

Afgiftekantoor
3030 Heverlee 1

COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

DE OPENBARE TELEVISIE EN DE CONCURRENTIE • DE OMROEP-
RICHTLIJN : EEN EUROPEES PAARD VAN TROJE • DE ZAAK BUYLE
IN DE VLAAMSE PERS • DE COLUMN : EEN POGING TOT DEFINI-
TIE • COMMUNICATIE BIJ DE DIEREN • PROFESSOR PRAKKE
30 JAAR • IN MEMORIAM WILLY CLAEYS • KRONIEK VAN DE
MEDIWERELD • BOEKEN OVER COMMUNICATIE

CENTRUM VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAP
E. VAN EVENSTRAAT 2A
3000 LEUVEN

JAARGANG 19, Nr.4
febr.-maart-april 1990
driemaandelijks

COMMUNICATIE

TIJDSCHRIFT VOOR
MASSAMEDIA EN CULTUUR

Een uitgave van het
Centrum voor Communica-
tiewetenschap, K.U.Leuven
E. Van Evenstraat 2A
B-3000 Leuven.
Verschijnt vier maal per jaar

ISBN 0771-7342

Jaargang 19, nr.4
febr.-maart-april 1990

Hoofredacteur: 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 2A, 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. 19, nr.4

- 1 **De openbare televisie en de concurrentie** - Els Witte
- 13 **De omroepriichtlijn : een Europees paard van Troje** - Stefaan Desmet
- 17 **De zaak Buyle in de Vlaamse pers** - Danny Jacobs
- 29 **De column : een poging tot definitie** - Christel Vandenbosch
- 35 **Communicatie bij de dieren** - Elvire Vliegen
- 43 **Prof. Dr. H.J. Prakke 90 jaar. Een gelukwens uit Leuven** - Joan Hemels
- 47 **In memoriam Willy Claeys** - Guido Fauconnier
- 