst en interactieve videotex. Voor *teletekst* wordt door alle onderzoekers tegen 1995 een "boom" verwacht. Teletekst is vandaag al door het grote publiek snel aanvaard geworden, omdat het de huiskamer binnendringt via het vertrouwde televisietoestel. De decoders zijn bovendien goedkoop, het aanbod zal grotendeels gratis blijven, de potentiële capaciteit van teletekst loopt tot 10.000 blz.... Uit divers consumentenonderzoek blijkt dat voor het invullen van de informatiebehoeften groot publiek teletekst het uitstekend doet.

De toekomst van *interactieve videotex* groot publiek is héél wat complexer. Eerst en vooral zal de ontwikkeling afhankelijk zijn van de verdere uitbouw van telefoonnetwerken en later zelfs van glasvezelkabelnetten. Frankrijk is het enige Europese land waar videotex groot publiek reeds vandaag een onverwacht succes kent. De Franse ervaring was voor COM2 bijzonder instructief. Sociale innovatie, nl. het gebruiken van een totaal nieuw medium, werd losgemaakt door het gratis ter beschikking stellen van de infrastructuur (nl. de Minitel). Belangrijk hierbij is ook dat de Minitels geleverd werden op verzoek van de consumenten en niet, zoals vaak bij pilootprojecten het geval is, selectief geplaatst. Het Minitel-project werd een onverhoopt succes, en tegen 1995 zullen meer dan 5 miljoen gezinnen een Minitel bezitten. Toch zijn alle experts het eens: het Franse Minitel-exploot zal een alleenstaand feit blijven in Europa. In tegenstelling tot de andere EG-landen, heeft Frankrijk geen teletekstactiviteiten ontwikkeld (gevolg van de zeer dure standaard Antiope). De elementaire informatie-functie die videotex in de Franse huiskamer aflevert, wordt elders vervuld door teletekst. Het zijn in feite enkel de meer ludieke

toepassingen zoals spelletjes, hobbyclubs, partnercontact, etc. die aan de Franse videotex een aparte plaats in het medialandschap toebedelen. Ook al zou deze ludieke toepassing van videotex de mediaconsumenten in de toekomst aantrekken, dan blijft het hoogst onwaarschijnlijk dat de andere EG-landen de enorme financiële investeringen voor een "Minitel"-project op zich zullen nemen. Interactieve videotex zal zich in de toekomst in de overige EG-landen vooral in de professionele sectoren ontwikkelen.

Tenslotte heeft COM2 het *profiel van de mediaconsument* anno 1995 trachten uit te tekenen. De gezinnen zullen multi-equipped zijn: televisietoestellen met grote kanalen capaciteit, teletekstdecoders, videorecorder en hi-fi-installatie; in sommige landen, vooral Frankrijk, en in zekere mate West-Duitsland, zullen videotex-terminals gebruikt worden. Deze multi-equipped gezinnen zullen via kabel en satelliet een vergroot zenderaanbod ontvangen, en het mediagebruik zal dus veel meer gefragmentariseerd verlopen.

Alle voorspellingen zijn unaniem: er zal meer geld (zelfs in geval van stagnering van de huishoudbudgetten) en meer tijd gespendeerd worden aan audiovisuele producten.

De mediaconsument zal in 1995 nog meer aan de huiskamer gekluisterd blijven en de nieuwe communicatierevolutie zal dan ook de sociale vervreemding verder doordrukken.

De honger naar populaire programma's en in het bijzonder naar Amerikaanse of op Amerikaanse leest geschoeide series zal nog toenemen. Ondanks de vele inspanningen en grootse plannen om de Europese AV-productie te stimuleren, zullen de kijkers anno 1995 via de vele nieuwe commerciële zenders meer Amerikaanse pulp aangeboden krijgen. Het opleggen van "eigen" productiequota's biedt geen garanties omdat ze zullen omzeild worden. Uit het laatste rapport van J. Cluzel (dec. 1987) blijkt o.m. dat ondanks de "strengere" quota's inzake eigen Franse producties, de Franse zenders steeds meer Amerikaanse series aankopen!

Verdere veramerikanisering via het verruimde tv- en video-aanbod lijkt voor het COM2-onderzoeksteam dan ook een irreversibele trend voor 1995.

Of het toenemend televisieverkeer en het free flow concept van de Europese Commissie uiteindelijk de integratie en de toenadering van de diverse Europese culturen zal stimuleren, blijft zeer de vraag. Binnen de EG blijken immers de taal- en culturele barrières hardnekkig. Het COM2-onderzoek toonde aan dat met uitzondering van Nederland en België, alle lidstaten de programmatie in originele versie via ondertiteling verwerpen!

Terecht kan gevreesd worden dat de EG free flow beleids optie meer in het voordeel van marktpermatieven dan van culturele strategieën zal werken.

LITERATUURLIJST

- BENS, E. de en KNOCHE, M., *Impact of new communication technologies on media industry in the EC-countries*, Brussel, European Commission, DG XII, FAST II, 169 blz.
- BENS, E. de en KNOCHE, M. (Eds.), *Electronic media in Europe. Prospects and developments*. A report from the Fast-Programme of the Commission of the European Communities, Dordrecht, 522 blz..
- KNOCHE, M. en SEUFERT, W. (1987), *Entwicklung und Finanzierung des Fernsehprogrammangebots bis zum Jahr 2005. Ergebnisse einer Delphi-Studie im Rahmen des EG-Forschungsprogramms FAST*, pp.209-229 in *Media Perspektiven*, 4.

Het Euronetwerk van de academische researchers van COM2.

Groot-Brittannië

- N. GARNHAM, School of the Polytechnic of Central London.
- G. MURDOCH, Centre of Mass Communication Research, University Leicester.
- J. TUNSTALL, City University of London.

Frankrijk

- P. FLICHY, Centre National d'Etudes des Télécommunications, Paris.
- B. GUILLOU, DGT, Service de la Prospective et des Etudes Economiques, Paris.
- J.M. CHARON, Centre d'Etude des mouvements sociaux, associé au C.N.R.S., Paris.

West-Duitsland

- B.P. LANGE, Institut für Wirtschaftstheorie, Osnabrück.
- J. TONNEMACHER, Heinrich-Hertz Institut für Nachrichtentechnik, Berlin.
- A. ZERDICK, Institut für Publizistik & Kommunikationspolitik, Berlin.

Nederland

- D. McQUAIL, Gemeentelijke Universiteit Amsterdam.
- G.J. KEMME, Gemeentelijke Universiteit Amsterdam.
- J.C. ARNBAK, Technische Hogeschool Delft.

Italië

- G. RICHERI, Dept. Form. Prof., Cultura e reppo Lebaro, Univ. Bologna.

Ierland

- D. OWENS, National Institute for Higher Education, Glasnevin.

Luxemburg

- M. HIRSCH, Communication Consultant, Luxemburg.

Griekenland

- K.A. PAPANDREOU, Athene.

België

- D. DE GROOFF Dept. Com. Wet., K.U.L., Leuven.
- A. GRYSPEERDT Dept. Com. Sociale, U.C.L., Louvain-la-Neuve.

Canada

- W.H. MELODY, E.S.R.C., London.

Japan

Y. ITO, Institute for Communication Research, Tokyo.

Voorzitters : E. DE BENS en M. KNOCHE.

Lijst van de COM.-projecten FAST II

COM 1 : L'Industrie des Télécommunications : options techniques et enjeux industriels.

Verantwoordelijke : L. Gille, IDATE, Montpellier (F).

COM 2 : Impact of New Communication Technologies on Media Industry in EC countries.

Verantwoordelijke : E. De Bens & M. Knoche, Vrije Universiteit Brussel (B).

COM 3 : The Spectrum of Possible Future Market Configurations for Telecommunications.

Verantwoordelijke : J. Müller, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung, Berlin (D).

COM 41 : Final Demand : Social Experiments with Information Technology.

Verantwoordelijke : L. Qvortrup, Odense University, Odense (DK).

COM 42 : La demande finale : aspects juridiques.

Verantwoordelijke : Y. Pouillet, Faculté Universitaire Notre-Dame de la Paix, Namur (B).

COM 51 : Structural Impacts of Telematics on Automobile and Textile & Clothing Industries.

Verantwoordelijke : G. Fornengo, Laboratorio Economia Politica, Torino (I).

COM 52 : Effets structurants de la télématique sur les industries : Les cas de la pétrochimie et de la grande distribution.

Verantwoordelijke : G. Valenduc, Fondation Travail Université, Bruxelles (B).

COM 6 : L'impact de la fonction de communication sur les structures sociales : Rétrospective et Prospective.

Verantwoordelijke : R. Lick, Cegos, Paris (F).

COM 8 : Conséquences d'un réseau mondial sur l'autonomie et la pertinence des espaces nationaux.

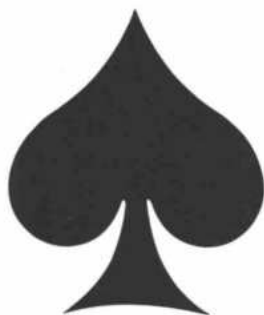
Verantwoordelijke : G. Muskens, I.V.A., Tilburg (NL).

COM 9 : La presse télématisée.

Verantwoordelijke : E. Basevi, Milano (I).



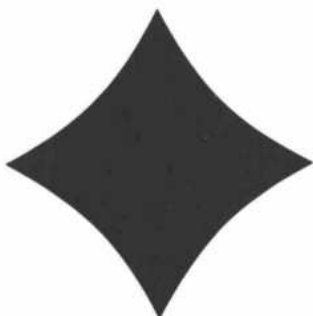
Een hart voor sport.



Met de neus op het nieuws.



Bijna 100 jaar jong.



Kik. De fijnste krant in heel het land.

KAARTEN OP TAFEL.

GAZET VAN ANTWERPEN **GVA**

EEN HANDVOL TROEVEN, ELKE DAG!

de affiche door de eeuwen heen de samenleving in beeld^(*)

ann meijers

Nauwelijks was het schrift uitgevonden of de eerste voorlopers van de affiche zagen het levenslicht. Vandaag is het aanplakbiljet alomtegenwoordiger dan ooit tevoren, en getuigt hiermee van een enorme overlevingskracht, die ze ongetwijfeld dankt aan de efficiëntie waarmee ze haar functies vervult. Een onmiskenbare latente kwaliteit van de affiche ligt evenwel in haar waarde als tijdsdocument. Als produkt en medeproducent van een bepaalde tijd-ruimtelijke omgeving weerspiegelt ze het verhaal van mens en maatschappij doorheen de tijd. In de volgende bespreking van de geschiedenis van de affiche ligt de klemtoon dan ook op deze interactie tussen inhoudelijke, esthetische, technische en functionele evolutie van de affiche enerzijds, en economische, politieke, socio-culturele, ... context anderzijds.

DE VOORLOPERS VAN DE AFFICHE IN DE OUDHEID

Met de uitvinding van het spijkerschrift door de Sumeriërs (\pm 3500 v.C.) zou "de oudheid" begonnen zijn, een tijdperk waarin achtereenvolgens het Nabije Oosten, Griekenland en Rome de toonaangevende machten waren. Laatstgenoemde introduceerde samen met de hellenistische cultuur en met het christendom ook de voorlopers van de affiche in onze gewesten, affiches die toen nog voornamelijk werden aangewend voor de transmissie van officiële berichten en voor het verspreiden van commercieel nieuws. Qua vormgeving verschilden deze voorlopers danig van onze huidige biljetten. Zo liet de overheid, om de bevolking op de hoogte te brengen van wetten en verordeningen, de aankondigingen graveren in houten, stenen of metalen tafels, die vervolgens werden uitgestald op drukbezochte plaatsen. Veruit de eerste sporen van dergelijke "affiches" vindt men terug in het Oude Testament, waar God zijn volk opdraagt zijn geboden op de drempels der tempels en op zuilen van poorten aan te brengen, opdat men ze steeds voor ogen zou houden. Ook Mozes'stenen tafelen kunnen, zo men wil, als toenmalige affiches beschouwd worden. De Egyptenaren schreven hun geschiedenis op de gevels en zuilen van hun tempels en op de sarcofagen van de farao's - waarbij sommigen zich zelfs schuldig maakten aan "overplakken". Uit deze periode dateren tevens enkele advertenties/affiches ter opsporing van weggelopen slaven. De Grieken voegden aan het Egyptische affiche-repertoire enkele belangrijke nieuwe verschijningsvormen toe. Zo gingen ze op drukbezochte plaatsen zoals agora en Acropolis axones plaatsen: uitgekalkte houten ta-

fels, die per vier vertikaal waren opgericht en omwentelbaar waren om een centrale as. Zeer handig voor affichage van snel verouderde mededelingen waren houten tafels en witgekalkte muren die speciaal hiervoor ter beschikking werden gesteld. Rome ontwikkelde een heel gamma aan affichedragers, gaande van de vrij te raadplegen borden in de woningen der hogepriesters, over de acta diurna die legers en wingewesten werden toegestuurd teneinde hen te informeren over de gebeurtenissen in het vaderland, tot de gravures of schilderijen op openbare gebouwen, zuilengangen en grafmonumenten. Het meest specifiek voor de Romeinse periode was evenwel het gebruik van alba, waarbij de mededelingen met rode oker of met houtskool op witgekalkte panelen of muren werden aangebracht die in gelijke vlakken waren onderverdeeld. Op deze muren, die werden uitgebaat door een reclame-contractant, verscheen er zowel verkiezingspropaganda als reclame voor gladiatorenspelen, bordelen, ... Particuliere aankondigingen werden echter meestal op de gevel van het huis van de adverteerder zelf aangebracht. Beschadiging van affiches was toen reeds strafbaar.

Met de val van het Westromeinse Rijk ging echter ook het klassieke erfdeel in onze gewesten aan het tanen, en samen met de meeste geschreven publiciteitsvormen verdwenen ook de alba opnieuw uit onze streken.

TERUGVAL VAN DE GESCHREVEN PUBLICITEITSMIDDELEN IN DE MIDDELEEUWEN

Ondanks het bestaan van een materieel gunstige situatie (heirbanen) heerste er tijdens de eerste "onafhankelijke" eeuwen een communicatiestilte in onze contreien. Deze werd o.m. veroorzaakt door de onveilige wegen, maar van doorslaggevend belang was vooral de culturele en economische laagconjunctuur tijdens de vroege en begin volle middeleeuwen. Met het massaal ingetreden analfabetisme verloren de meeste geschreven publiciteitsmiddelen hun bestaansreden, waarmee ook het lot van de affiche bezegeld was. In de plaats kwamen er een heel rijtje vnl. beeldende en verbale media op de voorgrond, waarbij de openbare omroeper tot aan de nieuwe tijden het leeuwenaandeel van de informatieverbreiding voor zijn rekening zou nemen. In Brugge zouden er wel in "ronde letteren" beschreven borden uitgehangen zijn aan deuren van kerken, halle, beurs en schepenhuis. 's Avonds werden deze binnengehaald wegens vandalisme. Hét oudste geschreven plakkaat zou echter van Duitse origine zijn geweest, en een oproep doen ten voordele van een kerkelijke omhaling. Ook handelaars en kwakzalvers maakten gebruik van dergelijke (vaak louter beeldende) affiches, maar de actiefste gebruiker ervan bleef toch de overheid. Het allereerste document waarin sprake is van affiches (hoewel toen zo nog niet genoemd), dateert uit 1407. Het is een brief van Karel 6, waarin hij aan de universiteit van Parijs verbodt het volk op te roepen tot vergaderingen zonder dat de koning hiervoor zijn toestemming had gegeven - wat dus wel was gebeurd, nl. via affiches die in kerken waren opgehangen.

Net als in de oudheid was ook in de middeleeuwen het globale reclamepakket nog vrij bescheiden in omvang. Naarmate de 'volle middeleeuwen' vorderden kwamen steden en handel evenwel tot bloei, en ook de weleer zeer negatieve houding tegenover reclame milderde ietwat.

ONTSTAAN VAN DE MODERNE (GEDRUKTE) AFFICHE IN DE NIEUWE TIJDEN

Met de val van het Oostromeinse Rijk in 1453 namen de 'nieuwe tijden' een aanvang, een op de meest uiteenlopende gebieden zeer dynamische periode. Zo ook op communicatief vlak, waar Gutenberg alvast voor een krachtige inzet van het nieuwe tijdperk zorgde met zijn uitvinding van de boekdrukkunst (1450). Hieruit resulteerde weldra een hele waaier aan gedrukte informatie- en reclamemedia, met o.a. krant, boek, advertentie en de eerste moderne (= gedrukte) affiche. Het oudste bewaarde gedrukte aanplakbiljet dateert uit 1477 en werd gepubliceerd door W. Caxton ter aanprijzing van zijn nieuwste uitgave "The Salisburi Pye", een boek met richtlijnen voor de geestelijkheid te Easter. De eerste geïllustreerde affiche kwam uit Frankrijk, waar Jean du Pré ter gelegenheid van de Grote Verzoendag van O.L.Vrouw in 1482 een biljet met religieus tafereeltje liet drukken voor het kapittel te Reims. Tot aan de uitvinding van de lithografie in 1798 bleven illustraties echter vrij uitzonderlijk wegens de duurte en moeilijkheid van het procédé der houtgravure. Ook de gedrukte affiche had echter te kampen met sterke tegenwind. Het gebruik van aanplakbiljetten door revolutionairen en oproermakers viel niet in de smaak bij de gevestigde macht, die aldus een heel lijstje beperkende bepalingen ging samenstellen, waaraan sancties als opsluiting, geseling, verhangning, wurging e.d. verbonden werden. De praktische weerslag van dit alles was dat tot aan de 18de eeuw het gebruik van affiches feitelijk voorbehouden bleef aan overheid (o.a. geïllustreerde recruteringsbiljetten), kerk en gerecht. Op handelsgebied werd er tot dan toe vrijwel uitsluitend gebruik van gemaakt door uitgevers. Tijdens de speculatiemanie die volgde op de Financier Law, ging men echter ook in financiële middelen een beroep doen op de affiche om de bewegingen binnen de zakenwereld te berichten. Dit was een ware revelatie voor de handelaars, en in de loop van de 18de eeuw kende het publicitaire afficheren een dermate groeiend succes, dat een reglementering ervan zich opdrong en in verscheidene grote steden het aanplakken werd toevertrouwd aan speciale corpsen. De nieuwe tijden brachten aldus een eerste doorbraak voor de affiche, maar armoede en analfabetisme stonden vooralsnog een massale aanwending ervan in de weg.

DOORBRAAK EN BLOEI VAN DE AFFICHE IN DE HEDENDAAGSE TIJDEN

1789-1845: van tekstplakkaat naar lithografische affiche

In de jaren die volgden op de Franse revolutie, kende de politieke tekstaffiche een grote bloei (ook in het door Frankrijk bezette België). Overeenkomstig hun

doelstelling waren deze biljetten meestal nogal ruw uitgevoerd en droegen een directe, radicale eisende tekst. Wegens het grote succes - tussen plakploegen werden zelfs ware mini-oorlogen gevoerd, waarbij ze elkanders biljetten zo snel mogelijk trachtten te overplakken - werd er weldra ook een affichewetgeving uitgewerkt om de toevloed van affiches zowel kwantitatief als inhoudelijk (censuur!) enigszins onder controle te kunnen houden.

Een nieuwe grote sprong voorwaarts kwam voor de affiche in zicht, toen A. Senefelder in 1796-98 de lithografie uitvond en zo de illustratie binnen het bereik van het aanplakbiljet bracht. Deze techniek zou evenwel pas enkele decennia later echt doorbreken, samen met de eerste successen van de commerciële affiche, die tot dan toe op de achtergrond gebleven was. Rond 1845 werden ook de eerste pogingen tot kleurenlithografie ondernomen, evenwel zonder erg goede resultaten. Inmiddels was ook de eerste lithografische sneldrukkers ontworpen (1833).

1845-1885: doorbraak van de beeldaffiche

Door een samenspel van economische, ruimtelijke, technische en juridisch-politieke factoren in combinatie met het baanbrekend werk van Chéret, kende de affiche in de tweede helft van de 19de eeuw zowel kwalitatief als kwantitatief een enorme opgang, die tevens de basis zou vormen voor de hoogbloei van het biljet rond de eeuwwisseling.

Een eerste belangrijke stimulans was aldus de geleidelijke opbloei van de kapitalistische vrije markt-economie, hand in hand met de industriële revoluties. Om de afzet van de in massa geproduceerde goederen te vrijwaren ging de ondernemer over tot het voeren van reclame, waarbij de affiche uiterst geschikt bleek voor zowel het aanprijzen van produkten als voor het creëren van nieuwe behoeften.

Een tweede belangrijke factor was het 'Hausmannisme'. Vanaf 1853 werden er in verscheidene grote steden (o.a. te Parijs door R. Hausmann) groot-scheepse moderniseringswerken aangevat, en enkele decennia lang leverden werfafsluitingen en blinde gevels dan ook een bijna onuitputtelijke publicitaire oppervlakte. Toen de toestand zich rond de eeuwwisseling opnieuw normaliseerde, werden allerlei vormen van 'reclame-straatmeubilair' geïntroduceerd (reclame-kiosken...), waarvan de meeste evenwel geen lang leven beschoren waren.

Ook juridisch werden alle obstakels voor de affiche uit de weg geruimd. In de 'loi sur la presse' uit 1881 werd de absolute vrijheid van aanplakken afgekondigd, mits naleving van bepalingen omtrent zegelrecht e.d..

Voor de artistieke openbaring, tenslotte, zorgde Jules Chéret, 'vader van de kunstaffiche'. Hij ontwikkelde in zijn werk de basisprincipes van het latere biljet: integratie van tekst en beeld, afstandswerking door samenspel van kleur en compositie, en vergroting van het afficheformaat.

STAKING

is uitgebroken in de

Vellenfabriek **DELACROIX**

omdat de loonsovereenkomst er niet wordt toegepast.

De bestuurders dezer **FIRMA** loopen de **BUITEN-GEMEENTEN** af om

ONDERKRUIPERS

aan te werven om den rechtvaardigen strijd der werklieden te kunnen breken.

De enkele **SUKKELAARS** van **PETEGEM, MACHELEN, CRUYSHAUTEM, OLSENE**, enz., die zich hebben laten overhalen om de

JUDASROL

te spelen, moeten beschermd worden door **GENDARMEN** en **POLITIE** en worden zelfs in **LUXE-AUTOS** naar huis gevoerd.

De bestuurders van de **FIRMA "DELACROIX"**, kunnen een voorliefde hebben voor **LOONBEDERVERS**, maar alle bewuste werklieden zullen weigeren het **KRUIS** dat alle **ONDERKRUIPERS** merkt, te dragen.

Arbeidsters, Arbeiders,

weigert de **JUDASROL** te spelen! Laat **U** niet **AANWERVEN** in de **FIRMA "DELACROIX"**. Weigert Uwe werkbroeders en zusters in den rug te schieten! Steunt de moedige stakers in hun strijd voor **RECHTMATIG LOON!**

Voor de Algemeene Centrale :

De Secretarissen, **G. DE ROO - P. LEGON.**

De Propagandist, **R. BAUWENS**

(overgenomen uit : De Herdt, R., e.a. Het affiche, spiegel van de industriële maatschappij, p. 91.)

1885-1914: hoogbloei van de kunstaffiche

Tijdens de Belle Epoque beleefde de affiche haar gouden tijdperk, waarbij tussen 1895 en 1900 een overvloed aan tentoonstellingen, verenigingen en tijdschriften zelfs een ware 'affichomanie' teweegbrachten. De meest gerespecteerde kunstenaars gingen zich nu ook over de affiche buigen, die er zelfs even haar oorspronkelijke reclamefunctie bij uit het oog verloor, om zich nu vooral als nieuwe kunstvorm te gaan manifesteren. De dominante kunstrichting tijdens de Belle Epoque was de art nouveau, maar naarmate de eerste wereldoorlog naderde, ging de Europese affiche een groeiende waaier aan kunststijlen vertonen. Deze periode bracht een hele pleiade aan uiterst getalenteerde afficheontwerpers voort. Voor Frankrijk was er de geniale H. de Toulouse-Lautrec, evenals E. Grasset, A. Mucha, Th. Steinlen en de overgangsfiguur L. Capiello. Ons 'uitverkoren land van de art nouveau' met een internationale uitstraling op het vlak van avantgardistische trends (Cercle des XX...), telde in de jaren 90 twee belangrijke affichecentra: Brussel met o.a. A. Crespin, E. Duyck, G. Combaz en P. Livemont; en Luik met E. Berchmans, A. Rassenfosse, A. Donnay en H. Meunier. Zeer getalenteerd waren ook H. Cassiers, V. Creten, Th. Van Rysselberghe en H. Van de Velde. Grote namen uit Groot-Brittannië waren W. Morris (Arts and Crafts Movement), A. Beardsley, J. Hassall en D. Hardy (Graphic Design), en J. Pryde en W. Nicholson (the Beggarstaff Brothers). In de Duitse affichekunst zegevierde enerzijds het expressionisme (o.a. Kokoschka) en anderzijds het 'Sach Plakat' van de Gebrauchsgraphiker (o.a. Lucian Bernhard). Voor Nederland was er J. Toorop en R.N. Roland Holst. In de vanouds meer reclame-minded U.S.A., tenslotte, gaven L.J. Rhead, W.H. Bradley, E. Reed en E. Penfield de toon aan.



PRIVAT LIVEMONT. Biscuits & Chocolat Delacre (1896). (overgenomen uit: X., Affiches Belle Epoque, afbeelding 44)

1914-1918: de affiche in dienst van oorlog en revolutie

Tussen 1914 en 1918 stond nagenoeg de gehele afficheproductie in het teken van de oorlogsinspanning - op wat commerciële goodwill-advertising na. Het biljet werd nu ingezet om vrijwilligers tot legerdienst te overtuigen, vrouwen aan te sporen om de arbeid van hun opgeroepen echtgenoten over te nemen (geëmancipeerder beeld!), op te roepen tot inschrijving op oorlogsleningen, het moreel hoog te houden, ... Hierbij werd de artisticeit van het ontwerp naar het achterplan geschoven ten voordele van een maximale overredingskracht van de boodschap, wat men aldus enerzijds trachtte te bereiken door het gebruik van psychologische beïnvloedingsmethoden (gebiedende vorm; persoonlijk aanspreken van elkeen door een al dan niet bekende persoon, cf. "I want YOU for the US-Army"; ...), en anderzijds door de zeer toegankelijke naïef-realistische afbeeldingen begeleid door korte, directe slogans. Genuanceerdheid was hier zeker niet de boodschap.

1918-1940: naar een meer rendementsgerichte affiche

In de jaren na de oorlog kwam de reclame-industrie eindelijk volop tot ontplooiing, met oprichting van talrijke reclamebureaus en -tijdschriften. Er groeide ook een nieuwe visie op reclame en affiche, waarbij men vanuit een bezorgdheid om grotere efficiëntie overging tot een meer wetenschappelijke i.p.v. artistieke aanpak. Hierdoor voltrok er zich geleidelijk een verschuiving van de meestal door toeval en improvisatie tot stand gekomen biljetten van ontwerpers-kunstenaars, naar het reclamebureau en zijn grafici. Louter artistiek geïnspireerde biljetten waren enkel nog welkom in de culturele sector - met een groeiende verwijdering tussen affiche - en eigentijdse kunst tot gevolg. Concreet manifesteerde deze nieuwe visie zich o.m. in de vervanging van uitgewerkte tekeningen door vlotte ééndimensionele ideeën, in de kristallisering van uitgebreide discours tot treffende slogans, en in de opdrijving van aantal en formaten van affiches. Vanzelfsprekend werd deze evolutie sterk gestimuleerd door de versnelling van levensritme en verkeer.

Laatstgenoemde kenmerken treden duidelijk naar voor bij doornamen van de concrete afficheproductie uit deze periode, en in het bijzonder bij de politieke biljetten, die met de invoering van het algemeen enkelvoudig stemrecht de wind sterk in de zeilen kregen. Karikaturen en tafereeltjes werden hier steeds meer vervangen door foto's van de verkiezingskandidaat in kwestie, eindeloze discours door slogans. Voor de veelvuldige, patriottisch getinte evenementen werden meestal wel nog voorgedrukte affiches met driekleurige omranding en bijhorende symboliek gebruikt. In eigen land spanden de socialistische affiches qua strijdvaardigheid de kroon, in het buitenland stonden de Sovjetrussische plakaten van na de oktoberrevolutie zowel kwantitatief als kwalitatief aan de top. Ook in de religieuze biljetten was er een duidelijke tendens naar een krachtiger vormtaal waar te nemen. Op economisch vlak werd de affiche ingezet voor zowel algemene ideeën (koop Belgisch) als consumptieartikelen (steeds meer damesartikelen!) te verkopen. De belangrijkste vernieuwingen in cultuur en vrijetijdsbesteding waren de opgang van zo-

wel toerisme (affiches voor toeristische diensten en voor transportbedrijven) als sport (eenvoudige tekstplakaten of voorgedrukte affiches met de generaliserende afbeelding van de desbetreffende sporttak of met een bier- of tabaksmerk). Terwijl er in de biljetten voor kermis (vaak voorgedrukt), tentoonstellingen (artistiek), toneel (traditionele symboliek) en spektakels weinig vernieuwing was, ontwikkelde de bioscoopaffiche zich inmiddels tot een apart genre met gespecialiseerde ontwerpers.

Doorheen (vooral culturele) biljetten deed ook de kersverse moderne kunst haar intrede in het straatbeeld. Bij het vooroorlogse expressionisme, kubisme en futurisme voegde zich tijdens wereldoorlog I het dadaïsme (R. Hausmann, J. Heartfield, G. Gross, H. Hoch), gevolgd door een hele waaier aan abstracte kunststromingen (constructivisme, De Stijl, ...). De jaren 30 werden dan weer beheerst door surrealisme en postkubisme (Cassandre, C. Loupot, P. Colin, J. Carlu, E. McKnight-Kauffer).

In de Belgische affichekunst waren de voornaamste namen van vlak na de oorlog M.L. Baugniet, F. Delamare, en de vertegenwoordigers van de 'historische stijl' F. Van Acker, O.Poreau en F. Toussaint. Dé grote vernieuwing kwam er met Leo Marfurt, die met zijn dynamische gestileerde stijl 20 jaar lang de Belgische reclamewereld zou domineren. Andere talenten uit deze



LEO MARFURT. Flying Scotsman (1928) (overgenomen uit Daenens, L. e.a., Affichekunst in Oost-Vlaanderen, p. 31.)

periode waren L. de Roeck, H. Verbaere, M. Severin, A. Mambour en M. Martinet. Hoewel de Belgische tussenoorlogse affichekunst dus wel gezegend is geweest met een aantal zeer getalenteerde ontwerpers, behoorden dezen toch niet tot de wegbereiders van de nieuwe affichetaal. Voornaamste oorzaak hiervan was de conservatieve ingesteldheid van de opdrachtgevers uit zakenwereld en overheid, en aanvankelijk ook van het kunstonderwijs.

1940-1945: de affiche weerom op oorlogspad.

De periode '40-'45 bracht weerom nagenoeg uitsluitend oorlogsbiljetten voort, waarbij deze nog ongeveer dezelfde functies vervulden als in '14-'18 en ook nu weer het artistieke aspect verwaarloosd werd ten voordele van directe tekst (!) en beeld. Van Duitse zijde pogde men de bezette bevolking te overreden tot collaboratie, het antisemitisme te bevorderen, en buitenlandse arbeidskrachten te ronselen voor de ontvolkte Duitse fabrieken. Wegens haar uitgangspunt - de superioriteit van het Arische ras - en de ondertoon als van een kolonisator tot een volk dat lijdt aan culturele en economische onderontwikkeling, was de Duitse propaganda echter bijna een geboren verliezer. Eens de oorlog gewonnen, ruimden de spontane bevrijdingsaffiches weldra plaats voor biljetten die niet zozeer de gebrachte offers dan wel de sterke nationalistische gevoelens na de zege beklemtoonden.

1945-1986: de verwetenschappelijking van het affichegebruik

Sinds '45 is de affiche niet enkel inhoudelijk, artistiek en technisch met haar tijd mee-geëvolueerd, maar ook het nieuwe commerciële concept van het biljet heeft implicaties gehad voor haar verschijningsvorm. De reclamebusiness is intussen immers uitgegroeid tot een specifiek domein met eigen specialisten (van psychologen tot grafici), die de marketing als basis voor hun werk aanvaardden en grote waarde hechten aan motivatie- en operationeel onderzoek. Bovendien is de affiche herleid tot één schakel in een multimediale campagne, en moet ze zich als communicator van slechts één of enkele facetten van een complexere reclameboodschap, schikken naar doelstellingen en principes van de ruimere campagne.

De invloed van context op inhoud van het biljet komt wellicht het duidelijkst naar voor bij de politieke affiche. Hierbinnen onderscheiden we enerzijds deze van niet-partijgebonden organisaties of van groepen behorend tot de 'strijdcultuur', en anderzijds deze van de partijgebonden organisaties. Tot deze laatste behoren ook de verkiezingsaffiches die qua thematiek meestal uitermate tijdsgebonden zijn (koningskwestie, schoolstrijd, herstelbeleid, ...). Opvallende tendensen qua vormgeving zijn hierbij het toenemende aantal personenaffiches - ten nadele van de thema-affiches - en hiermee samenhangend het zich steeds meer beperken tot een foto van de politicus in kwestie met daarbij een slogan. Onder de noemer van ideologische en maatschappijkritische affiches horen er weerom inhoudelijk zeer uiteenlopende biljetten thuis. In de jaren 60 groeide het verzet tegen kapitalistische levensstijl en waardensysteem zowel bij de 'bloemenkinderen' (psychedelische poster) als

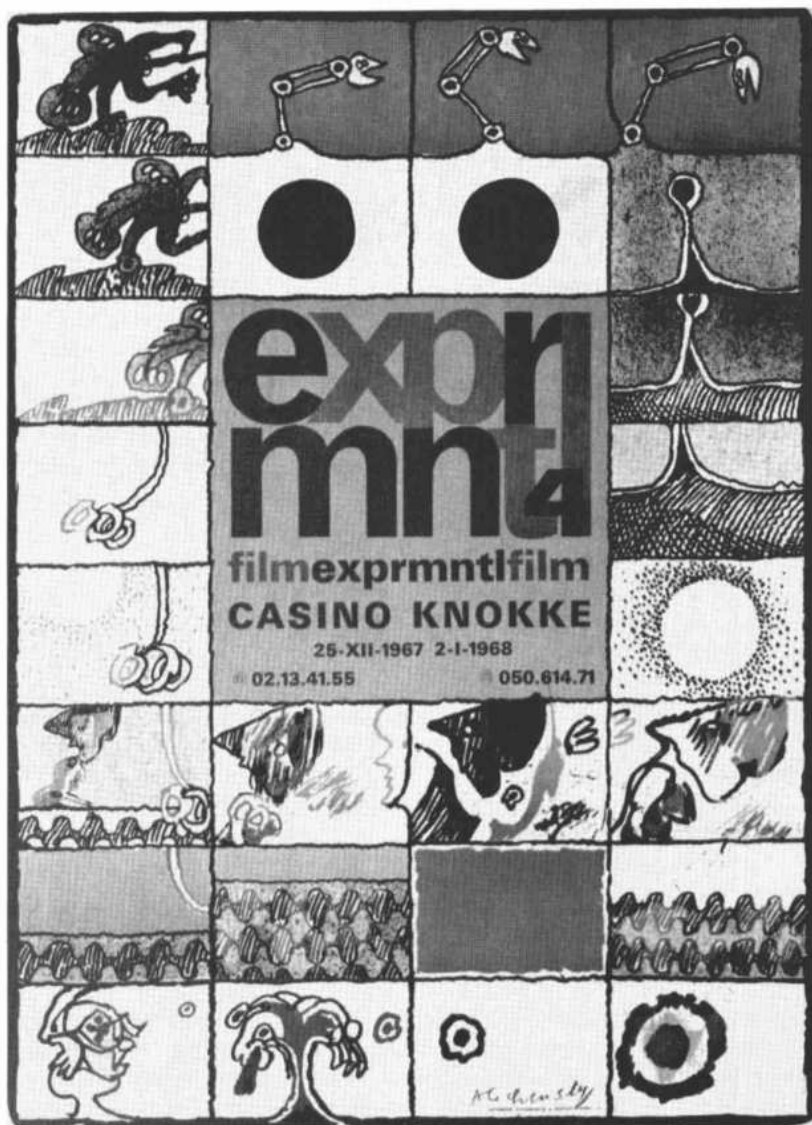
bij de studenten (mei 68-affiches). Intussen groeide ook het verzet tegen de oorlog in Viëtnam en steeg de populariteit van Mao, Che Guevara, In de jaren 70 ging men dan o.m. langs de affiche om de mens trachten bewust te maken van milieuverontreiniging, evenals van de derde- en vierdewereldproblematiek. In schril contrast met deze biljetten staan deze voor handel en economie (reclame voor goederen, beurzen, financiële instellingen, ...), waarbij er zich tevens enkele opmerkelijke tendensen openbaren, nl. enerzijds de commerciële exploitatie van actuele ideologische trends (b.v. het progressieve ideeëngoed om jongeren te lijmen), en anderzijds de evolutie in het beeld van de vrouw evenals de enorme opgang van de man in de reclame. De achterliggende reclamefilosofie ligt hierbij in het versnellen van de geld- en goederenstroom door constant nieuwe trends/behoefte te lanceren, waarbij het aanprezen goed een supplementaire betekenis wordt toegekend en aldus een middel wordt om de gebruiker in zijn omgeving te definiëren en te integreren.

Op esthetisch-artistiek gebied is de voornaamste naoorlogse aanwinst ongetwijfeld het opnieuw sterker aanhalen van de banden tussen affiche- en eigentijdse kunst - met een piek tijdens de mini-affichomanie van de jaren 60 (posters!). Typerend voor de naoorlogse kunst was hierbij enerzijds het vervagen van de nationale en culturele verschillen, en anderzijds het bestaan van een oneindige veelvoudigheid aan kunststromingen en een onoverzichtelijk stilistisch pluralisme. Zo trad als reactie op de vooroorlogse geometrische abstractie en het constructivisme in de jaren 50 de non-figuratieve kunst op de voorgrond (action-painting,...), die weldra een figuratief tegenantwoord kreeg in pop-art en nieuw realisme. In de jaren 60 bloeide dan weer gelijktijdig de belangstelling voor abstracte (op-art...) en figuratieve (surrealisme, ...) kunst op, terwijl de zeventigers weerom een hele waaier aan nieuwe kunststijlen aanbrachten (minimal art, concept art, ...). Ook de Belgische kunst van na '58 werd gekenmerkt door een toegenomen aandacht voor wetenschappelijke, sociale en ideologisch-wijsgerige materies, evenals door de integratie van de tijds- en ruimtedimensie in het kunstwerk, en door een verdere evolutie in de richting van observatie, analyse en gevolgtrekking.

Met de Belgische affichekunst in het bijzonder was het vlak na wereldoorlog II echter niet zo best gesteld, dit vooral wegens de overmacht van de koloniserende buitenlandse concurrentie waartegen onze getalenteerde ontwerpers (L. Marfurt, Capouillard, L. Shell, A. Wellekens) weinig vermochten. De volgende jaren legden C. Rohonyi en J. Richez evenwel de basis voor de verdere evolutie van de Belgische grafiek, en weldra trad er een nieuwe generatie affiche-kunstenaars op de voorgrond - met o.a. J. Key, A. Pasture, J. Goffin, J.M. Folon en P. Alechinsky. Jammer genoeg zijn de domeinen waarin zij zich creatief volledig mogen uitleven zeer beperkt.

Grote namen uit het buitenlandse affichegebeuren sinds W.O.II zijn o.m. : K. Staeck voor Duitsland ; P. en J. Colin, J. Carlu, C. Loupot, J. Nathan, R. Savignac, B. Villemot, J. Seguela en Ferraci voor Frankrijk ; H. Erni, C. Vivarelli, M. Bill en J. Carqiet voor Zwitserland ; D. Elffers, W.J.H.B. Sandberg en O. Treumann voor Nederland ; E. Paolozzi en P. Gee voor Engeland ; en tenslotte L.

Wyman, E. Terrazas, A. Mavignier, E. Marisol, A. Warhol, F. Stella en R. Indiana voor het Amerikaanse continent.



PIERRE ALECHINSKY en CORNEILLE HANNOSET. Exprmntl 4 (1967) (overgenomen uit : X., De affiche als kunstvorm in België 1900-1980, p. 105)

BESLUIT

Aan het einde van dit artikel willen we nog even terugblikken naar ons uitgangspunt - de affiche als spiegel van de maatschappij - en nagaan hoe dit bevestigd wordt door en in de globale inhoudelijke, esthetische, technische en functionele evolutie van het aanplakbiljet.

Wat het eerste aspect betreft is het min of meer vanzelfsprekend dat de inhoud van de affiche steeds eigentijds zal zijn, in deze zin dat ze een beeld geeft van de gebeurtenissen, tendensen en belangstellingsferen die een samenleving op een bepaald ogenblik in hun greep houden, maar ook van de waarden en normen die de overtuigingen en het gedrag van de mens bepalen.

Deze wisselwerking tussen context en inhoud van het biljet hebben we in voorgaande tekst trachten aan te tonen voor de affiches van verschillende inhoudelijke geaardheid. D.w.z. : voor de politieke biljetten (waarvan het ontbreken even veelzeggend kan zijn als een maximale vrijheid van aanplakken), de commerciële affiches (die zich doorheen de tijd tot een steeds ruimer publiek zijn gaan richten, en waarvan de kwantiteit - gezien de nauwe verbanden met groei en bloei van de economie - beschouwd kan worden als een barometer van de conjunctuur), de biljetten voor cultuur en vrijetijdsbesteding (die eveneens op een geleidelijke democratisering van beide wijzen), en de religieuze affiches (waarvan de evolutie een aanwijzing zou kunnen zijn voor de voortschrijdende verwereldlijking).

Ook formeel is de affiche steeds gebonden geweest aan en bepaald geworden door de technische mogelijkheden en artistieke trends in een bepaalde samenleving op een bepaald ogenblik.

Wat de dragers betreft, heeft de affiche doorheen de tijd een hele weg afgelegd, van de alba en axones in de oudheid, over de (luttele) handgeschreven brieven uit de middeleeuwen, tot de gedrukte affiches uit de nieuwe tijden, en de beeldaffiches uit de hedendaagse tijden (lithografie, kleurenreproductie, offset, zeefdruk, snelle persen, ...).

Sinds de beeldaffiche haar intrede deed, is het biljet ook esthetisch-artistiek met haar tijd gaan mee-evoluëren. Eigentijdse kunststromingen werden en worden weerspiegeld in de 'affichekunst', die rond de eeuwwisseling haar hoogtepunt bereikte en er zelfs even haar oorspronkelijke functie bij uit het oog verloor. Sinds het interbellum is men echter steeds meer aandacht gaan besteden aan de rendementsgerichte aspecten van het aanplakbiljet, vaak ten koste van de artistieke kwaliteit ervan. Met de huidige verwetenschappelijking van affiche en gebruik ervan, is de belangstelling voor de kunst in het aanplakbiljet nog verder afgezwakt ; er worden wel nog 'verwijzingen' naar de kunst aangebracht, maar een grote artistieke vrijheid valt de affichekunste naar enkel nog te beurt bij opdrachten voor de culturele sector.

Ook de functie van de affiche heeft zich doorheen de tijd o.i.v. context en media gewijzigd. Met de opkomst van pers, radio en televisie werd de informatieve taak van het biljet (althans voor wat het 'harde' nieuws betreft) alsmaar minder belangrijk, en kwam het accent steeds meer te liggen op haar publicitaire kwaliteiten - en tijdelijk ook op haar artistieke waarde, nl. tijdens de Belle Epoque. Na de tweede wereldoorlog werd haar reclame-functie tevens verengd, doordat het biljet nu werd ingepast in een ruimere multi-mediale campagne, waarbinnen ze één facet van een complexere reclameboodschap diende te communiceren.

Met bovenstaand overzicht hebben we nogmaals trachten aan te tonen hoe de affiche (in haar verschillende componenten en als geheel) het produkt is van een bepaalde temporele en ruimtelijke omgeving, gekenmerkt door een bepaald politiek en sociaal klimaat, een zekere graad van economische ontwikkeling, een al dan niet grote artistieke en culturele activiteit, een bepaald niveau van wetenschap en techniek, het eigentijds medialandschap, en een specifiek normen- en waardensysteem.

De affiche is als dusdanig steeds het produkt van een welbepaalde combinatie van deze factoren maar ook iets meer. Ze absorbeert niet enkel elementen uit haar omgeving, maar voegt ze samen tot een nieuw geheel dat gewoon kan weerspiegelen wat is, maar de werkelijkheid ook een stapje voor kan zijn en zo mentaal de weg kan effenen voor verandering. Hierbij speelt de connotatieve dimensie van het biljet (... impliciet gepropageerde waarden...) een minstens even belangrijke rol als de informatie die denotatief in woord en beeld is opgeslagen. Door als trendsetter op te treden of bestaande tendensen te bevestigen, kan de affiche haar steentje bijdragen tot het maatschappelijk leven.

De wisselwerking tussen affiche en omgeving blijft evenwel inhoudelijk beperkt tot die aangelegenheden die het voorwerp van de affiche kunnen uitmaken. Zodoende zal het aanplakbiljet dan ook enkel weerspiegelen of voorafbeelden in relatie tot haar doelstelling. Waarbij we dan weer kunnen opmerken dat het bestrijkbare domein vrij breed blijft, gezien de zeer verscheiden functies die de affiche kan vervullen (informatie, propaganda, reclame, educatie, esthetiek, ...).

Hoe de toekomst van de affiche of de affiche van de toekomst er zal uitzien, blijft vooralsnog een gissen.

M.b.t. het eerste aspect lijkt het ons op grond van de geschiedenis van de affiche evident, dat deze ook in de toekomst sterk zal worden bepaald door de bovengenoemde omgevingsfactoren, waarbij vooral de evolutie van economie, massamedia (tv!) en techniek van groot belang zullen zijn.

De 'look' van de affiche van de toekomst zal naar alle waarschijnlijkheid gedermineerd worden door de inspanningen om het visuele (fluorescente kleuren, transparante en bewegende affiches, ...) en psychologische schokeffect

te vergroten. Of men in de toekomst ook meer aandacht zal besteden aan de artistieke vormgeving van het biljet, en of men dan meer werk zal maken van de integratie van de affiche in het stadsdecor, blijft vooralsnog een vraagteken....

Hoedanook, naar ons vermoeden is de affiche nog niet meteen aan haar zwaanzang toe, precies omwille van de doeltreffendheid waarmee ze haar functies vervult. Al ligt er dan misschien zware concurrentie van de televisie in het verschiet, toch lijkt het ons dat een gevestigde waarde als de affiche (in het bijzonder in ons maatschappijtype) niet zomaar vervangen kan worden - mede door de eigen aard en specifieke troeven van elk medium. Een opdracht voor de toekomst ligt er wel in de ogen niet te sluiten voor de dysfuncties en negatieve nevenverschijnselen van affiche en (massaal) gebruik ervan. Wellicht kunnen een verdere uitbreiding van wetgeving en zelfregulerende codes deze gedeeltelijk opvangen en ze globaal minimaliseren.

NOTEN

(*) Dit artikel werd door de auteur samengesteld op basis van haar eindverhandeling "Tekenens aan de wand. Een geschiedkundige en esthetische benadering van de affiche van in de oudheid tot op heden" voor de Fac. Soc. Wet., Dep. Comm. Wet., K.U.Leuven, febr. 1987, 264 + XXXIX blz., promotor prof. Dr. G. Fauconnier.

LITERATUURLIJST

- Daenens, L. e.a. (1984), *Affichekunst in Oost-Vlaanderen*. Gent, Provinciebestuur Oost-Vlaanderen Gent, 195 blz.
- De Herdt, R., Deseyn, G. en Verheeke, G. (1984), *Het affiche: spiegel van de industriële maatschappij*. Gent, Dienst voor Culturele Zaken, 143 blz.
- Gallo, M. (1975), *Affiches: de tijd in beeld*. Antwerpen, Het Spectrum, 319 blz.
- Mermet, E. (1881), *La presse; l'affichage et le colportage*. Parijs, C. Marpon et E. Flammarion s.d., 486 blz.
- Moles, A.A. (1970), *L'affiche dans la société urbaine*. Parijs, Dunod, 153 blz.
- Oostens-Wittamer, Y. (1975), *De Belgische affiche 1892-1914: catalogus Koninklijke Bibliotheek Albert 1 Brussel*. Brussel, Koninklijke Bibliotheek Albert 1, 259 blz.
- Weill, A. (1982), *L'affiche française*. Parijs, Presses Universitaires de France, 127 blz.
- X. (1979), *Affiches Belle Epoque; keuze uit de verzamelingen van het museum Vleeshuis*. Antwerpen, Stad Antwerpen, 104 blz.
- X. (1980), *De affiche als kunstvorm in België 1900-1980* (catalogus bij de tentoonstelling georganiseerd in het kader van Europalia, m.m.v. de ASLK). 152 blz.
- X. (1985), *De officiële Belgische affiche van Cassiers tot Folon 1830/84*. (Catalogus bij de tentoonstelling georganiseerd door het Belgisch Instituut voor Voorlichting en Documentatie in samenwerking met de Generale Bankmaatschappij). Asse, J. Verbruggen, 80 blz.

in
de
marge

ingezonden reacties
commentaren of bedenkingen
hetzij bij de media-actualiteit
hetzij bij de gepubliceerde artikels.

de informatieve kracht van de televisie (*)

herman van pelt

Vroeger, in een ver verleden, was er voor norske geesten de schandpaal. Nu is er de televisie: het beeldkastje in de huiskamer als zondebok voor een wereld die zonder dit medium minder ontredderd zou zijn.

Die hedendaagse klaroenstoten van gloedvol gekanker over de duivelse uitwassen van de televisie en haar onvervulde beschavingsmissie zijn niet nieuw.

Vanaf de tweede helft van de negentiende eeuw, de periode waarin kranten en tijdschriften massamedia werden, hebben aristocratische publicisten en personen met hoge standaarden die media met argusogen en met een scherp omljnd moreel besef gevolgd. In hun cultuur-historische beschouwingen werden de massamedia rechtstreeks in verband gebracht met de populaire volkscultuur en het schrikbeeld van de moderne massa-maatschappij, waarvoor zij tot in het merg van hun botten bezorgd waren. Pogingen om kunst en cultuur via de media te verspreiden en te populariseren werden verworpen als vulgarisering, verbastering en verraad.

Wie enigermate thuis is in de literatuur, herkent in die geluiden ook de namen van de critici uit en rond de Frankfortse school. Veel liefs over de openbare communicatie en de massamedia is in de beschouwingen van Th. W. Adorno, M. Horkheimer, J. Habermas, H. Marcuse, H.M. Enzensberger en dat soort jongens niet te vinden. Zij zien weinig lichtpunten in de moderne communicatiemiddelen. De oude en de nieuwe media worden besproken als instrumenten van de heersende klasse, als opium voor het volk. Allé inhoud is ideologisch en wordt ge-

bruikt om de gemanipuleerde consument er onder te houden.

In hun voetsporen zagen velen van de intellectuele middenstand, zoals J. Delecluze in het korte geschrift "De doctorandussen plaag" de sociologen én hun democratiseringsgeneratie uit de roerige jaren '60 wat oneerbiedig noemt, in de snel groeiende, winstgevende, almachtige en vooral vermaledijde kapitalistische beeldindustrie alléén maar decadentie en verwording: een soort 1984-maatschappij waarin mensen hun identiteit kwijtraken.

Intussen zijn we 1987. Maar opnieuw klinken bij talloze gelegenheden dergelijke klaaglijke verzuchtingen op over het verval van de eigen tijd, de geestelijke chaos, de afstomping en de ondergang van het zelfstandige denken als gevolg van de alles platmakende televisie.

De Amerikaanse media-socioloog Neil Postman heeft dat onlangs nog eens wespertig én stekertig herhaald in zijn geruchtmakende boek "Wij amuseren ons kapot: de geestdodende werking van de beeldbuis", waarmee hij tegenwoordig ook bij ons van zich doet spreken.

Zijn geleerd en goedverkochte gemopper betreft de transformatie van de Amerikaanse cultuur als gevolg van de televisie die letterlijk alles, ook politiek, religie, nieuws en educatie, opdient als entertainment en amusement. Het probleem, volgens hem, is niet dat de televisie het publiek overstroomt met goedkoop amusement, maar dat zij alle serieuze zaken oppervlakkig maakt en met allerlei dipsausjes overgiet om de verteerbaarheid te vergroten. Zijn stellige overtuiging is dat in deze wereld de televisie een soort zwarte pest is.

Ook "Misunderstanding Media" van Brian Winston is zo een donderpreek en een waarschuwing tegen de dreiging van een door de commercie verschaalde massamediale informatietoevering. Voor deze auteur is het resultaat van de zogenaamde informatierevolutie een epidemische verspreiding van grijsheid en apathie. Hij suggereert dat onder invloed van de elektroni-

sche media de wijze waarop mensen zich in het openbaar met elkaar onderhouden, is besmet geraakt met oppervlakkigheid, emotionaliteit, anti-intellectualisme, irrelevantie en onsamenhangendheid.

Een derde kanon, Gerrit Komrij, scherpt dit nog eens aan en verklaart: de trotse bekroning van de informatiemaatschappij, de televisie, heeft van het informeren (zelfs) een gezelschapsspel gemaakt, niet ongelijk aan een rondje tric-trac of ganzenborden: een als slaapverdrijver bedoelde slaapverwekker.

Ook Komrij's beschrijving neigt naar de karikatuur. Maar zijn omschrijving blijkt in vele opzichten typerend te zijn voor het oordeel van vele verontruste tijdgenoten. Voor talloze intellectuelen, sommigen meer gezaghebbend dan anderen, zijn, zo kan men met weinig woorden zeggen, de op commerciële leest geschoeide visuele media voor de geest wat de te kleine pantoffels ooit waren voor de voeten van de vrouwen in het oude China. Die vrees vindt uitdrukking in termen als "Amerikanisatie", "Vertrossing" en "Vervoozing" van de cultuur. In hun papiermassa doen zij het volgens oud recept voorkomen alsof het einde van elk cultureel niveau nabij is, de erfenis van het verleden in gevaar, een nieuwe culturele ijstijd dreigt. Het is een overtuiging die in verschillende toonzettingen aan te treffen is.

Van die zo juist genoemde, provocerende, soms briljant geformuleerde meningen is waarschijnlijk wel wat waar. Elke media-vorm heeft nu eenmaal zijn eigen lepra. Je mag deze waarschuwingen dus niet gemakshalve wegraten. Maar het is niet alles en zeker niet de essentie. Mij doen die verwijten denken aan overbezorgde moeders die in elke snotneus en in iedere schram een bedreiging zien voor de gezondheid van hun kroost.

Alle somberheid, alle scepsis en elk cynisme ten spijt, laat ik mij de overtuiging niet ontnemen dat het scherm zwart ziet van de mogelijkheden voor het scheppen van cultuur en openbare meningsvorming. De realisatie van die hoop vereist evenwel een bui-

tengewone inspanning, een grote inzet, een sterk engagement en beslistheid. Maar wat ligt meer voor de hand dan oprecht te geloven dat wij mans genoeg zijn om ons samen een weg te banen in het nieuwe audiovisuele terrein.

Ik wil die mening graag verduidelijken. Maar omdat dit exposé geen boek is, moet ik mij tot rudimentaire aanduidingen beperken.

Bij alle ergernis die de nieuwe ontwikkelingen op het gebied van de audiovisuele technologie wekt, zal men niet vergeten dat een groot deel van onze waarneming van én kennis over het leven buiten de dagelijkse woon- en werkkring wordt opgedaan via het beeldscherm. Het dagelijkse televisiejournaal is de meest benutte nieuwsbron van het publiek. Informatie dwarrelt echter neer in nog vele andere verschijningsvormen die zich in de loop der jaren hebben ontwikkeld. In de achtergrondrubrieken met reportages en beschouwingen of rond één thema, in serviceprogramma's als consumentenrubrieken, in praatprogramma's, in rubrieken met kunstnieuws en sportuitslagen, in instructieve programma's, in andere speciale reeksen en in de directe verslaggeving van lokale, nationale en internationale evenementen via zowel de open als de gesloten televisiecircuits. Zij bevorderen bij veel kijkers een bredere oriëntatie en ontwikkeling. Zij brengen de cultuur direct in de huiskamer. Zij maken het gezag tot personen, regenten tot mensen. Het "buitenland" wordt een geheel nieuwe dimensie.

De Westeuropeaan van vandaag, ik citeer Richard Schoonhoven van de Nederlandse KRO in zijn programmablade, behoort tot de eerste generatie kijkers aan wie alles wordt gepresenteerd wat waard is om gezien en gehoord te worden. Eigentijdse culturele hoogtepunten, wereldliteratuur uit heden en verleden worden hem aangedragen. Hij leeft, in zijn armzetel gezeten, wereldexpedities mee, waar elke ontdekkingsreiziger een paar generaties terug niet van durfde te dromen. Hij volgt discussies tussen staatslieden, die zich - niet zolang geleden - uitsluitend tegenover enkele uitverkorenen uitslieten.

En het is nog lang niet afgelopen. Die ontwikkeling duurt wereldwijd en nabij ononderbroken voort. Het aantal kanalen waarlangs men informatie krijgt, blijft onstuitbaar groeien zoals een rivier onweerstaanbaar voort stroomt in de richting van de zee.

Vanuit een communicatief perspectief bekeken is die, in een goed journaal en vooral in aardige documentaires nauwgezet samengebalde dagelijkse beeldenproductie, een toegankelijke vorm van eigentijdse geschiedschrijving; een kans om het eigen heden serieus te nemen en een indrukwekkend, uiterst degelijk middel om jezelf cultureel en intellectueel fris te houden. Ze biedt unieke mogelijkheden om aan een gezamenlijk cultureel erfgoed te participeren, om inzicht te verwerven in het klimaat van deze tijd én om als kijker en hoorder in dat gebeuren betrokken te worden.

Dat kan ik gemakkelijk illustreren met een bloemlezing van originele reportages, fascinerende archiefbeelden, documentaires vol kwaliteiten, imposante momentopnamen en boeiende sportverslaggeving uit meer dan dertig jaar eigen kijkervaring. Een geschiedenis over ons land kan niet meer worden samengesteld zonder de werkstukken uit het BRT-archief. Ik zou er graag over uitweiden, maar ik moet dat thema laten rusten voor een andere, heel specifieke programmasoort.

Ook programma's die zich kenmerken door een spelhandeling: feuilletons, mini-series, docu-drama's én zelfs zwijmelseries als Dallas en Dynastie (over mooie rijke mensen die het danig moeilijk hebben) bevatten, behalve het verhaal, evenzeer een massa concrete, soms ongemakkelijke, informatie, waarden en stereotypen over de inrichting van de samenleving, wat daarbinnen geschiedt, en over persoonlijk leven. Voorbeelden kent iedereen. Slechts enkele ervan wil ik ter oriëntatie signaleren.

Wat duizenden historische publikaties over de concentratiekampen, de gaskamers en de uitroeiing van zes miljoen Joden door de Nazi's niet hebben bereikt, daarin is Holocaust geslaagd. Deze in de vorm van een

familiedrama gegoten schildering van de Jodenvervolging in Hitler's Derde Rijk veroorzaakte in vele landen een felle discussie en maakte een reactie van verbazingwekkende omvang los. Met dit televisiedrama-programma groeide de herkenning van de Joodse lijdensweg en kwam tegelijk voor velen de erkenning van de waarheid van toen. Het was de stroomstoot om ons trage hart te doen kloppen.

En kan ik de Duitse filmkroniek "Heimat" vergeten, deze kroniek van een fictief boerendorp op de Hunsrück, waarin regisseur en scenarioschrijver Edgar Reitz in 15 uur, 40 minuten en 10 seconden de geschiedenis van Duitsland van 1919 tot 1982 op zulke prachtige wijze reconstrueert? Script, regie én acteertalent maken dat verleden zó tastbaar, dat men er middenin lijkt te leven. Zijn epos is mede door de afwezigheid van iedere modieuze esthetiek of stilering een indrukwekkende les in de politieke, culturele en sociale geschiedenis tegelijk.

Of "Alpensaga", de markante, zedelijke serie van de Oostenrijkse televisie, waarin uit het oogpunt van een boerenfamilie een - voor mij verborgen en goeddeels onpeilbaar - stuk Oostenrijkse geschiedenis van de eeuwwisseling tot in het jaar 1945 precies, gevoelig en tastbaar wordt geëvoceerd. Wereldgeschiedenis herleid tot dorpsgeschiedenis.

Wie zich daartoe geroepen voelt, zou met het opsommen van dergelijke exemplen vele uren kunnen doorgaan

In het voorbijgaan mag ik er misschien nog op wijzen dat, bijvoorbeeld, het televisie-politie-genre zich heeft ontwikkeld van vermakelijk schelmen-epos tot een vorm van sociaal realisme. Hill Street Blues is daar een virtuoos en origineel voorbeeld van.

Vele televisieseries en serials zijn natuurlijk romantische kasteelromans in de oude betekenis. Maar zelfs dat genre biedt de samenstellers ervan toch de gelegenheid er allerlei sociale en culturele ontwikkelingen in te weven. Zo hebben "Châteauvallon" en "Die Schwarzwaldklinik" tussen de regels ook nog een opvoedkundige taak en een informatieve dimensie.

Aandachttrekkend is zelfs de televisiereclame.

In deze, zo vaak ten onrechte met opgetrokken neus verguisde bijzondere programmasoort, wordt overdrijvend en accentuerend neergezet wat mensen in een bepaalde periode aanspreekt. Als een sociaal-cultureel produkt van haar tijd kan de levensduur van een televisiereclamespot dan ook niet worden herleid tot haar commerciële waarde alleen.

Hoe je het ook wendt of keert, de informatieve kracht van de televisie is waarachtig niet gering.

De sleutelkracht voor die rijkdom ligt ongetwijfeld in de directheid van het medium (die correspondeert met de nadruk die onze cultuur legt op de rechtstreekse ervaring, op happening en op de beleving) én in zijn receptie. De voor traditionele samenlevingen zo kenmerkende gebondenheid van tijd, plaats en handeling wordt opgeheven door de televisie. Zij maakt het ons mogelijk zonder ons te verplaatsen naar andere plaatsen te gaan, deel te hebben aan gebeurtenissen waar we niet zelf bij zijn, mensen te zien en te horen die zich aan de andere kant van de wereld bevinden.

Kortom: via "Die 5. Wand" wonen wij Intra Muros elk gebeuren van enig belang, waar ook ter wereld, bij. De op 31 december 1980 overleden Canadees Herbert Marshall McLuhan heeft op de belangrijke betekenis daarvan heel indringend gewezen met zijn theorie dat dankzij de televisie onze aardkloot gekrompen is tot een dorp.

Nog een aandrijfkraft voor haar informatieve sterkte ontleent het televisieaanbod aan het samengaan van het bewegende beeld met het vertelde, het verhaalde woord én met geluid, al dan niet in combinatie met muziek. Ook dat akoestische vervult een specifieke en belangrijke rol in de informatie- en interpretatieoverdracht door televisieseries, -documentaires en andere genres. Wij beseffen te weinig wat muziek, die de stemming van de beelden weergeeft, of waarvan de cadans overeenstemt met het ritme van de beeldwisseling, voor het proces van effectieve informatie-overdracht betekent. De hechte band tussen beeld,

woord, geluid en muziekfragmenten maakt samen mét de mogelijkheden van de eigen technische en esthetische vormgeving televisie appelerend, schokkend, ontroerend, mooi, meedogenloos, indringend, machtig. Informatief.

Het spreekt haast vanzelf dat deze eigenschappen en produktietradities de overdracht van kennis en informatie ook kunnen bemoeilijken of zelfs belemmeren. Het is eveneens duidelijk dat in de praktijk vele communicatiestoringen, zelfs ongewenste bijverschijnselen mogelijk zijn, zowel vanuit de zender, de ontvanger als vanuit de boodschap zelf. Zoals: het verkeerde gebruik van de uitdrukkingsmiddelen, onvoldoende inzicht in het publiek tot wie men zich richt, slechte presentatie van de boodschap. Uit een lange lijst noem ik acht problematische aspecten.

In de eerste plaats moeten wij durven zeggen dat de televisierealiteit een produkt is van een arrangement. Gebeurtenissen uit de realiteit krijgen binnen de televisie een andere betekenis. De televisiewerkelijkheid wordt niet alleen bepaald door selectie en bewerking tijdens en na de opnamen. Maar bij documentaires en dramaprogramma's is ook hetgeen vóór de camera gebeurt een geënceneerde werkelijkheid. Wij worden dag na dag, avond na avond, geconfronteerd met een werkelijkheid die de echte werkelijkheid niet is, maar daar wel betrekking op heeft.

Aan de schaduwzijde staat ten tweede dat door de produktieomstandigheden, door het geheel van normen, ideeën en vooronderstellingen over het interne en maatschappelijke functioneren van het medium, televisie-informatie zodanig kan ontaarden in manipulatie en indoctrinatie, dat de vrijheid van de ontvanger in de knel geraakt.

Ten derde: de actualiteitsdruk en de spektakeldruk kunnen de uitdieping en de nuancering van de informatie over de achtergronden van de nieuwsfeiten bemoeilijken.

De technische en de esthetische vormgeving kunnen zo gericht zijn op het continu creëren van beweging (beeldwisseling) en ongewone of bijzondere perspectieven, dat de inhoud van het vertoonde secundair wordt en het amusement (het drama) de boodschap (het engagement) verdringt.

Voorts weten wij dat het televisiebeeld door het schokeffect en door de herhaalbaarheid snel afstompert en voor een verminderd niveau van alertheid zorgt. In tegenstelling tot hun doel om houvast te bieden, leiden televisiebeelden zo tot vluchtigheid.

Terzelfder tijd hebben wijzelf als kijker vele listige mechanismen opgebouwd om ons desgewenst het indringende van de gebrachte boodschap van het lijf te houden.

Ten zevende: van onszelf weten wij ook dat wij, gulzig en gretig, van alles kennis willen nemen. Met de afstandbediening schakelen wij van Bert Brecht naar de atletiekkampioenschappen in Rome en van daar uit naar de hoogtepunten van het nieuws. Van de ene emotie naar de andere; bevreesd iets te zullen missen. Want niets mag ongezien blijven. Met als resultaat dat niets meer gezien en niets meer gehoord wordt. Weinig beklijft. We maken urenlange video-opnames van allerlei gedenkwaardige programma's, maar de tijd ontbreekt om het ooit terug te zien.

Tobbers en professorale commissies worstelen dan ook met de vraag of een alsmar groter wordend aanbod van massamediale informatie en elektronisch dataverkeer via satellieten en kabel haar zin niet verliest. Meer van hetzelfde, zeggen zij, is een onontkoombaar gevolg.

Een achtste en laatste aspect: met de informatiesamenleving, dat is de met zorg aanhoorde conclusie van een groot aantal auteurs van theoretische beschouwingen en van empirisch diffusie-onderzoek in diverse landen, dreigt ook het spookbeeld van een

informatieproletariaat van minderbegaafden, minderbegoeden en minder sterke soortgenoten, dat de aansluiting met de nieuwe diensten mist.

In dezelfde zin spreekt men in de literatuur ook voortdurend van de informatie-ongelijkheid tussen Noord en Zuid. Het loont in dat verband zeker de moeite kennis te nemen van de boeken van Cees J. Hamelink. Dragend thema daarin is de gedachte dat er een éénrichtingsverkeer is van nieuws en televisieprogramma's van de rijke landen naar de arme landen, en dat fragiele inheemse dertewereldculturen, die zich door de eeuwen heen op eigen wijze hebben ontwikkeld, ondergaan in de aan hen opgedrongen vormen van voorlichting, reclame en amusement. Volgens sommigen hangt dit lot ook welvarende kleine landen als Skandinavië en de Benelux boven het hoofd.

Uit de aard der zaak zijn deze en andere opmerkingen en waarschuwingen hier op hun plaats. Het zou zelfbedrog zijn dit te ontkennen. Maar dit mag geen reden zijn voor schrik en paniekzaaierij. Het doodsdonker en het afgrondswater in vele praatjes en profetieën over een cultuurcrisis waarvan het rampzalige hoogtepunt nog voor ons ligt, zint mij niet. Evenmin het zoveel mogelijk uitvergroten van het televisiekwaad. Kwetsbaarheid is een voorwaarde voor vitaliteit. Wat niet gewond kan worden is dood. Besef van de kwetsbaarheidsfactoren, nuchter en zakelijk weet hebben van de schaduwkanten ervan verwijst veeleer naar de ernstige opdracht zich voor de televisie in het algemeen en de omroep in het bijzonder in te zetten, zodat zij wordt wat zij kan zijn. Misschien is ons eigen cultureel overleven wel afhankelijk van de vraag of we daartoe in staat zijn. Want, levend in deze maatschappelijke groeistuij, staan wij voor de opgave de sociale werkelijkheid meer en meer met behulp van het televisieaanbod te ordenen. Onze eigen directe waarneming van mens en samenleving treedt verder en verder op de achtergrond. Steeds vaker en meer zien wij de wereld om ons heen door de ogen van een ander: van de journalist, van de programmamaker, van de soft-ware

leverancier. De intellectuele macht verschuift van de academische schoolvossen naar de journalisten. Het geloof dat eens de onderwijzer en de priester toekwam valt nu de televisiejournalist ten deel.

Hoe nu én in de toekomst de informatieve baten van de televisie en de audiovisuele ontwikkelingen over de bevolking zullen zijn verdeeld, wordt op de eerste plaats beïnvloed door de wijze waarop de communicatiehuishouding wordt ingericht. De manier waarop de televisie op de samenleving inwerkt, is voor een belangrijk deel het gevolg van beslissingen die worden genomen en keuzen die worden gemaakt door de overheid en de politieke kringen. Zij dienen de voorwaarden te scheppen voor een onbezorgde televisietoekomst.

Resumerend kan gezegd worden dat de televisie en de andere hedendaagse beeld dragers in hun dienstbetoon zeer afhankelijk zijn van een systematisch, samenhangend, vernieuwend en toekomstgericht overheidsbeleid, dat de globale informatiestructuur reguleert, corrigeert en impulsen geeft. De manier waarop de overheid mediaontwikkelingen initieert, begeleidt, stimuleert, afremt en tegenhoudt, is van beslissende invloed. Aan de wieg van de informatiemaatschappij, na de verzorgingsstaat de nog betere aard van samenleving, staat de overheid als peettante.

Een proces zonder hindernissen is deze zorgfunctie van de overheid niet. Ook in ons land weten velen wel wat zij op dit terrein niet willen. Maar wat wel wordt gewenst, blijft dikwijls in nevelen gehuld. Daarom is de herziening van de omroepwetgeving, na vele jaren van vruchteloze discussie onder de politieke elite, tenminste een beleidsdaad van belang.

Van aanzienlijke betekenis is ten tweede een bewuste en actieve vakopleiding om deze middelen te gebruiken, toe te passen en te verbeteren.

Maar als het inderdaad zo is dat de televisie op nadrukkelijke wijze deel uit maakt van ons bestaan en een onmiskenbare rol vervult in het scheppen van vorm én reliëf in

het culturele en politieke leven, dat televisie-omroepen met hun programmamakers en redacteurs opkomen als een nieuwe elite van normstellers en smaakmakers, dan zijn er, ten derde, vooral goede redenen om aan de ontvangerszijde op te roepen tot enige reflectie op het productieproces van de televisie en op de rol en de mogelijkheden van het audiovisuele beeld. Wat nodig is, is een uitgewerkte beeldvorming en mediatraining. Er is te veel beeld-analfabetisme. Na de journalist wordt het nu tijd dat het publiek gaat professionaliseren. In de buurt van een oceaan is het immers verstandiger de mens te leren zwemmen dan alleen maar een dijk om het water te leggen.

Wij kunnen niet terug. Vluchten kan niet meer.

Er is aan de beeldcultuur en de visuele informatisering niets noodlottigs. Rampzalig hoeft dat niet te zijn. Wel integendeel. Precies nu doemt het beeld op van een communicatie-supermarkt, waarin de mondige consument meer mogelijkheden tot keuze, tot initiatief, tot het stellen van specifieke kwaliteitseisen aan de informatie heeft. In toenemende mate ontstaat een open audiovisuele markt waarop tal van producenten van klein- en grootschalig niveau zich aandienen. Meer doelgroepen zullen via oude en nieuwe uitbaatcircuits van eigen programma's kunnen worden bediend. De collectieve kijkcultuur, waarin miljoenen mensen hetzelfde televisieprogramma waarnemen, zal in dit geheel nieuwe patroon plaatsmaken voor een individualisering van het kijkgedrag, geheel overeenkomstig de veelvormigheid van de menselijke behoeften. Maar we moeten er dan wel mee om weten te gaan, achter de poppenkast leren kijken, klaarwakker en daarmee weerbaar blijven, ons geen knol voor een citroen laten verkopen.

Daarom is het noodzakelijk en nuttig dat wij trachten een beter inzicht te krijgen:

- in de ontwikkeling van de televisie en de audiovisuele technologie;
- in het ontstaan en in de wijze waarop de omroeporganisaties en de andere productiesystemen georganiseerd zijn en ingebed zijn in het maatschappelijke bestel;
- in de wijze waarop de televisie betekenis-

sen produceert en hoe ze realiteit schept. Het is van het grootste belang weet te hebben van de typische beeldende eigenschappen van de televisie en van de diverse wijzen waarop het uiteindelijke produkt (het programma) beïnvloed wordt door de materiële en immateriële motieven van de producenten, door bepaalde ideologieën, algemeen aanvaarde of getolereerde opvattingen, én hoe de werkelijkheid kan "bevormd" worden door de camera en/of zijn bedienaar;

- in de plaats van de kijker-gebruiker.

Opdat het kijken tot een verantwoord zien kan leiden. Daartoe is ook een nieuwe ethiek van matiging en onthouding beslist noodzakelijk.

Die training tot volwassen beeldgeletterdheid én zelfbeperking kan het karakter van bijscholing, permanente educatie, vormingswerk of een andere vorm van onderwijs hebben. Het kan worden toevertrouwd aan de producenten zelf, aan de intermediaire personen, aan de ouders, aan de school.

Daar moeten en kunnen ook de gezamenlijke Vlaamse cultuurverenigingen bij helpen. Juist zij zouden het goede voorbeeld moeten geven.

Ik heb niet de pretentie dat ik hen voor kan zeggen wat zij moeten doen. Ik kan het echter niet anders zien dan dat op hen ook deze zware verantwoordelijkheid rust bij de vele taken die hen reeds zijn toevertrouwd. Theoretische en praktische grondslagen voor een dergelijke communicatie-agogiek en beeldopvoeding zijn er binnen ons taalgebied en zeker in het buitenland genoeg. Daarnaast moeten zij volgens mij ook proberen de televisie, deze voor hen onmisbare anderssoortige medewerker tegen wil en dank, constructief terzijde te blijven staan met bemoediging en met werkelijk uitdagende vraagstelling. De audiovisuele cultuur met kwaliteit, die zij zeggen in gedachten te hebben, wordt niet bereikt door doemdenkend de commerciële televisie en andere kijkalternatieven te verketteren. Maar door gezamenlijk voor alle programma-leveranciers én voor de andere communicatievormen structuren te zoeken, die dat

streven naar kwaliteit steunen en die het tevens mogelijk maken dat wij ons in onze wezenlijke vrijheden kunnen blijven verheugen. Dat is een enorme opgave terwijl de tijd dringt. Maar toekomst, om Hans Küng in zijn nieuwste boek "Strukturen der Kirche" te parafraseren, toekomst heeft een cul-

tuurvereniging die niet verliefd is op haar verleden, maar, zich bewust van haar oorsprong, leeft in het heden.

(*) Voordracht gehouden op de jaarvergadering van het Willemsfonds te Brugge op 17 oktober 1987.

W. HESLING EN J.M. PETERS

AUDIOVISUELE RETORIEK

230 Blz. 500 BF

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

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

PETER DHONDT,

JAN DRIJVERS

EN

WIM VAN DER BIESEN

De EUROPESE GEMEENSCHAP heeft een belangrijk punt gescoord in haar dispuut met de Raad van Europa over wie nu het meest in aanmerking komt om een omvattende regeling voor het GRENDOVERSCHRIJDEND TELEVISIE-VERKEER uit te werken. In het Europees parlement werd een voorstel van richtlijn uitgaande van de Commissie besproken en, weliswaar geamendeerd, goedgekeurd. Daarmee zijn we weer een stap dichterbij een bindende regeling inzake het vrij verkeer van tv-programma's tussen de EG-lidstaten. In het parlement lagen de standpunten het verst uiteen voor wat betreft de bescherming van de Europese audiovisuele industrie, de reclamequota's en het auteursrecht. Uiteindelijk werd men het eens over een verplicht aandeel van 60% gemeenschapsproducties, een reclameplafond van 15% (met pieken tot 18%) en de oprichting van een arbitrerend orgaan waarin de auteurs vertegenwoordigd zijn. Nu moet het voorstel van richtlijn dus naar de ministerraad, en er wordt verwacht dat ook daar nog belangrijke meningsverschillen zullen opduiken. Ondertussen buigt in maart de Raad van Europa zich weer over het onderwerp om haar regeling verder uit te werken.

*

Hoewel de meeste weekbladen, zowel de vrouwen- als gezinsbladen, over het algemeen een dalende trend vertonen, zijn er ook opvallende uitzonderingen. De meest in het oog springende is ongetwijfeld FLAIR, het blad voor jonge vrouwen, dat pas in 1981 door hoofdredacteur Wiel Elbersen werd opgericht en na een gestadige opgang in Vlaanderen alleen reeds een oplage telt van 250.000 exemplaren. Het succes van wat men reeds het "mediafenomeen" is gaan noemen, berust volgens Elbersen vooral op de emotionele aanpak van de lezeressen. Getuige van het succes zijn ook de 40.000 lezersbrieven die Flair jaarlijks ontvangt en die een voortdurende inspi-

ratiebron zijn voor de redactie van het blad. Vanuit Vlaanderen heeft men met de "Vlaamse Flair" ook geleidelijk de Nederlandse markt veroverd; nu reeds een oplage van meer dan 250.000 exemplaren. De expansiedrang ging echter ook zuidwaarts. Op 25 september 1987 verscheen het eerste nummer van de Franstalige Flair. Hoofdredactrice werd de ex-redactiechef van de Vlaamse Flair: Christine von Wackerbarth. Men begon met een startoplage van 150.000 exemplaren, die zowel in Wallonië als in het noorden van Frankrijk werden verspreid. Dit betekent dat er weldra 650.000 exemplaren van Flair zullen verschijnen, wat naar Belgische maatstanden vrij uniek is.

*

Op 4 oktober 1987 werd THE INTERNATIONAL HERALD TRIBUNE 100 jaar. Deze Amerikaanse krant - The Washington Post en The New York Times zijn de belangrijkste aandeelhouders - met een Europees lezerspubliek - de krant werd vroeger in Parijs uitgegeven maar wordt nu via de satelliet gelijktijdig op negen verschillende plaatsen gedrukt - wordt wel eens de enige pan-Europese krant genoemd. Wat daar ook van zij, voor de meeste fijnproevers hoort het dagblad alvast thuis in de galerij van de elitekranten.

*

In een - statistisch niet altijd steekhoudende - enquête bij 850 Vlamingen die door het onderzoeksbureau UNIOF ondervraagd werden over hun meningen en preferenties omtrent het nieuwe mediaveld in Vlaanderen, blijkt dat het vraagstuk van de commerciële televisie en de invoering van omroepreclame voor weinig beroering weet te zorgen. 62% van de Vlamingen wil dat er terzake 'wat verandert', maar wat dat wat is blijkt niet

erg duidelijk. Verklaart slechts 1 Vlaming op 5 zich radicaal tegenstander van etherreclame, dan pleiten bij de anderen 43% voor etherreclame op de B.R.T. en 42% voor reclamespots op een nog op te richten commerciële zender. Opvallend is dat de houding van de Vlaming terzake niet zozeer uit politieke overtuiging dan wel door het eigen kijkgedrag wordt ingegeven. Ook wat betreft het 'objectiviteitsvraagstuk' staat de mening van de doorsnee-Vlaming haaks op de opinie van de meerderheidspartijen, daar 56% van de Vlamingen overtuigd is dat de BRT de meest objectieve informatie zal brengen, terwijl slechts 38% het nieuws van een commerciële zender een grotere geloofwaardigheid toedicht. Over de geloofwaardigheid van de politici werden geen vragen gesteld ...

*

Uit gegevens van het continu KIJKONDERZOEK van de NOS blijkt o.a. dat vrouwen per dag ongeveer 12 minuten meer naar de Nederlandse Televisie kijken dan mannen (1 uur 52 minuten tegenover 1 uur 40 minuten). Vrouwen kijken meer naar series (Nederlandse en buitenlandse) en naar amusementsprogramma's; mannen hebben een voorkeur voor sport en erotisch-getinte programma's. Vier op tien vrouwen hebben tijdens het tv-kijken andere bezigheden, zoals lezen, puzzelen en huishoudelijk werk. Bij de mannen is dit slechts voor één op tien het geval.

*

Op 20 oktober 1987 benoemde de Vlaamse Raad de negen leden van de GESCHILLENRAAD, die in de context van het kabeldecreet werd opgericht om te waken over het niet-discriminerende karakter van programma's en programmaopbouw van niet-openbare televisieverenigingen en over de onpartijdigheid, de

journalistieke deontologie en de redactionele onafhankelijkheid van hun informatieve programma's. De Raad zal bestaan uit de hoogleraren Meerts, Rimarque, Witte en Delvoie en uit de journalisten Van Nieuwenborgh, Van Erps, Dyck, Grawet en Van Liedekerke.

*

België is een land van berouwvolle zondaars. Dat kon althans worden opge maakt uit de resultaten van de actie "GROEN LICHT VOOR ZWARTKIJKERS" van de DIENST KIJK- EN LUIS TERGELD, die van 1 september tot 31 oktober 1987 zwartkijkers en -luisteraars in de gelegenheid stelde om zich straffeloos te regulariseren. Daar waar vóór de actie ongeveer één gezin op vier te weinig of geen kijk- en luistergeld betaalde, hebben in deze periode zowat 400.000 inwoners zich 'wit' gewassen. Een verbazend staaltje van collectieve boetedoening, waaraan allicht de verhoogde boetes maar meer nog de verplichting van de kabeldistributiemaatschappijen om hun abonneelijken aan de Dienst Kijk- en Luistergeld door te seinen, niet vreemd zullen zijn geweest. De schatkist houdt er alvast meer dan 1 miljard BF penitentie aan over.

*

Bijna onmiddellijk na de publikatie van de uitvoeringsbesluiten van het KABELDEKREET (15-10-'87) werd te Antwerpen de V.T.M. (Vlaamse Televisiemaatschappij) opgericht (28-10-'87). Voorzitter en woordvoerder is JAN MERCKX, directeur-generaal van de uitgeverij Perexma (o.a. TV-EXPRESS en TV-BLAD) en tevens voorzitter van de Nationale Federatie der Informatieweekbladen. Deze maatschappij gaat de commerciële televisie in Vlaanderen exploiteren. Op dit ogenblik bestaat ze uit negen Vlaamse persbedrijven van dag- en weekbladen.

Alleen de socialistische pers (DE MORGEN), de Vlaamse Uitgeversmaatschappij (met o.a. DE STANDAARD) en de FINANCIËEL-ECONOMISCHE TIJD participeren niet; de eerste bij gebrek aan financiële middelen, de tweede omdat men de rendabiliteit van zulk een commerciële televisie in Vlaanderen in twi- fel trekt.

Op 19 november '87 honoreerde de Vlaamse regering, zonder gunstig advies van de Mediaraad, de aanvraag van V.T.M. om als NIET-OPENBARE TELEVISIEVERENIGING erkend te worden, en een dag later (20-11-'87) verkreeg V.T.M. van de nationale regering een vergunning om RECLAME uit te zenden. Hierbij zag de nieuwe maatschappij zowat al haar voorwaarden ingewilligd: nieuwe commerciële omroepinitiatieven (satelliettelevisie, regionale tv, betaalomroepen ...) zullen zolang mogelijk van de kabel worden geweerd, de Vlaamse regering komt over de brug met bijkomende expansiesteun voor de participerende krantenbedrijven én de BRT moet vanaf 1 maart 1988 afzien van contracten inzake niet-commerciële reclame en sponsoring. Deze laatste maatregel zou de openbare omroep in 1988 alleen al 270 miljoen BF kosten. De BRT-leiding heeft bij de regering dan ook aangedrongen op compenserende steun. De erkenning van V.T.M. geldt voor 18 jaar, maar komt te vervallen wanneer de commerciële zender niet vóór juli 1989 is opgestart.

*

Ook het dossier van de perssteun krijgt in België communautaire trekjes. Nadat de nationale regering in eerste instantie geweigerd had om het - door de verschillende besparingsrondes tot 80 miljoen BF geslonken - bedrag voor RECHTSSTREEKSE PERSSTEUN in grote mate SELECTIEF te verdelen, naar verluidt na veto van minister Gol, werd eind november een compromis bereikt waarbij voor Nederlandstalige kranten een ander regime geldt dan voor de Franstalige dag-

bladen. Voor de Nederlandstalige kranten werd, het voorstel van de BELGISCHE VERENIGING VOOR DAGBLAD-UITGEVERS indachtig, het aandeel voor de selectieve steun aan structureel zwakkere kranten (beperkte oplage, beperkte reclame-inkomsten) verhoogd, waardoor De Morgen 5 miljoen extra ontvangt.

Voor de Franstalige dagbladen blijft het oude systeem van de - voor ieder gelijke - COMPENSERENDE steun van toepassing, doch zij kunnen rekenen op extra-inkomsten die Audiopresse verwerft uit handelsreclame op de Franstalige commerciële zender RTL-TV. Naast deze rechtstreekse steun ontvangen de kranten een veelvoud van dit bedrag aan ON-RECHTSTREEKSE STEUN (o.a. via goedkope post-, telefoon- en vervoerstarieven). De regering raamt dit bedrag op 9 miljard - een cijfer dat de uitgevers schromelijk overschat noemen. De Vlaamse persbedrijven tenslotte, die meeparticiperen in het project van de commerciële televisie, hebben eind november van Geens kunnen afdwingen dat de ECONOMISCHE EXPANSIE-STEUN aan hun bedrijven gevoelig verhoogd zou worden, zodat zij zich beter ingedijkt voelen tegen de risico's van het televisie-avontuur.

*

De vooruitziende Duitse tv-kijkers die zich al een schotelantenne hadden aangeschaft, mogen het tuig nog even in het inpakpapier laten. TV-SAT, de "Direct Broadcast Satellite" van de Bundespost, die in november van vorig jaar keurig in een baan om de aarde werd gebracht, weigert sindsdien immers elke vorm van medewerking met de Duitse technici die haar aan de praat moeten krijgen. De eigenzinnige satelliet betekent vooral een streep door de rekening van de twee 'Duitse' commerciële zenders SAT 1 en RTL +, die nu veel langer dan gepland geld moeten verliezen om het handvol Duitse gezinnen dat ze al via de kabel

kunnen bereiken, van beeldvoer te voorzien, in afwachting van de doorbraak die er voor hen enkel via DBS kan komen. Misschien kan de Franse zustersatelliet TDF1, die in maart succesvol werd gelanceerd, voor een noodoplossing zorgen.

*

Er blijkt heel wat verschil te bestaan tussen het KIJKGEDRAG van VLAMINGEN en FRANSTALIGEN. De BRT kreeg in 1986 59,20% van het Vlaamse kijkvolume, terwijl Walen en Brusselaars slechts 40,80% van hun kijkvolume aan RTBF-programma's spendeerden. RTL kreeg hier 18,20% (in Vlaanderen slechts 3%), en de andere buitenlandse zenders samen nog eens 41%. In Vlaanderen gaat 83,70% naar Nederlandstalige programma's, langs Waalse kant krijgen de anderstalige zenders slechts 3,90% van het kijkvolume. Tenslotte kijken de Walen ook langer naar de televisie dan de Vlamingen. 16% van de Waalse kijkers zitten per dag gemiddeld meer dan vier uur voor hun tv-toestel. In Vlaanderen is dit slechts 10%.

*

Ondanks allerlei moeilijkheden met diverse niet-openbare radio's op de erg drukke FM-band, groeit de populariteit van STUDIO BRUSSEL zienderogen. Sinds dit radiostation nationaal is begonnen uitzenden, steeg het luistervolume van 5% naar 7,6%. De 'jeugdige' muziek, de korte nieuwsflitsen en de vrij koele manier van presenteren doen het blijkbaar ook bij het grote publiek. Een en ander heeft ertoe bijgedragen dat 75% van het totale luistervolume naar BRT-zenders gaat. Enkele jaren geleden, in 1982 bijvoorbeeld, was dit nauwelijks 67%.

*

Zowel de RADIO- als de TELEVISIE-NIEUWSDIENST bleken in oktober van vorig jaar aan een NIEUWE HOOFDREDACTEUR toe. Voor de tv werd inmiddels Kris Borms al aangeduid als opvolger van Lucien Bousset, bij de radio zal waarschijnlijk Roger Adams op de stoel van Jan Robberecht komen. Zoals de traditie dat wil, zijn ook de nieuwkomers geen kleurloze figuren. Het politieke evenwicht lijkt echter plots moeilijker te liggen: er is nu sprake van het aanstellen van adjunct-hoofdredacteuren, bij wijze van fijnregeling. Kris Borms zou Etienne Van den Bergh naast zich krijgen, terwijl Jos Bouveroux Roger Adams mag gaan schaduwen.

*

Ondanks de verscherpte controle van de rijkswacht viel er op oudejaarsavond toch een sterfgeval te betreuren. In Brussel overleed op die datum LA CITE, het 37 jarige DAGBLAD van de Waalse christelijke arbeidersbeweging.

De M.O.C. had immers beslist niet langer financiële injecties toe te dienen aan het verlieslatende blad. Als doodsoorzaak verwees de krant zelf naar de verhoogde posttarieven en het uitblijven van de op zich al sterk geslonken rechtstreekse perssteun. Ook de verhoogde concurrentie op de advertentiemarkt door de commerciële zender RTL-TV1 (waaraan La Cité niet participeerde) en het geringe lezersbestand (± 15.000) ondanks de vernieuwde formule, hebben La Cité de strot toegenepen. Geen enkele van de reanimatiepogingen - een steunfonds, een aboneerwingscampagne, noch de laattijdige storting van 5 miljoen door de regering - vermochten de krant nieuw leven in te blazen.

Vanaf 21 januari herrees La Cité als WEEKBLAD, met een quasi identieke lay-out en journalistieke formule als voorheen.

*

29 januari 1988 werd in Frankrijk uitgeroepen tot de NATIONALE DAG VAN DE GESCHREVEN PERS. Eigenlijk was er weinig reden tot feestvieren, want met name de Franse dagbladers maakt kwade tijden door. Op Le Monde en Le Parisien Libéré na, verliezen alle grote kranten geld en lezers. In Frankrijk worden 212 kranten per 1000 inwoners verkocht, en daarmee komt het land op een beschamende 27ste plaats op de wereldranglijst. De oorzaak van de malaise zou liggen in de afnemende leescultuur in Frankrijk en de beroerde kwaliteit van de pers. Veertig procent van de Fransen zegt voor hun informatie genoeg te hebben aan het tv-journaal. Twee linkse kranten verdienen met hun moeilijkheden een speciale vermelding. Meer dan een half jaar na het neerleggen van de boeken, breid LE MATIN nog altijd de reddingsoperaties aan elkaar. In maart zag het er weer bijzonder slecht uit voor het socialistische dagblad. Zo erg is LIBERATION, het lijfblad van de linkse intellectueel, er nog niet aan toe, maar het rommelde er binnenskamers toch flink, toen eind november een besparingsplan bekend raakte dat voorzag in het verdwijnen van een veertigtal arbeidsplaatsen. Eerst ging het personeel hiertegen in staking, wat later meldden zich dan plots méér dan 40 vrijwillige vertrekkers.

*

De 27ste BERT LEYSENPRIJS voor televisie, die dit jaar werd voorbehouden voor programma's van het documentaire genre, ging naar de reeks "Inleiding tot de beeldcultuur", een productie van de dienst Schooluitzendingen. De jury was van oordeel dat deze reeks "er uitstekend in geslaagd was een jeugdig publiek meer inzicht te verstrekken in de mogelijkheden en de beperkingen van de beeldtaal".

*

De PRIJS van de TV-KRITIEK 1987 werd toegekend aan het humoristisch jongerenprogramma "Meester, hij begint weer" van en met Frank Dingenen. Het is de eerste maal in 27 jaar dat deze prijs naar een ontspannend en dan nog wel satirisch jeugdprogramma gaat.

De KLOKKE ROELANDPRIJS voor de radio was dit jaar voor Erwin Brys en Bert Van Molle voor "De Walsmachine", een programma van Omroep Brabant. De jury loofde hier zowel "de intelligentie, als de goede smaak en het radiofonisch talent" van de samenstellers.

*

Op 13 februari 1988 begon de NOS n.a.v. de Olympische Winterspelen met proefuitzendingen op NEDERLAND 3. Officieel gaat het derde net op 4 april van start. De uitbreiding zal in eerste instantie vooral voor meer programmatorische duidelijkheid zorgen in de tot nog toe vrij chaotisch ogende Nederlandse zendschema's. Op Nederland 1 zijn vanaf april alle ideologische zuilen - EO, NCRV, KRO en VARA - te bekijken. Op het tweede net doen voortaan de commerciële stations zoals Veronica, VPRO en AVRO hun ding, terwijl het derde net gereserveerd wordt voor de NOS en de kleinere zendgemachtigden. Op dat derde net zal het beginsel van de 'horizontale programmering' het de gewoontedieren onder de kijkers heel wat makkelijker maken. De nadruk die komt te liggen op informatieve en educatieve programma's, goed wat aandacht voor cultuur en vooral veel sport moeten

Nederland 3 een eigen gezicht geven én aantrekkelijk maken.

*

letwat in de schaduw van de discussies en tribulaties rond het opstarten van een commerciële televisie voor Vlaanderen hebben de eerste initiatieven zich kenbaar gemaakt, die, op basis van datzelfde Kabeldekreet, azen op een erkenning als NIET-OPENBARE TELEVISIEVERENIGING VOOR EEN REGIONALE GEMEENSCHAP. Eind februari hadden vijf v.z.w.'s daartoe erkenningsdossiers ingediend, die door de minister aan de Mediaraad voor advies werden overgemaakt: A.T.V. (Antwerpen), A.V.S. (Eeklo), R.T.V.O.-Edinson TV (Waregem), R.T.V.L. (Leuven) en Viteve (Bornem).

*

Na lang aanslepende onderhandelingen dreigde ons nationale nieuwsagentschap BELGA er eind vorig jaar mee BRT, RTBF en BRF droog te leggen, als er geen akkoord zou worden bereikt over een verhoging van de abonnementsgelden. De omroepen betaalden in '87 18,7 miljoen aan Belga, een som die het nieuwsagentschap wilde optrekken tot 40,2 miljoen in '91. Even leek het erop dat de omroepen het dan maar zonder hun belangrijkste nieuwsleverancier zouden proberen te roeien, maar uiteindelijk werd er toch verder onderhandeld. Begin maart kwam er een compromis uit de bus: de bijdrageverhoging komt er, maar wel zal het tot '95 duren voor de maximumgrens van 40 miljoen wordt bereikt.

uit
de
tijdschriften

CAHIERS DU CINEMA

Revue mensuelle.

Uitgegeven door: Editions de l'Etoile, s.a.r.l.,
9, passage de la Boule-Blanche, F-75012 Paris
ISSN 0757-8075.

N°. 398, juillet-août 1987

"AGENT TROUBLE" DE JEAN-PIERRE MOCKY
Frédéric SABOURAUD, *L'ange et l'exterminateur*, 3.

Iannis KATSAHNIS, *Les bouchées doubles, entretien avec Jean-Pierre Mocky*, 5.

MARILYN MONROE

Serge TOUBIANA, *Marilyn au-delà du mythe*, 9.

André ROMUS et Marcia LERNER, *Norma Jean, dite "Marilyn Monroe", histoire d'une émission de télévision*, 11.

Georges BELMONT, *Souvenirs d'Hollywood*, 12.

Georges BELMONT, *Marilyn par elle-même*, 14.

L'INTEGRALE ERICH VON STROHEIM À AVIGNON

Charles TESSON, *L'homme sans limites*, 19.

LE CINÉMA CONTRE L'IMAGE

Michel CHION, *Révolution douce et dure stagnation*, 27.

N°. 399, septembre 1987

"SOUS LE SOLEIL DE SATAN" DE MAURICE PI-
ALAT

Alain PHILIPPON, *Description d'un combat*, 3.

Serge TOUBIANA, *La ligne droite: entretien avec Maurice Pialat*, 6.

"BARFLY" DE BARBET SCHROEDER

Frédéric STRAUSS, *Une araignée au plafond*, 9.

Frédéric STRAUSS et Serge TOUBIANA, *Le temps n'existe pas: entretien avec Barbet Schroeder*, 11.

"COMEDIE !" DE JACQUES DOILLON

Alain PHILIPPON, *Home Movie*, 14.

Alain PHILIPPON, *Le troisième personnage: entretien avec Jacques Doillon*, 17.

USA: HOLLYWOOD-NEW YORK

Bill KROHN, *Lettre de Hollywood: La carte du désert*, 21.

Bérénice REYNAUD, *Une été new-yorkais*, 25.

PORTRAIT D'ACTEUR: MICHEL SIMON

Vincent OSTRIA, *Le dernier des hommes*, 33.

N°. 400, octobre 1987

EDITORIAL

Vers de nouveaux paris, 3.

"LES AILES DU DESIR", DE WIM WENDERS

Alain PHILIPPON, *Retour amont*, 5.

"FULL METAL JACKET", DE STANLEY KUBRICK

Bill KROHN, *Le film-cerveau*, 9.

VENISE 87

"AU REVOIR LES ENFANTS" DE LOUIS MALLE
Serge TOUBIANA, *Regards d'enfants*, 19.

Serge TOUBIANA, *Souvenirs d'en France: entretien avec Louis Malle*, 21.

"LA VALLÉE FANTÔME", DE ALAIN TANNER

Frédéric SABOURAUD, *Le lieu du film*, 25.

Serge TOUBIANA, *L'intuition et le doute: entretien avec Alain Tanner*, 27.

Frédéric SABOURAUD, *44e Mostra: L'Acteur et l'académicien*, 30

Frédéric SABOURAUD, "The Dead", de John Huston": *Le plan irlandais*, 34.

Pascal BONITZER, *44e Mostra: Le cafard au Lido*, 35.

"LA MORT D'EMPEDOCLE" DE JEAN-MARIE STRAUB ET DANIELE HUILLET

Alain PHILIPPON, *Le secret derrière les arbres*, 41.

"MON CAS" DE MANOEL DE OLIVEIRA

Antoine DE BAECQUE, *Le primitif du cinématographe*, 47.

DEAUVILLE 87

Iannis KATSAHNIAS, *Les nouveaux moralistes*, 53.

Frédéric STRAUSS, "Les Sorcières d'Eastwick", de George Miller: *Diabolique solitude*, 54.

Iannis KATSAHNIAS, "Les incorruptibles", de Brian de Palma: *Eisenstein, Koulechov et nous*, 56.

N°. 401, novembre 1987

Serge TOUBIANA, Editorial: *Le prince et l'empereur*, 3.

"LE DERNIER EMPEREUR" DE BERNARDO BERTOLUCCI

Alain PHILIPPON, *Le vaste pays de l'âme*, 5.

Entretien avec Bernardo Bertolucci: *Sur les traces de Pu Yi*, 8.

Fabien S. GERARD, *Journal de tournage (extraits)*, 11.

"LE SICILIEN", DE MICHAEL CIMINO

Iannis KATSAHNIAS, *La colère d'Achille*, 15.

Entretien avec Michael Cimino: Un album de famille, 19.

LE CINEMA DE KUBRICK

Thierry CAZALS, *L'homme labyrinthe*, 23.

Paul VIRILIO, *Full Metal Jacket: Permis de détruire*, 29.

LETTRE DE HOLLYWOOD

Bill KROHN, *Le retour de Budd Boetticher*, 34.

"ZEGEN" DE DE SHOHEI IMAMURA

Frédéric SABOURAUD, *L'art d'accommoder les restes*, 41.

Entretien avec Shohei Imamura: *L'esthétique de la décadence*, 43.

N°. 402, décembre 1987,

"INTERVISTA" DE FEDERICO FELLINI

Michel CHIEN, *Quatre notes pour Fellini*, 3.

Iannis KATSAHNIAS, *Anita retrouvée*, 8.

"SOIGNE TA DROITE", DE JEAN-LUC GODARD

Serge TOUBIANA, *Au-dessus du volcan*, 11.

Jean-Luc GODARD, *Colles et ciseaux*, 14.

Franck CHARPENTIER, *La lumière dans le dos*, 20.

Jacques Villeret: "Je ne sais pas si ce que je dis est vrai, mais j'en suis sûr", 21

"YEELEN" DE SOULEYMANE CISSE

Antoine DE BAECQUE, *Cela s'appelle l'aurore*, 25.

Souleymane CISSE, *L'Afrique dans la lumière*, 28.

MONTREAL: DECOUVRIR KIRA MURATOVA

Frédéric SABOURAUD, *L'éblouissement*, 35.

Entretien avec Kira Muratova: *Eloge de la ténacité*, 36.

N°. 403, janvier 1988

EDITORIAL:

Serge TOUBIANA, *En guise de vœux*,

"LES INNOCENTS" D'ANDRE TECHINE, 3.

Alain PHILIPPON, *Mort et transfiguration*, 5.

La tentation du mal: *Propos d'André Téchiné*, 8.

"Y A BON LES BLANCS" DE MARCO FERRERI

Frédéric SABOURAUD, *L'Afrique à contre pied*, 13.

Le temps des croisades, entretien avec Marco Ferreri, 15.

TABLE DES MATIERES DE L'ANNEE 1987

LETTRE DE NEW YORK

Bérénice REYNAUD, *Le parcours du cinéphile new-yorkais*, 40.

MONTREAL: FESTIVAL DU NOUVEAU CINEMA

Frédéric SABOURAUD, *Le festival-bulle*, 43.

"LATERNA MAGICA" AUTOBIOGRAPHIE D'INGMAR BERGMAN

Michel CHION, *Bergman, projecteur d'images*, 46.

"SOIGNE TA DROITE" DE JEAN-LUC GODARD

L'art de (dé)montrer, entretien avec Jean-Luc Godard, 50.

CITES-CINES

Joël MAGNY et Laurent MONLAÛ, *La ville fait son cinéma*, 58.

N°. 404, février 1988

- Serge TOUBIANA, *Editorial: La voie étroite*, 3.
"URGENCES" DE RAYMOND DEPARDON
Raymond DEPARDON, *Les lieux du film (photos-légendes)*, 4.
Serge TOUBIANA, *Le cinéma en transit*, 7.
Frédéric SABOURAUD, *Le troisième oeil*, 9.
CINEMA: PROLONGEMENTS THEORIQUES
Alain PHILIPPON, *Les Années-Lumière*, 11.
Pascal BONITZER, *Les images, le cinéma, l'audiovisuel*, 17.
Thierry CAZALS, *Vertiges de la projection*, 23.
LETTRE DE HOLLYWOOD: "FATAL ATTRACTION" DE ADRIAN LYNE
Bill KROHN, *Le coût du lapin*, 26.
LETTRE DE RIO
Bill KROHN, *Brésil, ma "fatale attraction"*, 28.
CARL TH. DREYER
Antoine DE BAECQUE, *Le Maître du logis: L'oeil du maître*, 36.
Antoine DE BAECQUE, *Dreyer, l'homme qui aimait les femmes*, 38.
Joël MAGNY, *Renée, "Jeanne" Falconetti*, 41.
INEDITS DE FRITZ LANG
Nicolas SAADA, *Hara-Kiri et Kämpfende Herzen: La chasse aux trésors*, 42.
CINEMA CHINOIS
Jean-Paul AUBERT, *Xi'an toujours au centre*, 44.
-

N°. 405, mars 1988

- Serge TOUBIANA, *Femmes, femmes*, 3.
"L'INSOUTENABLE LEGERETE DE L'ETRE" DE PHILIP KAUFMAN
Antoine DE BAECQUE, *Prague, mon amour*, 5.
Philip KAUFMAN, *Les jeux de l'amour et du hasard: entretien avec Philip Kaufman*, 7.
"JANE B. PAR AGNES V." ET "KUNG FU MASTER" DE AGNES VARDA
Alain PHILIPPON, *Les coquetteries d'Agnès*, 12.
Frédéric SABOURAUD, *L'amoureuse arrosée*, 13.
"LA BOHEME" DE LUIGI COMENCINI
Serge TOUBIANA, *Sous les toits de Paris*, 17.
LETTRE DE HOLLYWOOD
Bill KROHN, *Juste avant l'oscar*, 21.
COURT CIRCUIT
Thierry CAZALS, *Vertige de la projection*, 29.
VIDEO: ZBIGNIEW RYBCZINSKI
Jean-Paul FARGIER, *Comme un Polonais*, 34.
ENQUETE: VOYAGE A L'INTERIEUR DE LA SEPT
-

- Thierry CLECH et Frédéric SABOURAUD, *La chaîne du quatrième type*, 54.
François NINEY, *Sept, une longue histoire*, 54.
Thierry CLECH, *Identification de la Sept*, 62.
A propos d'"Océaniques": entretien avec Pierre-André Boutang, 58
Hervé LE ROUX, *"L'Amoureuse" de Jacques Doillon: L'Amour est un film*, 60.
-

COMMUNICATIONS

Internationale Zeitschrift für Kommunikationsforschung.
Uitgegeven door:
Deutsche Gesellschaft für Kommunikationsforschung & Internationale Vereinigung für Kommunikationswissenschaft.
bij: Verlag Hans Richarz,
Postfach 1165, D-5205 St. Augustin 1
ISSN 0341-2059.

Jg. 13, Heft 3, 1987

- Joachim WESTERBARKEY, *"Das Geheimnis": Resümee einer kommunikationstheoretisch geleiteten Funktionsanalyse*, 7.
Viktor VAN GEMMEREN, *Horst POTTKER, Adrea SCHULER: Fernsehrichten und Bundestagswahl 1980*, 31.
Josef ERNST, *Democratic versus Autocratic Communications: A comparison of American News and the German Nachricht*, 47.
Martin FIELD: *Media and Violence - Closing one Door: Opening Another*, 55.
Werner A. MEIER, *The Canadian Experience of Pay-TV: The Failure of Policy and the Policy of Failure*, 65.
Carlos SORIA, *La Science du droit de l'information en Espagne*, 89
Maximilian GOTTSCHLICH, *Die Programmierung des Vergessens - Massenmedien und Geschichtsbewußtsein*, 119.
Carolyn LIN, *A Quantitative Analysis of Worldwide VCR Penetration*, 131.
-

FILM QUARTERLY

Uitgegeven door:
The University of California Press,
Berkeley, California 94720
ISSN 0015-1386

Vol. XLI, N°. 1, Fall 1987

Julianne BURTON, *Sing, the Beloved Country: An Interview with Tisuka, Tamasaki on Patriamada*, 2.

Bill NICHOLS, *History, Myth, and Narrative in Documentary*, 9.

Michael RENOV, *Newsreel: Old and New - Towards a Historical Profile*, 20.

Marsha KINDER, *Pleasure and the New Spanish Mentality: A conversation with Pedro Almodóvar*, 33.

Tracy BIGA, *Blue Velvet*, 44.

Yvette BIRO, *Voyage to Cythera*, 49.

Marina HEUNG, *Black Widow*, 54.

Thomas W. COOPER, *Forest of Bliss*, 58.

Russell MERRITT, *Film Before Film*, 62.

Vol. XLI, N°. 2, Winter 1987-88

Maitland MCDONAGH, *Broken Mirrors/Broken Minds: The Dark Dreams of Dario Argento*, 2.

Peter HOGUE, *Last Chants and Slow Moves: Jon Jost's "Westerns"*, 14.

Esther C.M. YAU, *Yellow Earth: Western Analysis and a Non-Western Text*, 22.

Scott MACDONALD, *Su Friedrich: Reappropriations*, 34.

Manthia DIAWARA and Elizabeth ROBINSON, *New Perspectives in African Cinema: An Interview with Cheick Oumar Sissoko*, 43.

Patricia brett ERENS, *The Steppfather*, 48.

Robert SILBERMAN, *Gonza the Spearman*, 55.

Dan GREENBERG, *The Motion Picture Guide*, 59.

GAZETTE

International journal for mass communication studies.

Uitgegeven door:

Instituut voor Perswetenschap, Amsterdam

bij: Martinus Nijhoff,

Postbus 322, NL - 3300 AH Dordrecht

ISSN 0016-5492

Vol. 40, N°. 3 (1987)

Christine L. OGAN, *Mass media use factors in a Turkish squatter settlement: A 23-year panel study*, 145.

Jerry Konia DOMATOB, *Communication training for self-reliance in Black Africa: Challenges and strategies*, 167.

Keval J. KUMAR, *Media education and computer literacy in India: The need for an integrated 'communication education'*, 183.

Index to Volume 40, 205.

Vol. 41, N°. 1 (1988)

Walter I. ROMANOW & Walter C. SODERLUND, *Thomson Newspapers' acquisition of The Globe and Mail: A case study of content change*, 5.

Samy A.R. TAYIE, *Advertising trends in the Egyptian press after the new economic policy*, 19.

S.T. Kwame BOAFO, *Democratizing media systems in African societies: The case of Ghana*, 37.

Jennifer GRANT, *Internal reporting by investigative journalists in China and its influence on government policy*, 53.

HUMAN COMMUNICATION RESEARCH

Uitgegeven voor:

The International Communication Association

door: Sage Publications, Inc.

275 South Beverly Drive, Beverly Hills, CA 90212,

ISSN 0360-3989

Vol. 14, N°. 2, Winter 1987

Dale HAMPLE and Judith M. DALLINGER, *Individual Differences in Cognitive Editing Standards*, 123.

Patricia KEARNEY and Timothy G. PLAX, *Situational and Individual Determinants of Teachers' Reported Use of Behavior Alteration Techniques*, 145.

John A. DALY, Anita L. VANGELISTI, and Suzanne M. DAUGHTON, *The Nature and Correlates of Conversational Sensitivity*, 167.

Laura STAFFORD, Cynthia S. BURGGRAF and William F. SHARKEY, *Conversational Memory: The effects of Time, Recall, Mode, and Memory Expectancies on Remembrances of Natural Conversations*, 203.

William DOUGLAS, *Question-Asking in Same- and Opposite-Sex Initial Interactions: The Effects of Anticipated Future Interaction*, 230.

Alan M. RUBIN and Elizabeth M. PERSE, *Audience Activity and Soap Opera Involvement: A Uses and Effects Investigation*, 246.

Vol. 14, N°. 3, Spring 1988

Janet Beavin BAVELAS, Alex BLACK, Nicole CHOVIL, Charles R. LEMERY and Jennifer MULLETT, *Form and Function in Motor Mimicry: Topographic Evidence that the Primary Function Is Communicative*, 275.

David B. BULLER and R. Kelly AUNE, *The Effects of Vocalics and Nonverbal Sensitivity on Compli-*

ance: A Speech Accommodation Theory Explanation, 301.

Richard L. STREET, Jr., Anthony MULAC and John M. WIEMANN, *Speech Evaluation Differences as a Function of Perspective (Participant Versus Observer) and Presentational Medium*, 333.
Michael E. ROLOFF, Chris A. JANISZEWSKI, Mary Anne MCGRATH, Cynthia S. BURNS and Lalita A. MANRAI, *Acquiring Resources from Intimates: When Obligation Substitutes for Persuasion*, 364.

William HUSSON, Timothy STEPHEN, Teresa M. HARRISON and B. J. FEHR, *An Interpersonal Communication Perspective on Images of Political Candidates*, 397.

JOURNALISM QUARTERLY

Uitgegeven door:

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

Vol. 64, Nr. 4, Winter 1987-88

William R. ELLIOTT and William L. ROSENBERG, *The 1985 Philadelphia Newspaper Strike: A Uses and Gratifications Study*, 679.

Carroll J. GLYNN, *The Communication of Public Opinion*, 688.

Betty Houchin WINFIELD, *F.D.R. Wins (and Loses) Journalist Friends in the Rising Age of News Interpretation*, 698.

Howard M. KLEIMAN, *Unshackled by Unwilling: Public Broadcasting and Editorializing*, 707.

Kathleen A. HANSEN, Jean WARD and Douglas M. McLEOD, *Role of the Newspaper Library in the Production of News*, 714.

Elise Keoleian PARSIGIAN, *News Reporting: Method in the Midst of Chaos*, 721.

Robert H. BOHLE and Mario R. GARCIA, *Reader Response to Color Halftones and Spot Color in Newspaper Design*, 731.

Maxwell McCOMBS, *Effect of Monopoly in Cleveland on Diversity of Newspaper Content*, 740.

Vernon A. STONE, *Changing Profiles of News Directors of Radio and TV Stations, 1972-1986*, 745.

Richard C. VINCENT, Dennis K. DAVIS and Lilly Ann BORUSZKOWSKI, *Sexism on MTV: The Portrayal of Women in Rock Videos*, 750.

James R. WALKER, *How Viewing of MTV Relates to Exposure to Other Media Violence*, 756.

Daniel G. McDONALD and Stephen D. REESE, *Television News and Audience Selectivity*, 763.

Mary Alice SENTMAN and Patrick S. WASHBURN, *How Excess Profits Tax Brought Ads to Black Newspaper in World War II*, 769.

Stephen LACY, *The Effect of Growth of Radio on Newspaper Competition, 1929-1948*, 775.

Ed. CAUDILL, *A Content Analysis of Press Views of Darwin's Evolution Theory, 1860-1925*, 782.

Robert G. YOUNG, *'Not This Way Please!' Regulating the Press in Nazi Germany*, 787.

Norbert FREI, *Reform of the German Press System*, 793.

Mbark A. ALGRAAWI and Hugh M. CULBERTSON, *Relation Between Attribution Specificity and Accessibility to news Sources*, 799.

Margaret K. LATIMER, *The Floating Voter and the Media*, 805.

Michael B. SALWEN, *Credibility of Newspaper Opinion Polls: Source, Source Intent and Precision*, 813.

Kim A. SMITH, *Growth and Conflict Reporting in One Community from 1945 to 1985*, 820.

Elisabeth SCHILLINGER and Joel JENSWOLD, *Three Olympiads: A Comparison of Pravda and the Washington Post*, 826.

Lauren TUCKER, Roxanne HOVLAND and Gary WILCOX, *Consumer Response to Seagram's Equivalency TV Ad Campaign*, 834.

David Pearce DEMERS, *Use of Polls in Reporting Changes Slightly Since 1978*, 839.

Erick HOWENSTINE, *Environmental Reporting: Shift from 1970 to 1982*, 842.

Robert G. PICARD, *Regression Analysis of State Role in Press Economics*, 846.

John SUMSER, *Labels Used to Define Central American Situation*, 850.

Michael RYAN, *Participative vs. Authoritative Public Relations Environments*, 853.

George E. STEVENS, *'Official Conduct' and the Actual Malice Rule*, 857.

Guido H. STEMPEL III, *Update on Scale Analysis of Supreme Court Cases*, 860.

Robert C. KOCHERSBERGER Jr., *Post-Card Questionnaires May Boost Response Rate*, 861.

Lea GUENTHER, *Four Categories of Change at the Weekly Newspaper*, 863

JOURNAL OF BROADCASTING & ELECTRONIC MEDIA

Uitgegeven door:

Broadcast Education Association,
Department of Communication,
The Ohio State University,
205 Derby hall, Columbus, Ohio 43120
ISSN 0021-938X

Vol. 31, N°. 4, Fall 1987

A Public Policy and Electronic Media Symposium
Dale KUNKEL and Bruce WATKINS, *Evolution of Children's Television Regulatory Policy*, 367-389.
Michael O. WIRTH and Linda COBB-REILEY, *A First Amendment Critique of the 1984 Cable Act*, 391-407.

Denise M. TRAUTH and John L. HUFFMAN, *Policy Considerations for the Control of Alcoholic Beverage Advertising*, 409-426.

Don R. LE DUC, *French and German New Media Policies: Variations on a Familiar Theme*, 427-447.

Louise M. BENJAMIN, *Broadcast Campaign Precedents from the 1924 Presidential Election*, 449-460.

Horst STIPP, Karen HILL-SCOTT, and Aimée DORR, *Using Social Science to Improve Children's Television: An NBC Case Study*, 461-473.

Vol. 32, N°. 1, Winter 1988

Robert K. TIEMENS, Malcolm O. SILLARS, Dennis C. ALEXANDER, and David WERLING, *Television Coverage of Jesse Jackson's Speech to the 1984 Democratic National Convention*, 1-22.

W. James POTTER, *Perceived Reality in Television Effects Research*, 23-41.

Hazel G. WARLAUMONT, *Strategies in International Radio Wars: A Comparative Approach*, 43-59.

Daniel G. McDONALD and Russell SCHECHTER, *Audience Role in the Evolution of Fictional Television Content*, 61-71.

Robert V. BELLAMY, Jr., *Impact of the Television Marketplace on the Structure of Major League Baseball*, 73-87.

Timothy J. BRENNAN, *An Economic Look at Taxing Home Audio Taping*, 89-103.

Ali Reza ZOHOORI, *A Cross-Cultural Analysis of Children's Television Use*, 105-113.

JOURNAL OF COMMUNICATION

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

Vol. 37, N°. 2, Spring, 1987

Robert P. HAWKINS, David H. GUSTAFSON, Betty CHEWNING, Kris BOSWORTH, and Patricia M. DAY, *Reaching Hard-to-Reach Popula-*

tions: Interactive Computer Programs as Public Information Campaigns for Adolescents, 8.

Richard FROST and John STAUFFER, *The Effects of Social Class, Gender, and Personality on Physiological Responses to Filmed Violence*, 29.
Karen TRACY, Donna VAN DUSEN, and Susan ROBINSON, *"Good" and "Bad" Criticism: A Descriptive Analysis*, 46.

Thomas GUBACK, *The Evolution of the Motion Picture Theater Business in the 1980s*, 60.

Stephanie A. SHIELDS and Kathleen A. MacDOWELL, *"Appropriate" Emotion in Politics: Judgments of a Televised Debate*, 78.

Gerald SUSSMAN, *Banking on Telecommunications. The World Bank in the Philippines*, 90.

Juliet Lushbough DEE, *Media Accountability for Real-Life Violence: A Case of Negligence or Free Speech?*, 106.

Vol. 37, N°. 3, Summer 1987

Communicating Risk: The Media and the Public
Eleanor SINGER and Phyllis ENDRENY, *Reporting Hazards: Their Benefits and Costs*, 10.

Rahul SOOD, Geoffrey STOCKDALE, and Everett M. ROGERS, *How the News Media Operate in Natural Disasters*, 27.

David M. RUBIN, *How the News Media Reported on Three Mile Island and Chernobyl*, 42.

Sharon M. FRIEDMAN, Carole M. GORNEY, and Brenda P. EGOLF, *Reporting on Radiation: A Content Analysis of Chernobyl Coverage*, 58.

Robert Peter GALE, *Calculating Risk: Radiation and Chernobyl*, 68.

Lee WILKINS and Philip PATTERSON, *Risk Analysis and the Construction of News*, 80.

Peter M. SANDMAN, Neil D. WEINSTEIN, and M.L. KLOTZ, *Public Response to the Risk from Geological Radon*, 93.

Pamela J. SHOEMAKER, *Mass Communication by the Book: A Review of 31 Texts*, 109.

Vol. 37, N°. 4, Autumn 1987

David L. PALETZ and K. Kendall GUTHRIE, *The Three Faces of Ronald Reagan*, 7.

Burt PRYOR and Marvin C. MENGEL, *Communication strategies for Improving Diabetics' Self-Care*, 24.

Colleen ROACH, *The U.S. Position on the New World Information and Communication Order*, 36.

Timothy E. MOORE and Reet MAE, *Who Dies and Who Cries: Death and Bereavement in Children's Literature*, 52.

Ronald E. RICE, *Computer-Mediated Communication and Organizational Innovation*, 65.

David G. ALTMAN, Michael D. SLATER, Cheryl L. ALBRIGHT, and Nathan MACCOBY, *How an Un-*

healthy Product is Sold: Cigarette Advertising in Magazines 1960-1985, 95.

Forum, 107.

Brenda DERVIN, *The Potential Contribution of Feminist Scholarship to the Field of Communication*, 107.

Vol. 38, N°. 1, Winter 1988

Ralph L. ROSNOW, *Rumor as Communication: A Contextualist Approach*, 12.

INTERNATIONAL TELECOMMUNICATIONS: WHAT PRICE POLICY?

Rolf T. WIGAND, *Integrated Services Digital Networks: Concepts, Policies and Emerging Issues*, 29.

Anne W. BRANSCOMB, *Videotext: Global Progress and Comparative Policies*, 50.

Michael PALMER and Jeremy TUNSTALL, *Deregulation and Competition in European Telecommunications*, 60.

Desmond BELL and Niall MEEHAN, *International Telecommunications Deregulation and Ireland's Domestic Communications Policy*, 70.

Rosa Linda FREGOSO, *The PEIN in Spain: Telecommunications and Government Policy*, 85.

Kas KALBA, *Opening Japan's Telecommunications Market*, 96.

Vincent Mosco, *Toward a Theory of the State and Telecommunications Policy*, 107.

MASSACOMMUNICATIE

Wetenschappelijk kwartaaltijdschrift voor Communicatie en Informatie

Uitgegeven door:

Stichting Onderzoek Massacommunicatie (SOM),
Postbus 258, NL-6500 AG Nijmegen
ISSN 0921-2620

Jg. 15, nr. 4, 1987

Karsten RENCKSTORF & Paul NELISSEN, *Het omgaan met kennis - en de vraag naar voorlichting. Achtergronden en uitgangspunten voor fundamenteel onderzoek*, 291.

Jan WIETEN, *Tussen vernieuwing en herstel - de pers in de eerste naoorlogse jaren*, 317.

Cees VAN WOERKUM, *Diaspora of driestromenland*, 331.

Onderzoek in 't ort

Gerrit VAN DER RIJT, Anne-Marie BUIJSSE & JAN VERBEEK, *De effectiviteit van locale ondersteuning van een massamediale voorlichtings-campagne tegen alcohol in het verkeer*, 344.

Methoden van Onderzoek

Martin VERWEIJ, Nelly KALFS, Willem E. SARIS & Marius DE PIJPER, *Tijdsbestedings-onderzoek middels tele-interviewing en de mogelijkheden voor segmentatie*, 353.

Inhoud, jaargang 15, 1987, 382.

Jg. 16, nr. 1, 1988

Otto SCHOLTEN, *Het marktmechanisme en rol van openbare bibliotheken in de informatieverzorging*, 3.

Uta MEIER en Allerd PEETERS, *Kijken naar televisie: een huiselijk melodrama?*, 23.

Erik KATS en Petra SCHEDLER, *Zie zo, zo kan het ook*, 35.

Siem PANNEKEET, Bert KLANDERMANS en Jan VAN GASTEL, *Veranderen van dagblad?*, 49.

Arie DEN BOON, Marten BROUWER en Luit TABAK, *De Q-methode en publieksonderzoek*, 60.

Joke HERMES en Liesbet VAN ZONEN, *Vrouwen en media*, 74.

MEDIASPOUVOIRS

Politiques, Economies et Stratégies des Médias:

(vroeger Presse Actualité)

Uitgegeven door: Bayard-Presses,

10, rue de l'Amiral d'Estaing, F-75016 Paris

ISSN 0762-5642

N°. 9, janvier-mars 1988

Jérôme JAFFRE et Jean-Louis MISSIKA, *Les Français et leur médias: crise de confiance*, 5.

Douglas GOLDSCHMIDT, *L'impact des satellites privés sur les télécommunications européennes*, 16.

Georg. M. LUYKEN, *La rentabilité des satellites de télévision directe*, 27.

Jean-François DELATROIS, *FR3: Une chaîne qu'on abat*, 41.

Mariette DARRIGRAND et Grégoire HALBOUT, *Une nouvelle étape de la communication corporate*, 50.

Dominique VERNIER, *Barbie, Vergès et la presse*, 54.

Christian CHARTIER, *Coups de tycoons sur les polders*, 63.

Jean-Claude SERGEANT, *Presse britannique: Le temps de la censure*, 72.

Georges FRIEDMANN, *Culture pour les millions?*, 81.

Dossier:

PRESIDENTIELLE 1988: QUE LE SPECTACLE COMMENCE!

Elisabeth BALLAGUY et Jean-Louis MISSIKA, *Présentation*, 94.

Jean-Pierre DELALANDE, *Le financement des partis politiques et de la campagne*, 97.

Elisabeth DUPOIRIER et Gérard GRUNBERG, *Les cibles de la campagne*, 107.

Denis LINDON, *Le positionnement des candidats*, 117.

Laurent JOFFRIN, *La carte idéologique de la campagne*, 125.

Thierry PFISTER, *Le charme discret du journalisme politique*, 135.

Fred BARNES, *Le mythe des consultants politiques*, 141.

Philippe THUREAU-DANGIN, *Les nouveaux parasites*, 153.

Robert G. MEADOW, *La politique "high-tech"*, 163.

Henri DELIGNY, France : *Le casse-tête des tarifs du minitel*, 178.

Sylvie DARGNIES, Inde : *72 millions de téléspectateurs*, 183.

Elisabeth BALLAGUY, *L'audience des shows politiques (Données Médiamétrie)*, 211.

Evelyne DUCARROIR, *Les couvertures politiques des news magazines*, 216.

Evelyne DUCARROIR, *Le classement des groupes de presse*, 222.

Une lettre de Roger LAVIALLE, *directeur général de Ouest France à propos de la presse gratuite*, 224.

N°. 10, avril-juin, 1988

Sir Karl POPPEL, *Sur la théorie de la démocratie*, 7.

Carlo FRECCERO, *La valeur d'usage de l'audience*, 14.

Robert BOURE, *Le krach de la presse économique*, 19.

Lionel LEVASSEUR et Pierre MUSSO, *Télécommunications : la grande transformation*, 36.

François GARÇON, *Des émissions pour la jeunesse à la télévision pour les enfants*, 47.

Bruno DELECOUR, *Une chaîne familiale à péage : le prochain défi audiovisuel français ?*, 54.

Philippe LEMOINE, *Où va le télé-achat ?*, 60.

Thierry VEDEL, *Les frémissements du videotex aux États-Unis*, 68.

Dossier :

LE MARCHÉ DU LIVRE

Jean-Louis MISSIKA, *Présentation*, 74.

Pascal FOUCHÉ, *Éléments d'histoire de l'édition française*, 77.

François GÈZE, *La querelle du prix du livre*, 83.

Jean CASTARÉDE, *La dynamique du succès*, 89.

Pierre LEPAPE, *Les libraires de demain*, 95.

Hervé HAMON, *Docudrame*, 106.

François TAILLANDRIER, *A l'ombre des chefs-d'œuvre en fleurs*, 109.

Jean-Maurice DE MONTREMY, *Critique de la critique*, 112.

Martine POULAIN, *De quelques idées reçues sur la lecture*, 118.

Jean-Claude SERGEANT, *Grande Bretagne : Publish and Be Damned*, 124.

Marie-Odile TERRENOIRE, *Afghanistan : Le crime d'information*, 128.

Sybil RIZK, *Pays Arabes : La télévision entre religion et politique*, 132.

Dominique VERNIER, *France : Justice, le temps du soupçon*, 135.

Jean-Pierre DELIVET et FRÉDÉRIC RANCHET, *France : Le cadre juridique de la campagne pour l'élection présidentielle*, 139.

Élisabeth BALLAGUY, *L'audience des magazines d'information (Données Médiamétrie)*, 162.

Evelyne DUCARROIR, *Les jeux et concours dans la presse*, 168.

Bipe-observatoire de la communication, *Le marché mondial des programmes de télévision*, 173.

Index thématique 1987, 177.

Index par pays 1987, 181.

Liste alphabétique des auteurs d'articles, 183.

Liste alphabétique des auteurs de livres, 186.

MEDIEN UND ERZIEHUNG

Zweimonatsschrift für audiovisuelle Kommunikation.

Uitgegeven door: Jugend Film Fernsehen Institut,

Leske Verlag + Budrich GmbH,

Gerhart-Hauptmann-Str. 2, D-5090 Leverkusen 3

ISSN 0176-4918.

Jg. 31, Nr. 4, 1987

Medienwirkungen

Stefan MULLER-DOOHM, *Medienwirkungen im Zivilisationsprozeß*, 196.

Georg SEESLEN, *Genre - mehr als ein Begriff. Die Übermittlung von Botschaften in ästhetischen Strukturen*, 209.

Film

Peter KREMSKI, *Eric Rohmer : Das grüne Leuchten*, 219.

Jg. 31, Nr. 5, 1987

Medien-Alltag/-Biographie

Dieter BAACKE, *Medienalltag : Veralltäglichsung als Verdoppelung*, 259.

Erich MOHN, *Fragen an die Medienbiographie- und Medienalltagsforschung*, 261.

Klaus NEUMANN, Michael CHARLTON, *Lebensbewältigung mit Medien*, 268.

Film

Peter KREMSKI, *Die regenerierte Moral, Brian de Palma: Die Unbestechlichen/Alan Parker: Angel Heart*, 278.

Medienpädagogik

Fred SCHELL, Bernd SCHORB, *Medien zum Ermitteln, Erforschung und Darstellen*, 285.

Jg. 31, Nr. 6, 1987

Beruf: Medienpädagoge

Wolfgang WUNDEN, *Medienpädagogie von A (= ABM) bis Z (= ZDL). Zwei Berichte über ungewöhnliche Qualifikationen*, 324.

Herbert SCHERER, *Der modifizierte Medienpädagoge, "Mitarbeiter in Medienwerkstätten": Ein Berliner Weiterbildungsprogramm*, 334.

Film

Zeitgemälde: Filme zwischen Erfahrung und künstlicher Welt

Margret KÖHLER, *Julien Temple: Absolute Beginners*, 338.

Wolf SCHWARTZ, *Louis Malle: Auf Wiedersehen Kinder*, 341.

Rupert KOPPOLD, *John Boorman: Hope and Glory*, 345.

Susanne RICK, *Woody Allen: Radio Days*, 349.

Rainer TITTELBACH, *Jonathan Demme: Gefährliche Freundin*, 353.

Jg. 32, Nr. 1, 1988

Bilder und Bewußtsein

Jan UHDE, *Illusion, Distanzierung und Erzählrhythmus. Eine Lektion über Wahrnehmung und Bewußtsein beim Filmesehen*, 4.

Peter KREMSKI, *Filmanalysen ("Full Metal Jacket" von Stanley Kubrik, "Der steinerne Garten" von Francis Coppola, "Die Toten" von John Huston)*, 11.

Diskussion

Jan-Uwe ROGGE, *Von der Lupe und dem Schmetterlingsnetz, von den Möglichkeiten und der Menschenfreundlichkeit des "anything goes"*, 27.

Beruf: Medienpädagogin

Lothar MIKOS, *Der Untertitel-Redakteur. Live-Untertitelung mit Videotext*, 37.

Jg. 32, Nr. 2, 1988

Walkman: Sucht oder neues Hören?

Christian STELZER, *Musik im Kopf. Der Walkman verändert Hörgewohnheiten*, 68.

Detlev SCHNOOR, *Wenn die Welt zum Stummfilm wird. Der Walkman und der Wunsch nach Bildern*, 75.

Film

Der Hunger nach Bildern. Die Filmfestspiele Berlin: 38. Internationaler Wettbewerb/18. Internationales Forum des jungen Films/11. KinderFilmfest, 78.

Medienpädagogik

Hans-Jürgen PALME, *Eine neue Realität greifbar machen. Spiele über die gesellschaftliche Funktion der Computer*, 102.

Beruf: Medienpädagogin

Kurt JOHNEN-BÜHLER, *Pädagogische Medienarbeit in sozialen Institutionen*, 111.

DE PERS - LA PRESSE

Uitgegeven door:

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

Jg. 32, Nr. 4 (128), december 1987

Y. BENOIT-J.M. CENDRON, *Le soir à cent ans*, 1
Vlaamse Uitgeversmaatschappij drukt op nieuwe persen, 7.

Grenz-echo jetzt als Morgenzeitung, 11.

La Cité ressuscité?, 15.

Tijd electronic services, 17.

Y a-t-il un lecteur dans la salle?, 19.

Vlaamse televisie maatschappij opgericht, 22.

Europese dagbladuitgevers willen handhaving van B.T.W. nul-tarief, 23.

De publicitaire aankoopcentrales, 23.

M. MOENS, Voorzitter van de K.R.A.B., 25.

Editeurs Européens veulent le maintien du tarif t.v.a. zero, 27.

Les centrales d'achat publicitaires, 27.

Abonnementstarieven van de Belgische dagbladen, 28.

Antwerps pershuis in gebruik, 29.

Paritair comité voor het drukkerij-, grafische kunst- en dagbladbedrijf, 31.

Historisch akkoord tussen pers en omroep in Nederland, 35.

European festivities, 37.

Persoverzicht, 43.

PUBLIZISTIK

Vierteljahresshefte für Kommunikationsforschung
Uitgegeven door:
Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunika-
tionswissenschaft,
bij: Universitätsverlag Konstanz GmbH,
Postfach 6632, D-7750 Konstanz
ISSN 0033-4006

Jg. 32, Heft 4, Oktober-Dezember 1987

Birgit SCHUMACHER, *Kommunikationspolitisch relevante Urteile des Bundesverfassungsgerichts seit 1976*, 405.

Götz FRANK, *Aufgabenteilung im dualen Rundfunksystem nach dem vierten Rundfunkurteil*, 422.

Joachim WESTERBARKEY, *Das Geheimnis als Forschungsgegenstand. Hinweise auf ein vernachlässigtes publizistisches Phänomen*, 431.

M. Michael NICKL, *Journalistik ist professionelle Medienrhetorik. Ein Charakterisierungsversuch*, 449.

Joachim Friedrich STAAB, Heidi BUCHMÜLLER, Martina GILGES, Gisela WINTERLING, *Dissonante Stereotypisierung. Eine vergleichende Inhaltsanalyse der Frauendarstellung in "Brigitte", "Neue Post", "Emma" und "Playboy"*, 468.

Paul KLIMSA, *Journalistenausbildung in Polen. Einige Aspekte der Geschichte und Gegenwart eines politischen Berufes*, 480.

Jg. 33, Heft 1, Januar-März 1988

Arnulf KUTSCH, *Max Webers Anregung zur empirischen Journalismusforschung. Die "Zeitungsenquête" und eine Redakteurs-Umfrage*, 5.

Joachim WESTERBARKEY, *"so sind sie geblieben?" Konzept und Ergebnisse der ersten Absolventenbefragung am Institut für Publizistik in Münster*, 32.

Manfred DITTMERS, *Effizienzbeurteilung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk*, 48.

Hans-Bernd BROSIUS und Simone Christine EH-MIG, *Beiträge oder Aussagen: Durch welche Informationseinheiten werden Konfliktbeurteilungen gesteuert?*, 58.

Hansjürgen KOSCHWITZ, *Der verdeckte Kampf. Methoden und Strategien geheimer Nachrichtendienste zur Manipulation der Auslandsmedien*, 71.

Ingo OSSENDORFF, *Abbau der Medienmacht*

des Nordens - Beschleunigung durch den Falkland/Malwinen-Konflikt?, 89.

Benno SIGNITZER, *Public Relations-Forschung im Überblick. Systematisierungsversuche auf der Basis neuerer amerikanischer Studien*, 92.

THE QUARTERLY JOURNAL OF SPEECH

Uitgegeven door:
Speech Communication Association,
5105 Backlick Road, Annandale, Va 22003
ISSN 0033-5630.

Vol. 73, N°. 4, November 1987

Carole SPITZACK and Kathryn CARTER, *Women in Communication Studies: A Typology for Revision*, 401.

Robert BRANHAM and W. Barnett PEARCE, *A Contract for Civility: Edward Kennedy's Lynchburg Address*, 424.

Tamar KATRIEL, *Rhetoric in Flames: Fire Inscriptions in Israeli Youth Movement Ceremonials*, 444.

Barry Alan MORRIS, *The Communal Constraints on Parody: The Symbolic Death of Joe Bob Briggs*, 460.

Paul E. RIED, *The Boylston Professor in the Twentieth Century*, 474.

Index to Volume 73

Vol. 74, N°. 1, February 1988

Alan G. GROSS, *On the Shoulders of Giants: Seventeenth-Century Optics as an Argument Field*, 1.

Thomas M. LESSL, *Heresy, Orthodoxy, and the Politics of Science*, 18.

Dennis R. BORMANN, *George Campbell's Cura Prima on Eloquence - 1758*, 35.

Martin J. MEDHURST, *Truman's Rhetorical Reticence, 1945-1947: An Interpretive Essay*, 52.

W. Lance HAYNES, *Of That Which We Cannot Write: Some Notes on the Phenomenology of Media*, 71.

RUNDFUNK UND FERNSEHEN

Forum der Medienwissenschaft und Medienpraxis
Uitgegeven door:
Hans-Bredow-Institut für Rundfunk und Fernsehen an
der Universität Hamburg,
bij: Nomos Verlagsgesellschaft,
Postfach 610, D-7570 Baden-Baden
ISSN 0035-9874

Jg. 35, 1987, N°. 1

Martin STOCK, *Ein fragwürdiges Konzept dualer Rundfunksysteme*, 5.

Dieter GRIMM, *Verfassungsrechtliche Perspektiven einer dualen Rundfunkordnung. Zum Vierten Fernsehurteil des Bundesverfassungsgerichts*, 25.

Birgit SCHENK, *Die Struktur des internationalen Nachrichtenflusses: Analyse der empirischen Studien*, 36.

Volker RONGE,

Franz POZELT, *Der regionalisierte Rundfunkredakteur*, 55.

Hans-Bernd BROSIUS, *Auswirkungen der Rezeption von Horror-Videos auf die Legitimation von aggressiven Handlungen*, 71.

Helmet LUKESCH, *Videorecorder und Mediennutzung bei Kindern und Jugendlichen*, 92.

Eckart Klaus ROLOFF, *Sámi Radio Kárasjohka - Massenmedium einer Minderheit*, 99.

Landesrundfunkgesetz Rheinland-Pfalz vom 24 Juni 1986, 108.

Monopolkommission: Entwicklungsperspektiven und Empfehlungen zum Schutz des Medienwettbewerbs, 123.

Jg. 35, 1987, N°. 2

Zum Tod von Kurt Wagenführ, 149.

Hans J. KLEINSTEUBER, *Telekommunikationspolitik und Deregulierung in den USA. Der Fall "American Telephone & Telegraph" (AT & T)*, 151.

Werner MEIER/Heinz BONFADELLI, *"Neue Medien" als Problem der Publizistikwissenschaft*, 169.

Will TEICHERT, *Tschernobyl in den Medien. Ergebnisse und Hypothesen zur Tschernobyl-Berichterstattung*, 185.

Albrecht HESSE, *Ausgewählte Rechtsprechung mit grundsätzlicher Bedeutung für die Rundfunkordnung in der Bundesrepublik Deutschland*, 205.

Michael SCHENK/Patrick RÖSSLER, *"Dallas" und "Schwarzwaldklinik". Ein Programmver-*

gleich von Seifenopern im deutschen Fernsehen, 218.

Maksut KLEEMANN, *Bericht zur Halbzeit des Kabelpilotprojekts Dortmund*, 229.

Staatsvertrag zur Neuordnung des Rundfunkwesens vom 3. April 1987, 238.

Rundfunkgesetz für das Land Nordrhein-Westfalen (LRG NW) vom 19. Januar 1987, 248.

Gesetz über die Weiterverbreitung von Satellitenprogrammen - verabschiedet vom hessischen Landtag am 28. Januar 1987, 282.

Liebeserklärung an das Radio, Rede von Carmen Thomas anlässlich der Preisverleihung Prisma Medial 1987 am 1. Februar 1987, 286.

Rundfunkchronik 1986 für die Bundesrepublik Deutschland, 315.

Jg. 35, 1987, N°. 3

Alexander DEICHSEL, *Das Ende des Rundfunks, Bemerkungen zum neuerlichen Umgang mit Erzählmäschinen*, 341.

Karl PRÜMM, *Der Fernsehkrimi - ein Genre der Paradoxien*, 349.

Joost PLOG, *Film und Fernsehen zwischen Konkurrenz, Komplementarität und Kooperation*, 361.

Eckart STEIN, *Zwischen Torschlusspanik und Euphorie. Überlebenschancen eines anderen Kinos im Verbund mit einem anderen Fernsehen*, 373.

Helmut KORTE, *Kooperationsprojekt dezentrale Filmdatenbank KINECOM*, 381.

Dieter STORLL, *Kabelfernsehen in Berlin: Interesse, Nutzung und Bewertung. Umfrageergebnisse nach einem Jahr Kabelpilotprojekt*, 387.

Beschluß des Bundesverfassungsgerichts vom 24. März 1987. Betr.: Veranstaltung von Rundfunkprogrammen und rundfunkähnlichen Kommunikationsdiensten durch öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalten, 400.

Fernsehabkommen zwischen der ARD und der DDR vom 6. Mai 1987, 419.

Jg. 35, 1987, N°. 4

Volker RONGE, *Mediennutzung versus personale Kommunikation. Grenzen der Prägung der sozialen Kommunikation durch Massenmedien*, 461.

Helmut KROMREY, *Zur Verallgemeinerbarkeit empirischer Befunde bei nichtrepräsentativen Stichproben. Ein Problem sozialwissenschaftlicher Begleitung von Modellversuchen und Pilotprojekten, illustriert am Bildschirmtext-Feldversuch Düsseldorf/Neuss*, 478.

Ulrich SAXER, *Lokalrundfunk, unter besonderer Berücksichtigung der Schweizer Erfahrungen*, 500.

Wolfgang TINNEFELDT/ Walter KLINGLER, *Stadtradio Freiburg - ein gelungenes Experiment?*, 511.

Josef ECKHARDT, *Die Dritte Welt im WDR-Hör-funk*, 526.

Michael SCHENK/Matthias HENSEL, *Medienökonomie - Forschungsstand und Forschungsaufgaben*, 535.

Entscheidung Bundeskartellamt gegen Teile des Globalvertrages zwischen ARD/ZDF und Deutschem Sportbund (DSB), 548.

Redakteurstatut des Westdeutschen Rundfunks Köln, 559.

Jg. 36, 1988, N°. 1

Wolfgang HOFFMANN-RIEM, *Europäisierung des Rundfunks - aber ohne Kommunikationsverfassung?*, 5.

Michael MAREK, *Verfremdung zur Kenntlichkeit. Das Erinnern des Holocausts - Gestaltungsprinzipien in den Filmen "Der Prozeß" von Eberhard Fechner und "Shoah" von Claude Lanzmann*, 25.

Jörg BECKER, *Internationaler Nachrichtenfluß. Eine Stellungnahme zum Aufsatz von Birgit Schenk*, 45.

Don R. LE DUC, *Der Angriff auf die amerikanische Fairness-Doktrin: Eine Schlacht in einem größeren Krieg*, 56.

Bertram BARTH, *Fernsehnutzung und Realitätswahrnehmung: Zur Überprüfung der Kultivierungshypothese*, 67.

Gesetz über den "Westdeutschen Rundfunk Köln" - WDR-Gesetz (Änderungsgesetz vom 8.12.1987), 80.

Rundfunkgesetz für das Land Nordrhein-Westfalen (Änderungsgesetz vom 8.12.1987), 83.

Landesmediengesetz Baden-Württemberg (Änderungsgesetz vom 10.12.1987), 97.

FILM EN TELEVISIE

Uitgegeven door:
Katholieke Filmliga,
Dwarstraat 9, 1030 Brussel

Nr. 367, december 1987

Dirk MICHIELS, *The Last Emperor*, 9.

Jean Pierre WAUTERS, *The Last Emperor. Hij die weet, spreekt niet...*

Hij die spreekt, weet niet..., 10.

Dirk LAUWAERT, *The Last Emperor*.

Te veel (figuranten) wordt te weinig (vorm), 11.

Geert NEYT, *Hamburger Hill*, 12.

Ronnie PEDE, *Slam Dance*, 14.

Ronnie PEDE, *Tom Hulce, Theater is thuis, film is avontuur*, 15.

Geert NEYT, *The Sicilian. De bandiet als hoogmoedige messias*, 18.

Karin SEBERECHTS, *The Sicilian, Michael Cimino*, 19.

Dirk MICHIELS, *Au revoir les enfants*, 20-21.

Cis BIERINCKX, *River's Edge*, 22.

Dirk MICHIELS, *La Photo*, 23.

Dirk MICHIELS, *Castaway*, 26.

Stefaan VANDEMAELE, *Travelling avant*, 27.

Freddy SARTOR, *Comédie*, 28.

Dirk DUFOUR, *Le Cri du Hibou*, 29.

Dirk MICHIELS, *Glasnost in Limelight*, 30.

Willem DE GEYNDT, Tony Naets: *"De Europese kijker krijgt haast nooit het nieuws van de dag zelf op zijn scherm"*, 40-41.

Peter DAEMS, *Someone's watching me*, 42.

Peter DAEMS, *Lady Jane*, 42.

Miriam PIRA, *Storia d'amore*, 43.

Nr. 368, januari 1988

Dirk DUFOUR, *The Dead*, 9.

Dirk DUFOUR, *John Huston: helden en misfits*, 10.

Ronnie PEDE, *Dageraad van de vernietiging?*, 13.

Geert NEYT, *Kapstok voor andere problemen?*

Irvin, Barrile en Swerdlow over Vietname films,

Karin SEBERECHTS, *Gardens of stone*, 16.

Geert NEYT, *Hope and Glory*, 18.

Erwin GOEGEBEUR, *Maurice*, 19.

Wim SWINNEN, *No way out*, 20.

Stefaan VANDEMAELE, *Le Rayon Vert*, 22.

Wim SWINNEN, *A prayer for the dying*, 24.

Jaarrepertorium '87, 26.

Freddy SARTOR, *Arabische cinema?*, 33.

Freddy SARTOR, *L'homme de cendres*, 35.

Erwin GOEGEBEUR, *31ste London Film Festival*, 36.

Pascal LEFEVRE, *Si beaux et si vivants*, 38.

Peter CLAEYS, *L'oeuvre au noir*, 42.

Willem DE GEYNDT, Francis THEUNS, *Afscheid van een hoofdredacteur*, 45.

Jo DAEMS, *A streetcar named desire*, 47.

Dirk MICHIELS, *Miss Mary*, 48.

Myriam PIRA, *A christmas story*, 48.

Myriam PIRA, *My american cousin*, 49.

Nr. 369, februari 1988

Ronnie PEDE, *Passies voor 88*, 8.

Geert NEYT, *Fatal Attraction*, 14.

Dirk MICHIELS, *Glenn Close*, 15.
Wim SWINNEN, *Best Seller*, 16.
Erwin GOEGBEUR, *Stakeout*, 17.
Erwin GOEGBEUR, *Babette's gaestebud*, 18.
Hilde VAN GAELLEN, *Light of Day*, 20.
Cis BIERINCKX, *Housekeeping*, 21.
Dirk DUFOUR, *Gaby a true story*, 22.
Erwin GOEGBEUR, *Yeelen*, 23.
Jean Marc DE VOS, *Le médecin de Gafiré*, 24.
Jean Marc DE VOS, *Bitter Cane*, 25.
Dirk DUFOUR, *Hustons mannenmelodrama's: tussen hoogmoed en fatalisme*, 26.
Resultaten van de lezersenquête 1987, 36
Erik VAN LOOY en Ronny PEDE, *Leeft de vlaamse film ?*, 30.
Jean Pierre WAUTERS, *In Memoriam Pater Morlion*, 37.
Karin SEBERECHTS, *Cal*, 42.
Karin SEBERECHTS, *Wise guys*, 43.
Wim SWINNEN, *Terug naar oegstgeest*, 43.

Nr. 370, maart 1988

Jan MEVENSEN, *Nuts, Elementaire mensenrechten*, 8.
Francis DE MEULEMEESTER, *Nuts, Toerekenbaar of niet: dat is de hamvraag*, 10.
Dirk MICHIELS, *Nuts, Barbra Streisand Filmcharisma in drie octaven*, 12.
Geert NEYT, *Wall street*, 14.
Geert NEYT, *Een omgekeerde Reagan*, 15.
Dirk DUFOUR, *Anna*, 16.
Dirk DUFOUR, *House of games*, 17.
Ronnie PEDE, *Suspect*, 18.
Jean Pierre WAUTERS, *Gabriel Axel*, 20.
Dirk DUFOUR, *Peter Yates*, 21.
Dirk DUFOUR, *Anja Franke en Dany Levi*, 21.
Jacques DE VISSCHER, *Intervista*, 22.
Hilde VAN GAELLEN, *Marcello Mastroianni*, 24.
Dirk MICHIELS, *Les innocents*, 26.
Dirk MICHIELS, *André Téchiné*, 27.

Karin SEBERECHTS, *Empire of the sun*, 28.
Piet GOETHALS, *Clive Barker*, 30.
Ronnie PEDE, *Prince of Darkness*, 31.
Ronnie PEDE, *Beste twintig van de lezer(es)*, 33.
Resultaten van de lezersenquête 1987, 36
Erik VAN LOOY en Ronny PEDE, *Leeft de vlaamse film ?*, 38.
Freddy SARTOR, *Le maître de musique*, 44.
Francis THEUNS, *Kunst en kunst-zaken*, 48.

Nr. 371, april 1988

Jean-Pierre WAUTERS, *Internationale filmfestspiele Berlin*, 8.
Jean-Pierre WAUTERS, *Color Die geschichte des farbfilms*, 12.
Erwin GOEGBEUR, *Cry freedom*, 14.
Jean-Pierre WAUTERS, *Sir Richard Attenborough*, 16.
Jean Marc DE VOS, *Steve Biko: I had a dream. Integratiestrijd in VS en Zuid-Afrika*, 19.
Dirk DUFOUR, *Moonstruck*, 20.
Jean-Pierre WAUTERS, *Norman Jewison*, 21.
Dirk MICHIELS, *Cher*, 22.
Dirk MICHIELS, *Broadcast News*, 24.
Ronnie PEDE, *James L. Brooks: Business en winst op TV*, 25.
Cis BIERINCKX, *September*, 26.
Jean-Pierre WAUTERS, *Elaine Stritch*, 27.
Freddy SARTOR, *Film festival Rotterdam*, 28.
Gaston WEEMAES, *Orphans*, 30.
Dirk MICHIELS, *Albert Finney*, 30.
Piet GOETHALS, *Idi i smotri*, 32.
Peter DAEMS, *My life as a dog*, 34.
Erwin GOEGBEUR, *Weeds*, 36.
Freddy SARTOR, *Cobra verve*, 37.
Dirk DUFOUR, *De erfenis van Orson Welles*, 44.
Willem DE GEYNDT, *Een mediaprogramma voor Jan en Alleman ?*, 46.
Dirk MICHIELS, *Echo Park*, 52.
Karin SEBERECHTS, *Creepshow II*, 52.

SMEETS, L., *Adverteren boven en onder de taalgrens.*
Een vergelijkende analyse van het bereik en de reclame-
investeringen in Belgische dagbladen. 100 blz., 350 fr.

Centrum voor Communicatiewetenschap
E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven

Als het om boeken gaat ...

Standaard Boekhandel



NAAMSESTRAAT 57
LEUVEN 016/23 98 21

boek- besprekingen

Bruno MASURE,
La télé rend fou ... mais j'me soigne.
Paris, Plon, 1987, 205 blz.

Bruno Masure, de vlotte jongen van TF 1, is in zijn pen gekropen.

Resultaat: een regen van zeer korte stukjes die min of meer met (nieuws op) televisie te maken hebben. Meestal luchtig van aard, af en toe met een wrange ondertoon (wie had dat van hem verwacht?). Anekdoten, stukjes uit anonieme brieven, bedenkingen bij het maken en presenteren van het televisiejournaal, de mooie en minder fraaie kanten van het beroep van journalist en presentator.

Soms is het alsof deze man volstrekt niets te zeggen heeft en graag zichzelf bewierookt; af en toe gaat hij een ander pad op, nooit voor lang helaas. Een paar titels: "Droits d'odeur", "Reine d'un jour", "Ticker-chic", "Ticket-choc" (sic), "Poulets au vinaigre", "Les bronzés font du ski". Bijna honderd zijn het er.

Wie echt iets wil weten over televisiejournalen komt bedrogen uit. Pure egotripperij, al gaat het flink die kant uit, kan je dit werkje echter ook niet noemen.

Cursiefjes voor de fans?

M-J D.R.

Joël CLERGET (dir.),
Fantômes et masques de grossesse.
Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1986, 259 blz.

"Fantômes et masques de grossesse" bestaat uit de (herwerkte) uiteenzettingen op het gelijknamige, multidisciplinaire colloquium dat te Lyon werd georganiseerd van 17 tot 19 mei 1984, op initiatief van "L'Institut des Sciences de la Famille" te Lyon.

Het is een veelzijdig werk over (de representatie van) zwangerschap en het leven van de zwangere vrouw. Dit vanuit verschillende invalshoeken: historische, ethnologische, sociologische, obstetrische, juridische en psycho-analytische.

Hoe wordt zwangerschap talig voorgesteld - een evolutie in de terminologie door de eeuwen heen in verschillende discours. Allerte riten en later de medicalisatie van de zwangerschap tijdens het Franse Ancien Régime. Beschouwingen over de plaats van de foetus, de zwangere vrouw in de film, de beleving en voorstellingen van de duur van een zwangerschap.

Na de voorstellingswijzen komen de voorbereidingen aan bod, en zeker niet enkel de praktische kanten daarvan, o.a. het fantôme een abnormaal kind te dragen.

In een derde groep komen vooral de functie van

de placenta en de wording van het kind naar voren: fysiologie van de placenta, placenta en cultuur, placenta en de mythe van het Ene, ...

Daarna wordt de juridische toer opgegaan, met aandacht voor de sociale omgeving. We vinden daarin o.a. een stuk over draagmoederschap.

Het vijfde hoofdstuk groepeerst stukjes over "porter et perdre: naïtre".

Dit boek is zeker niet het zoveelste "Alles over zwanger zijn". Het biedt een diepgaande reflectie aangaande al wat en wie met een zwangerschap of met zwangerschap in het algemeen te maken heeft. Niet het bekende "Hoera, ik ben zwanger". Een boek dat zeer verschillende mensen, al dan niet zwanger (geweest), om verschillende redenen allesbehalve onverschillig zal laten.

M-J D.R.

Dick HOUWAART,

Het journalistenforum. 25 jaar "Bij nader inzien".

Den Haag, Omniboek, 1985, 64 blz.

In 1959 begon de VARA-radio met een journalistenforum onder de naam "Bij nader inzien": vier journalisten van kranten van verschillende politieke strekking discussiëren onder leiding van een voorzitter over de politieke actualiteit. Zeker toen was het voor de verzuilden Nederlandse omroep (en maatschappij) een revolutionair programma. Ter gelegenheid van het 25-jarig bestaan van het forum verscheen het boekje "Het journalistenforum. 25 jaar "Bij nader inzien", geschreven door Houwaart, medewerker van het eerste uur en huidig voorzitter van het forum. Hij verhaalt hoe het programma van de VARA, via de NTS/NOS bij de Tros is terechtgekomen (wat al een bewijs is van het bijzondere, niet zuilgebonden of pluralistische karakter ervan), hoe de journalisten zich doorheen de jaren onafhankelijker gingen opstellen van de officiële krant-/partijlijn zonder hun strekking echter te verloochenen, hoe men op een bepaald moment, eerder toevalig, overging tot het maken van live-programma's, etc. Vanzelfsprekend zet de schrijver het jubilerende forum waar hij al die jaren deel van heeft uitgemaakt, in het zonnetje, maar het is een leuk, leesbaar boekje voor geïnteresseerden in radiomaken en voor de luisteraars, en het kan een aanleiding zijn voor degenen die het journalistenforum nog niet kennen, om eens op woensdag om 13.25 uur op Hilversum 1 af te stemmen voor een half uurtje 'live' discussie over de actualiteit.

M.W.

Jörg BECKER,

Massenmedien im Nord-Süd-Konflikt.

Frankfurt/New York, Campus Verlag, 1985, 199 blz.

In het nogal heterogene "Massenmedien im Nord-Süd-Konflikt" zijn een aantal bijdragen verzameld die te maken hebben met kinder- en jeugdboeken, internationale betrekkingen en vredeswetenschap.

In zijn eerste bijdrage gaat het er de auteur om te onderzoeken hoe kinder- en jeugdliteratuur niet-Europese maatschappijen, culturen en mensen voorstellen en in hoever op die manier racistische ideeën en vooroordelen worden gewekt en versterkt.

In het tweede deel wordt bestudeerd hoe de internationale toegangsvoorwaarden tot de massamedia eruit zien, of ze eventueel zo gestructureerd zijn dat vooroordelen en ethnocentrisme een immanent noodzakelijk resultaat van ongelijke toegangsvoorwaarden zijn, en of die ongelijke toegangsvoorwaarden een van de essentiële instrumenten van de internationale politiek zijn om de afhankelijkheid van de Derde Wereld te bestendigen.

Tot slot vraagt de auteur zich af of zowel de inhouden als de productie- en toegangsvoorwaarden van en tot de massamedia een politiek instrument vormen dat de wereldvrede in gevaar kan brengen. Volgens schrijver zijn de vervorming van inhouden, de afhankelijkheid bij de toegang en de ontevredenheid zowel i.v.m. de inhoud als i.v.m. de toegang belangrijke hinderpalen voor de ontwikkeling van een Nieuwe Internationale Informatieorde.

G.R.

Helga HUMMERICH,

Wahrheit zwischen den Zeilen. Erinnerungen an Benno Reifenberg.

Freiburg i. Br., Herder, 1984, 127 blz.

Helga Hummerich was sinds 1930, eerst te Parijs en later te Frankfurt, secretaresse van Benno Reifenberg, een van de belangrijkste redacteurs van de *Frankfurter Zeitung*, het liberale blad dat ondanks het strenge toezicht op de pers in het nationaal-socialistische Duitsland tot eind augustus 1943 kon verschijnen. Aan de hand van de notities van Reifenberg en van haar eigen ervaringen schildert Hummerich vooral hoe de *Frankfurter Zeitung* er 10 jaar lang in slaagde "tussen de regels" afwijkende meningen en kritiek op het regime te publiceren.

Behandeld wordt ook de vraag of de redacteurs er niet beter aan hadden gedaan bij de machtsovername van Hitler hun pen te breken, om niet

het gevaar te lopen zich als liberaal uithangbord van een totalitair regime te laten misbruiken. Volgens de auteur koos de redactie bewust de moeilijke weg, die erin bestond te blijven verschijnen zolang de machthebbers niet zelf ingrepen. Dit gebeurde in 1943, n.a.v. een artikel over Hitlers lievelingsdichter Dietrich Eckart. Het bewuste artikel wordt samen met een drietal andere, die illustreren hoe de *Frankfurter Zeitung* zowel vóór als na 1933 tegen het nazisme ingingen, als appendix afgedrukt.

G.R.

John V. PAVLIK,
Public Relations, What Research Tells Us.
Newbury Park, Sage, 1987, 152 blz.

Systematisch onderzoek in het domein van de Public Relations neemt de laatste jaren toe. Pavlik schetst in "Public Relations, what Research Tells US" een beeld van PR aan de hand van het bestaande onderzoek. De eigenlijke onderzoeksresultaten nemen echter slechts een klein deel van het werk in beslag (p. 45-93). Het eerste deel van het boekje geeft een overzicht van de types van PR-onderzoekingen, de belangrijkste onderzoeksmethodes (met de positieve en negatieve aspecten ervan) en de motiveringen van de onderzoekers. Na de onderzoeksresultaten van de belangrijkste PR-onderzoekingen bespreekt Pavlik een aantal resultaten en theorieën uit de algemene communicatiewetenschappen, die een beter inzicht kunnen geven in de werking van de PR. Tenslotte signaleert hij de lacunes die er zijn in het toegepaste onderzoek (b.v. computers in PR), het fundamenteel onderzoek (b.v. de relatie tussen zender en ontvanger als analyse-eenheid) en het introspectieve onderzoek (b.v. een sociologie van de PR). Bovendien ontbreekt volgens hem het kritisch onderzoek naar PR volledig. Het boekje is door zijn algemene opzet een aanvulling op basishandboeken als dat van Grunig en lijkt, ook door zijn bespreking van soorten onderzoek en onderzoeksmethodes, een handige tekst voor studenten Public Relations.

M.W.

J. KATUS en W.H. NIJHOF (red.),
Gemeentevoorlichting.
Coutinho, Muiderberg, 1987, 146 blz.

In "Gemeentevoorlichting" geven een aantal auteurs een overzicht van de verschillende standpunten en ontwikkelingen op het gebied van de gemeentevoorlichting en het denken daarover. Aan bod komt zowel het standpunt van degenen die pleiten voor het beperken van gemeentevoor-

lichting tot zuiver informatieverschaffing, als dat van degenen die stellen dat overheidsvoorlichting/gemeentevoorlichting ook het vertrouwen kan en moet winnen van burgers, en dat het dus correcter zou zijn om over 'overheidscommunicatie' te spreken. Katus verdedigt de stelling dat voorlichting zich slechts ontwikkelt als er problemen zijn, en dat de gedaante ervan door de lokale situatie wordt bepaald. Bovendien wordt voorlichting volgens hem des te noodzakelijker voor overheden, nu de zullen aan kracht verloren hebben. Nijhof geeft een inventaris van de huidige tendensen en knelpunten in de gemeentevoorlichting. Van der Meiden probeert te voorspellen hoe de toekomst van de gemeentevoorlichting eruitziet. Nijhof bekijkt de media, de eigen communicatiekanalen en de nieuwe media en weegt de mogelijkheden ervan voor de gemeentevoorlichting. Eisse Kalk tenslotte wijst op de gevaarlijke ontwikkeling dat de overheid de inspraak en voorlichting monddood maakt door ze in te kapselen in wettelijke regelingen, en ze zo tot een instrument ter legitimering van een beleid herleidt.

M.W.

Stephan RUSS-MOHL (Hrsg.),
Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis.
München, List Verlag, 1987, 290 blz.

Wetenschapsjournalistiek in Duitsland zit 'in de lift'; de media besteden er steeds meer aandacht aan, ook buiten de specifieke wetenschapspagina's of -programma's. Ondanks dat blijft wetenschap het imago houden moeilijk en saai te zijn. Wetenschapsjournalistiek is dan ook één van de moeilijkste specialisaties: hoe trek je de interesse van je publiek en hoe hou je die vast. "Wissenschaftsjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis" wil een handboek zijn voor wetenschapsjournalisten (al dan niet in spé). Het bespreekt de verschillende hulpmiddelen en onderzoeksmethodes waar een wetenschapsjournalist gebruik van kan maken om zijn informatie bijeen te krijgen, en het geeft tips voor het selecteren van onderwerpen en de presentatie van de gegevens. Daarnaast komen ook meer algemene zaken aan bod, zoals ethiek en arbeidssituatie, toekomstperspectieven en specialisaties. Een grote groep auteurs (journalisten zowel als communicatiewetenschappers) leverden bijdragen aan dit werk, dat zich richt tot studenten, journalisten en wetenschappers. Het geheel is sterk praktijkgericht, zodat de naam van de reeks waar dit boek deel van uitmaakt ('Journalistische Praxis'), recht gedaan wordt.

M.W.

Maurice GOLDSMITH,

The Science Critic.

London/New York, Routledge & Kegan Paul, 1986, 217 blz.

Goldsmith, een wetenschapsjournalist, pleit in "The Science Critic" voor een nieuwe functie in de wetenschapspopularisering: die van de Science Critic. Hij gaat daarbij uit van de vaststelling dat de wetenschap een steeds grotere en verdergaande invloed op de maatschappij heeft, en dat de controle daarover beter niet langer in de handen van de wetenschappers zelf blijft. Hij vraagt zich vervolgens af hoe het publiek een rol daarin kan gaan spelen, hoe de controle kan worden georganiseerd en hoever die mag gaan. Een centrale rol in de noodzakelijke 'nieuwe wetenschapspopularisering' kent hij toe aan de 'science critic', een nieuwe functie naast wetenschapsjournalist, wetenschapper of voorlichter. Deze persoon zou een algemeen overzicht moeten hebben over de situatie van maatschappij en wetenschap, hij moet op grond van zijn kennis van het verleden in de toekomst kunnen en durven kijken en de wetenschappelijke ervaring kunnen classificeren, hij moet de integriteit van de wetenschap hoog houden, de wetenschap interpreteren en aan het publiek overbrengen op zodanige wijze dat zij de 'poëzie' ervan inzien.

Lijsten van verenigingen voor wetenschapsjournalisten en prijzen voor wetenschapsjournalistiek en een aantal voorbeelden van presentatie van wetenschappelijke onderwerpen vervolledigen dit boek. Je kunt je echter afvragen waarom hij pleit voor een aparte functie en niet voor een andere aanpak van wetenschapsjournalistiek: overlappen die twee functies elkaar niet? Het werk is bijzonder makkelijk leesbaar, maar uiteindelijk roept de auteur vele vragen op zonder er een antwoord op te geven.

M.W.

K. FELLBAUM,

Elektronische Textkommunikation.

Berlin/Offenbach, VDE-Verlag, 1983, 401 blz.

"Elektronische Textkommunikation" behandelt de technische principes van, en de benodigde apparatuur voor, enkele nieuwe elektronische tekstmedia, met name videotex, teletekst en telefax. Voor elk van deze media wordt telkens een exhaustief overzicht gegeven van de internationale ontwikkelingen. Bij deze bespreking wordt ruim aandacht besteed aan de stand van zaken met betrekking tot de standaardisering van de apparatuur.

D.D.G.

U. MUNZINGER,

Bildschirmtext und Informationsangebot.

Berlin, Studienverlag Hayit, 1985, 183 blz.

Videotex (*Bildschirmtext* in de Duitse Bondsrepubliek) biedt een aantal nieuwe, mediumspectifieke toepassingsmogelijkheden. "Bildschirmtext und Informationsangebot" gaat na of videotex ook de consument op een efficiëntere wijze dan via andere media kan informeren.

Munzinger maakte daarvoor een analyse van de gegevens die uit het videotex-marktonderzoek in Düsseldorf/Neuss m.b.t. consumenteninformatie werden bekomen.

D.D.G.

H. LIEBAERS, W.J. HAAS, W.E. BIERVLIET (ed.),
New information technologies and libraries.

Dordrecht/Boston/Lancaster/Tokyo, 1985, 362 blz.

"New Information technologies and libraries" bevat de referaten van een in 1984 door de European Cultural Foundation georganiseerd congres over het gebruik van nieuwe informatietechnologieën in het bibliotheekwezen.

De bijdragen handelen hoofdzakelijk over de implementatie van online-systemen, elektronische documentenverspreiding en het gebruik van optische opslagmedia.

Verder wordt veel aandacht besteed aan de internationale (in casu Europese) samenwerking tussen de bibliotheken op het vlak van de automatische gegevensverwerking.

D.D.G.

Y. PERRY (ed.),

Data Communications in the ISDN Era.

Amsterdam, North-Holland, 1985, 1987 blz.

Tussen 1980 en 1984 zijn door de internationale standaardisatie-organisatie CCITT (Comité Consultatif Internationale de Télégraphie et Téléphonie) een groot aantal aanbevelingen opgesteld omtrent de verschillende aspecten van ISDN (Integrated Service Digital Network). Deze technische aanbevelingen leiden tot de standaard die fabrikanten en gebruikers (PTT's) nodig hebben om netwerken te kunnen implementeren die compatibel zijn met elkaar (op internationaal vlak) en met de daarop aangesloten apparatuur. In "Data Communications in the ISDN Era" wordt een overzicht gegeven van de resultaten van deze normalisatie-activiteiten en aldus van de architectuur, de toepassingen en de gebruikte protocollen bij ISDN.

Voor een vlotte lectuur van deze tekst is een basiskennis datacommunicatie vereist.

D.D.G.

D. TSICHRITZIS,
Office Automation.

Berlin/Heidelberg/New York, Springer Verlag, 1985, 441 blz.

"Office Automation" bevat een aantal bijdragen over de beschikbare technieken en methodes voor het ontwerp en het gebruik van computers in het kantoor, gaande van het gebruik van databanken tot de inschakeling van toepassingen op het vlak van artificiële intelligentie. Er wordt ook ruim aandacht besteed aan de ontwikkeling van z.g. 'user interfaces', nl. methoden en technieken voor het gebruiksvriendelijker maken van de geautomatiseerde informatiesystemen op kantoor.

D.D.G.

A.H. IHELL,

Data networks - a review of the variety, facility and costs.

Hatfield, Cimtech, 1985, 21 blz.

Het rapportje "Data networks - a review of the variety, facility and costs" geeft een zeer bondig overzicht van een aantal elementen uit de datacommunicatie, zoals modems, digitale netwerken, lokale netwerken, interface standaarden en ISDN.

D.D.G.

X.,

CATCOM-Erster internationaler Kabelfernseh-kongress.

Berlin, Vistas, 1985, z.p.

De congresmap "CATCOM - Erster internationaler Kabelfernseh-kongress" bevat bijdragen over lokale (kabel)televisie en radio, de technische evolutie van kabeldistributie (o.a. het gebruik van glasvezel i.p.v. coaxkabel), de mediapolitieke aspecten van kabeltelevisie en -radio, de relatie tussen kabeltelevisie en CATV (Community Antenna TV) en toepassingen zoals abonnee-tv, kies-tv (pay-per-view), e.d. Bij de meeste artikels wordt hoofdzakelijk uitgegaan van de Zwitserse situatie.

D.D.G.

R. KABEL, T. STRAETLING,
Kommunikation per Satellit.

Berlin, Vistas, 1985, 243 blz.

In een eerste deel van "Kommunikation per Satellit" wordt ingegaan op de techniek en de toepassingsmogelijkheden (telefonie, datatransmissie, televergaderen, mobiele satellietdiensten) van telecommunicatiesatellieten.

In het tweede deel geven de auteurs een exhaustief overzicht van de evolutie van internationale (Leasat, Inmarsat, Intelsat, Intersputnik) en nationale satellietdiensten.

Doorheen heel het boek wordt nadrukkelijk verwezen naar de belangrijke rol die de politiek-economische context speelt bij de ontwikkeling van satellietssystemen.

D.D.G.

P. MARKS GREENFIELD,

Beeldbuis kinderen ; over de effecten van televisie, computers en computerspellen.

Nijkerk, Intro, 1986, 159 blz.

"Beeldbuis kinderen ; over de effecten van televisie, computers en computerspellen" handelt over het gebruik van (nieuwe) elektronische media door kinderen. Welke impact zullen televisie, computers en computerspellen hebben op de generatie kinderen die met deze media zijn opgegroeid? De auteur toont aan de hand van onderzoek hieraangaande aan dat de nieuwe elektronische media zowel een positief als een negatief effect kunnen hebben. Recente studies tonen bijvoorbeeld aan dat de televisie inderdaad de belangstelling voor het lezen vermindert. Toch kan de tv ook gebruikt worden om kinderen visueel aan te moedigen tot lezen en schrijven. Het kan ze wegwijs maken in de ingewikkelde kaders en patronen van het sociale leven. Dit vlot leesbare boek bevat naast deze studieresultaten een aantal praktische suggesties om kinderen te begeleiden bij het gebruik van deze media.

D.D.G.

X.,

Progris Bildschirmtext-Report '86.

Berlin, Projectgruppe Informationssysteme GmbH, 1986, 258 blz.

Het "Progris Bildschirmtext-Report '86" geeft een uitvoerig verslag over de videotex-apparatuur en -programmatuur van 60 (Westduitse) fabrikanten.

Het redactionele deel geeft een overzicht van de huidige videotextechniek en beschrijft een aantal

belangrijke geplande en reeds ingevoerde videotextdiensten in West-Duitsland en daarbuiten. Tenslotte bevat het rapport een omvangrijke bibliografie van recente duitstalige publikaties over videotex.

D.D.G.

P. INGWERSEN, L. KAJBERG, A.M. PEJTERSEN (ed.),

Information technology and information use. London, Taylor Graham, 1986, 194 blz.

De interessante reader "Information technology and information use" bevat een aantal originele bijdragen betreffende de sociale, economische en politieke aspecten van informatietechnologie, zoals de relatie informatietechnologie en economische ontwikkeling, de impact van de informatietechnologie en de daarvan afgeleide industrie op de werkgelegenheid, artificiële intelligentie, en de invloed van informatietechnologie op onderwijs en vorming.

D.D.G.

L. DE BRABANDERE,

De Infoducten.

Tielt, Lannoo, 1986, 189 blz.

Het essay "De Infoducten" geeft een erg originele kijk op de relatie computer-samenleving. De Brabandere situeert een aantal informatietechnologische trends in hun historische en maatschappelijke context en geeft tegelijkertijd aan de leek de mogelijkheid de basisprincipes van informatica en telecommunicatie te leren kennen. Het vlotte taalgebruik en de talrijke anekdotes maken van *De infoducten* een leerrijk vrijetijdsboek.

D.D.G.

L. CZABA, K. TARNAY, T. SZENTIVANYI (ed.),
Computer network usage: recent experiences.

Amsterdam/New York/Oxford/Tokyo, North-Holland, 1986, 829 blz.

"Computer network usage: recent experiences" bevat de bijdragen van het COMNET '85-congres, het derde in een reeks bijeenkomsten rond het thema *computernetwerken*. De belangrijkste onderwerpen die in dit congresverslag aan bod komen, zijn netwerkstructuren, communicatieprotocollen, het ISDN-concept en lokale computernetwerken (LANs). De meeste artikelen vereisen van de lezer een technische voorkennis.

D.D.G.

R. MACLEOD,

Technology and the human prospect.

London/Wolfeboro, Francer pinter, 1986, 256 blz.

Gedurende de laatste twintig jaar zijn de beleidsaspecten van de technologische evolutie op heel wat universitaire centra een vast onderzoeksgebied geworden. Eén van de pioniers van deze onderzoekdiscipline is Christopher Freeman, hoogleraar Wetenschapsbeleid aan de Universiteit van Sussex. Het liber amicorum C. Freeman "Technology and the human prospect" bevat een aantal bijdragen betreffende de driehoeksrelatie economie - technologie - wetenschap.

D.D.G.

W. GILSON (Hrsg.),

ISDN - das dienste-integrierende digitale Fernmeldenetz als Kommunikationssystem der Zukunft.

Berlin/Offenbach, VDE-Verlag, 1986, 108 blz.

ISDN (Integrated Services Digital Network) is een digitaal netwerk waarop alle telecommunicatiediensten (telefoon, telex, teletex, videotex, e.d.) geïntegreerd worden.

De reader "ISDN-das dienste-integrierende digitale Fernmeldenetz als Kommunikationssystem der Zukunft" bevat een aantal artikels over de technische principes van ISDN, waarbij vooral aandacht wordt besteed aan pilootprojecten in de Duitse Bondsrepubliek. Verder wordt ook ingegaan op de apparaten (en derhalve de diensten) die op ISDN kunnen worden aangesloten.

D.D.G.

M. FEENEY (ed.),

New Methods and techniques for information management.

London, Taylor Graham, 1986, 364 blz.

"New Methods and techniques for information management" is een praktische en goed gestructureerde gids, waarin een groot aantal toepassingen uit het domein van de informatietechnologie worden beschreven. In elk van de elf delen wordt telkens een aspect of toepassing behandeld: (1) computer-hardware en -software, (2) tekstverwerking en nieuwe druktechnieken, (3) nieuwe opslagtechnieken, (4) informatie-opvraging, (5) online databases, (6) teletext en videotex, (7) expertsystemen, (8) elektronische briefwisseling, (9) bureautica-toepassingen, (10) telecommunicatietechnologie, (11) juridische aspecten m.b.t. informatietechnologie.

D.D.G.

L. WILKIN,
Technologies de l'information, aspects humains et sociaux.

Bruxelles, Editions de l'Université de Bruxelles, 1986, 240 blz.

"Technologies de l'information, aspects humains et sociaux" is de neerslag van een colloquium dat in december 1984 door de Université Libre de Bruxelles (Faculté des Sciences Sociales, Politiques et Economiques) werd georganiseerd. De twee belangrijkste vragen die in dit boek worden behandeld zijn: "Welke zijn de problemen die zich bij de machine-mens dialoog voordoen?" en "Welke impact heeft de informatica op de organisatie?". Deze problematiek m.b.t. de relatie tussen computer, mens en organisatie wordt in een twintigtal bijdragen vanuit een sociaal-wetenschappelijke invalshoek benaderd.
D.D.G.

David MORLEY,
Family Television. Cultural power and domestic leisure. With an introduction by Stuart Hall.

London, Comedia, 1986, 178 blz.

Een studie over TV-kijken door families uit verschillende culturele achtergronden. Op welke manieren kan een TV-toestel worden gebruikt? Nu TV-kijken steeds minder een geïsoleerde, individuele en steeds meer een sociale, collectieve activiteit wordt, werpen zich vragen op.

Welke invloed heeft die huiselijke omgeving op wat we zien, hoe we kijken en wat we er van maken? Welke rol speelt televisie in gezinsrelaties, hoe beïnvloedt de interactie binnen het gezin de programmakeuze? Hoe gedragen mensen zich wanneer het televisietoestel aanstaat?

Morley is in zijn onderzoek niet op de klassieke manier te werk gegaan maar aan de hand van uitgebreide, ongestructureerde interviews en een kwalitatieve methode. Geïnterviewden worden vaak woordelijk aangehaald, zodat duidelijk blijkt hoe zijzelf hun kijkervaringen zien.

Uit het onderzoek blijkt dat televisiekijken, de keuzes die ermee gepaard gaan en de manier waarop het wordt 'gebruikt' duidelijk actieve en sociale processen zijn. Kijkers zouden niet passief absorberen maar "er zelf iets van maken". Hoe dat gebeurt is afhankelijk van een keuzepatroon betreffende wat wanneer wordt bekeken. Dat keuzepatroon wordt opgebouwd in een reeks relaties.

Het medium televisie is geïntegreerd in de dagelijkse processen en codes van interactie in het gezin. Rond het medium is een complex web van gewoonten, rituelen, regels en principes ont-

staan. Macht en geslacht spelen een belangrijke rol.

Een voorbeeld: in klassieke gezinnen (man, vrouw, kinderen) is de macht van de mannen duidelijk, zij kiezen waarnaar wordt gekeken. De afstandsbediening bevindt zich in de handen van de man of, als die weg is, de zoon. Het is een sterk zichtbaar symbool van machtsrelaties. Uitzonderingen zijn te vinden in gezinnen waar de man werkloos is en de vrouw werkt, de machtsrelatie is daar anders.

Morley zelf is zich bewust van het feit dat de seksedimensie meer aandacht heeft gekregen dan andere (zoals sociale klasse en leeftijd) en ervan geïsoleerd is gebleven. Misschien maakt dat zijn werk enigszins onvolledig. O.i. is het desondanks zeker interessant, zowel wat onderzoeksresultaten als methode betreft.

M.J.D.R.

Jean-Paul TOROK,
Le Scénario. L'art d'écrire un scénario.

Paris, Editions Henri Veyrier, 1986, 202 blz.

Deze zoveelste publikatie over scenarioschrijven wijst op een groeiende belangstelling voor de scenarioschrijver in het filmproductieproces. Het boek is ingedeeld in vier hoofdstukken: het eerste biedt een historisch overzicht van het scenarioschrijven in de V.S. en in Frankrijk. Het tweede behandelt de scenarioschrijver van nu. Het derde en vierde hoofdstuk tenslotte bieden enkele theoretische concepten en praktische wenken in verband met de constructie en redactie van een scenario.

Het vernieuwende van dit boek zit vnl. in de eerste twee hoofdstukken. Het historisch overzicht van het scenarioschrijven is summier, duidt op het gebrek aan grondige studie in dit domein, maar is nieuw. Nieuw is ook het polemisch karakter dat vooral tot uiting komt in het tweede hoofdstuk. De schrijver bindt hier de strijd aan met de verdedigers van de auteurspolitiek. Door eenzijdig de klemtoon te leggen op de regisseur als auteur van een film zijn de rol en het belang van de scenarioschrijver in de Franse film vanaf de jaren '60 in het gedrang komen te staan. Daarom pleit Torok voor een terugkeer naar het "Ancien Régime" van vóór de jaren '60, en voor een "politique du scénario". Door iedere productie, alvorens ze te subsidiëren en te realiseren, eerst grondig te controleren op basis van een goed uitgewerkt script, gemaakt door beroepsmensen, zou, aldus Torok, de kwaliteit én het succes van de Franse film terdege weer kunnen worden opgeschroefd.

De twee hiernakomende hoofdstukken zijn in vergelijking met het voorgaande teleurstellend. Ze

baseren zich vnl. op enkele retorische en narratologische principes resp. ontleend aan Aristoteles en Genette. Net zoals in de meeste vorige publicaties gaat de aandacht uitsluitend naar de fictiefilm. Zij bieden echter niets nieuws ten opzichte van deze vorige publicaties (zie bv. Chion's *Ecrire un Scénario*, Cahier du Cinéma/I.N.A., '85 en Cucca's *L'écriture du Scénario*, Eds. Dujarric, '86): het theoretisch hoofdstuk is zeer oppervlakkig en op diverse plaatsen zelfs aanvechtbaar (cfr. de paragraaf over de "vraisemblance"); het praktische hoofdstuk dan is zeer abstract, en biedt door gebrek aan concrete voorbeelden geen houvast voor de beginnende scenarioschrijver.

Aan het einde van het boek is een zeer selectieve lijst van scenarioschrijvers gevoegd. Een bibliografie is jammer genoeg achterwege gelaten. Verder versterken de talrijke tik- en spelfouten de indruk dat dit boek een nogal haastige uitwerking is van een bijdrage van de auteur voor Bénédictine Puppincx's speciale nummer van *Problèmes Audiovisuels* (N° 13) over de scenarioschrijver (verschenen in '83).

P.C.

Pascal WEIL,
Et moi, émoi. La communication publicitaire face à l'individualisme.

Paris, Les éditions d'organisation, 1986, 218 blz.

Door allerhande sociale veranderingen is de reclame in een stroomversnelling terechtgekomen. Bepaalde schema's moeten worden losgelaten, de oude denk- en handelwijze gewijzigd.

De recente maatschappelijke veranderingen eisen van reclamemakers en marketingmensen meer verbeelding, talent, inventiviteit.

De nieuwe consumenten moeten op een andere wijze worden benaderd. Zij kopen niet langer producten of merken om aan een bepaald model te beantwoorden, maar veeleer kopen ze dat produkt of merk dat op hen lijkt. Met andere woorden, de communicatie via reclame is er niet bepaald eenvoudiger op geworden. Het bepalen van doelgroepen kan dus niet meer volgens de beproefde methode gebeuren.

Voor het bepalen van markten moet men eveneens op een andere wijze te werk gaan wanneer aan alle noden is voldaan en door de relatieve verzadiging producten substitutieproducten worden die de concurrentie aangaan met alle andere.

Ook marketingstrategieën moeten aan de gewijzigde patronen worden aangepast.

Wat is dan de rol van de communicatie? Weil formuleert het als volgt: "Face à la dispersion des cibles, à leur hétérogénéité, face à la dissolution des structures et à l'absence des valeurs de socialisation, c'est à la communication de tenir un discours consensuel et de transcender les disparités".

Wat haar vooral belangrijk lijkt is "de montrer assez d'ingéniosité pour intéresser et séduire, par des propos mobilisateurs, des individus pris dans leur vertige narcissique, sans directement les mettre en scène".

Aanpassingsvermogen staat centraal.

Een interessante kijk op reclame, met een weinig theoretische maar des te meer praktische onderbouw. Zeer vlot en bepaald verfrissend.

M.J.D.R.

Kathy MYERS,
Understairs... the sense and seduction of advertising.

London, Comedia, 1986, 152 blz.

De auteur gaat uit van de vraag of er (nog) een verschil is tussen reclame en propaganda nu ook linkse politieke partijen en vakbonden gebruik maken van reclame-agentschappen om hun ideeën te verkopen.

Hiertoe beschouwt ze de historische en economische functie van reclame. Aan de hand van case studies toont ze aan hoe de consument wordt voorgesteld, hoe taal en beelden worden gebruikt om producten een identiteit te geven.

Daarna gaat ze over tot een overzicht van de linkse kritiek op reclame en poogt ze aan te tonen hoe het komt dat er nog geen consumptietheorie is.

In een derde deel heeft ze het over de wijze waarop drie 'socialistische' instituties reclame hebben gebruikt om hun politiek ideeëngoed en hun economische objectieven ruimer bekend te maken (dit zijn: de *Greater London Council*, *Labour*, en het tijdschrift *City Limits*).

Tenslotte formuleert de auteur een paar aanbevelingen voor de toekomstige reclame en consumptie, opdat reclame geen negatieve invloed zou hebben op individuele keuzemogelijkheden betreffende producten en levensstijl.

Ongemeen interessant en boeiend leesmateriaal, doch ietwat beperkt en pamflettair.

M.J.D.R.

ingezonden boeken (Bespreking naar mogelijkheid)

- ALBERSMEIER, Franz-Josef, *Die Herausforderung des Films an die französische Literatur. Entwurf einer "Literaturgeschichte des Films". Reihe Siegen 49, Romantische Abteilung, Band I, Die Epoche des Stummfilms (1895-1930)*. Heidelberg, Carl Winter Universitätsverlag, 1985, 543 blz., DM 98.
- BERGER, C.R. & CHAFFEE, S.H. (Eds.), *Handbook of communication science*. Londen, Sage Publications, 1987, 946 blz., £ 49,95.
- BERGMANN, J.R., Klatsch, *Zur Sozialform der diskreten Indiskretion*. Berlijn, de Gruyter, 1987, 293 blz., DM 29,80.
- BERKMAN, Ronald & KITCH, Laura W., *Politics in the media age*. Londen, McGraw-Hill, 1986, 332 blz., DM 49,90.
- BOLLINGER, E., *La presse suisse. Les faits et les opinions*. Lausanne, Payot, 1986, 191 blz.
- BONNET, Alain, *Kunstmatige intelligentie. Verwachtingen en Werkelijkheid*. Amsterdam, Addison-Wesley, 1987, 253 blz.
- CASHDAN, Asher & JORDIN, Martin (Eds.), *Studies in Communication*. Oxford, Basil Blackwell, 1987, 243 blz., £ 8,95.
- COHEN, Akiba A., *The television news interview*. Londen, Sage Publications, 1987, 159 blz., £ 8,95.
- DE ROODE, Hugo & MERTZ, Paul, *Communicatie '87. Ontwikkelingen en trends in organisatie en bedrijf*. Deurne, Kluwer, 1987, 185 blz.
- DERKSEN, J.G. & CRINS, H.W., *Basiskennis van de geautomatiseerde informatieverzorging*. Schoonhoven, Academic Service, 1987, 256 blz., Fl. 38.
- DRIEST, Piet (Red.), *Voorlichting aan Ouderen*. Malle, De Sikkel, 1986, 122 blz.
- ELLIS, Andrew & BEATTIE, Geoffrey, *The psychology of language and communication*. Londen, Lawrence Erlbaum, 1986, 374 blz., £ 9,95.
- FISCHER, H.D. & FISCHER, E.J., *The pulitzer prize archive. Volume 1, International reporting 1928-1985*. München, Saur, 1987, 352 blz.
- GALLAGHER, Tag, John Ford, *The man and his films*. Londen, University of California Press, 1986, 572 blz.
- GOLDSMITH, Maurice, *The science critic*. Londen, Routledge & Kegan Paul, 1986, 217 blz., £ 15,95.
- GREIMAS, A.J. & COURTES, J., *Analytisch woordenboek van de semiotiek*. Tilburg, Tilburg University Press, 1987, 517 blz., Fl. 65.
- HEMELS, Joan, *Abonneeverzekering en oplagemarketing*. Baarn, Ambo, 1987, 59 blz.
- HODGSON, F.W., *Modern newspaper. Editing and production*. Londen, William Heinemann, 1987, 277 blz., £ 12,95.
- HORNIK, Robert C., *Development Communication*. Londen, Longman, 1988, 182 blz.
- HOUWAART, Dick, *Het journalistenforum. 25 jaar "Bij nader inzien"*. Den Haag, Omniboek, 1985, 64 blz., Fl. 10,50.
- LAMBERT, Steve & SALLIS, Jane (Eds.), *CD-I and Interactive Videodisc Technology*. Londen, Pitman Publishing, 1987, 206 blz., £ 17,95.

- LENT, John A., *Global guide to media & communications*. München, Saur Verlag, 1987, 143 blz., DM 120.
- LEVY, Emanuel, *An the Winner is ... The History and Politics of the Oscar Awards*. New York, Ungar, 1987, 390 blz.
- LIEDTKE, Frank & KELLER, Rudi (Hrsg.), *Kommunikation und Kooperation*. Tübingen, Max Niemeyer Verlag, 1987, 256 blz., DM 94.
- LOWERY, Shearon A. (e.a.), *Milestones in mass communication research. Second edition*. Londen, Longman, 1987, 466 blz.
- MASURE, Bruno, *La télé rend fou ... mais j'me soigne*. Paris, PLON, 1987, 204 blz.
- McCROSKEY, James & DALY, John (Eds.), *Personality and Interpersonal Communication*. Londen, Sage Publications, 1987, 351 blz., £ 14,95.
- McDOUGAL, Stuart Y., *Made into movies: from literature to film*. New York, Holt, Rinehart & Winston, 1985, 405 blz., £ 11,95.
- MICHELSON, Annette (Ed.), *Kino-eye. The writings of Dziga Vertov*. Londen, University of California Press, 1986, 344 blz.
- MILES, Peter & SMITH, Malcolm, *Cinema, Literature & Society*. Londen, Croom Helm, 1987, 271 blz., £ 25.
- PAVLIK, John V., *Public Relations. What research tells us*. Londen, Sage Publications, 1987, 151 blz., £ 8,95.
- ROLOFF, Michael E. and MILLER, Gerald R., *Interpersonal Processes: New Directions in Communication Research*. Londen, Sage Publications, 1987, 303 blz., £ 14,95.
- RUSS-MOHL, Stephan (Hrsg.), *Wissenschafts-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. München, List, 1987, 290 blz., DM 32.
- SCHIEFFELIN, Bambi B. & OCHS, Elinor (Eds.), *Language socialization across cultures*. Londen, Cambridge University Press, 1987, 282 blz., £ 8,95.
- SIEGRIST, Hansmartin, *Textsemantik des Spielfilms. Zum Ausdruckspotential der kinematographischen Formen und Techniken*. Tübingen, Niemeyer Verlag, 1986, 353 blz., DM 108.
- SINCLAIR, John, *Images. Incorporated: advertising as industry and ideology*. Londen, Croom Helm, 1987, 213 blz., £ 8,95.
- STEVENS, Richard, *Understanding computers. A user-friendly guide*. Oxford, Oxford University Press, 1986, 218 blz., £ 12,50.
- TERVOORT, B. e.a., *Inleiding tot de psycholinguïstiek*. Muiderberg, Coutinho, 1987, 96 blz., Fl. 17,50.
- TOROK, Jean-Paul, *Le scénario. L'art d'écrire un scénario*. Paris, Veyrier, 1986, 202 blz.
- TRANVANDINH, *Independence, liberation, revolution. An approach to the understanding of The Third World*. New Jersey, Ablex Publishing Corporation, 1987, 262 blz.
- TROMP, J.H.M. en RIETMEIJER, E.F.H., *De aanpak van onderzoek*. Deurne, Kluwer, 1987, 98 blz., 400 BF.
- TSURUMI, Shunsuke, *A cultural history of postwar Japan 1945-1980*. Londen, Routledge & Kegan Paul, 1987, 174 blz., £ 20.
- VAN DAMME, Guido & MAURY, Pierre, *Le Soir. Un siècle d'actualités*. Brussel, Rosset, 1987, 416 blz.
- VAN DE BERG H. & VAN DE VEER, K., *Ideologie en Massamedia*. Amsterdam, VU Uitgeverij, 1986, 594 blz.
- VAN EEKELLEN, Kees, *Datacommunicatie voor de microcomputer*. Muiderberg, Coutinho, 1987, 100 blz., Fl. 19,50.
- VAN SWIGCHEM, R.A., *Bestuurlijke informatieverzorging*. Schoonhoven, Uitgeverij Academic Service, 1987, 391 blz., Fl. 58.
- VAN WOERKOM, Cees e.a., *Voorlichten met drukwerk*. Muiderberg, Dick Coutinho, 1987, 100 blz.

Artikels in *Communicatie* zijn geschreven in de voorkeurspelling en dienen de redactie te bereiken in getypte vorm met dubbele interlinie en minimum 4 cm linkermarge op DIN A4 formaat.

Het artikel dient op een redelijke manier gestructureerd te worden in onderdelen, die niet genummerd worden, maar wel van tussentitels worden voorzien. Citaten dienen aangeduid te worden met enkele aanhalingstekens, citaten in citaten met dubbele. Langere citaten worden opgenomen zonder aanhalingstekens en dienen van de rest van de tekst geïsoleerd te worden door middel van tussenwit. Datgene wat cursief gedrukt dient te worden, wordt onderstreept. Voetnoten worden doorgenummerd en achteraan de tekst samengebracht onder de titel *Noten*. Tabellen en grafieken worden genummerd en krijgen een korte titel. Grafieken, figuren, modellen en andere illustraties (b.v. foto's) moeten fotografisch overgenomen kunnen worden.

Geciteerde auteurs en hun werk worden in de tekst als volgt opgenomen: McQuail (1975:14) stelt dat ...; ... heel wat auteurs hebben hierop gewezen (Fishman 1971; Gillis, Bourhis en Taylor 1977; Stewart 1968). De letters a, b, c ... worden gebruikt om verschillende werken aan te duiden die eenzelfde auteur gedurende hetzelfde jaar heeft gepubliceerd, b.v. (Bernstein 1959a, 1959b). Alle geciteerde werken dienen achteraan, na de voetnoten en onder de titel *Literatuurlijst*, alfabetisch als volgt gerangschikt te worden, waarbij bij boeken, indien nodig, het volume en bij tijdschriftartikels de jaargang en tussen haakjes het nummer van het tijdschrift worden vermeld:

Bernstein, B. (1959a), A public language: some sociological implications of a linguistic form, British Journal of Sociology, 10 (4): 311-326.

Bernstein, B. (1959b), Soziokulturelle Determinanten des Lernens, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, 4 (1): 52-79.

Bernstein, B. (1971), Class, codes and control, vol. 1: Theoretical studies towards a sociology of language. London, Routledge & Kegan Paul.

Giles, H., Bourhis, R.Y. en Taylor, D.M. (1977), Towards a theory of language in ethnic group relations, pp. 307-348 in Giles, H. (Ed.), Language, ethnicity and intergroup relations. London, Academic Press.

McQuail, D. (1975), Communication. London-New-York, Longman.

Ook als u geen klant bent, hebt u in 20 minuten uw lening op zak.

Geef toe dat het snel gaat. Zeer snel. Dat komt omdat het Gemeentekrediet alle poespas achterwege laat. Er worden u maar enkele gegevens gevraagd, in een ontspannen gesprek, ver van hinderlijke ogen en oren. Minder dan 20 minuten later ligt uw geld op tafel. Klant of geen klant, dat maakt geen verschil.

En zo verrast als u bent door het gezellige onthaal, zo verrast zult u opkijken van het tarief. Wie leent bij het Gemeentekrediet komt er

goedkoop van af. Kijk op de tabel, in een oogopslag ziet u hoe voordelig onze rentevoet is.

Kom eens langs in een agentschap van het Gemeentekrediet en ontdek hoe simpel het is om veel geld te besparen



De adressen van de agentschappen van het Gemeentekrediet vindt u in de Gouden Gids onder de rubriek "Banken."

PERSOONLIJKE LENING				
U leent	Termijn in maanden	Maandelijks afbetalingen		Uw totale winst
		tegen de wettelijk toegelaten rentevoet	tegen onze rentevoet*	
101.000	30	4.204	3.982	6.660
151.000	36	5.417	5.115	10.872
226.000	42	7.166	6.759	17.094
301.000	48	8.618	8.106	24.576

* Voorkeurstarief van toepassing op 11/4/88.



Gemeentekrediet
de bank op z'n best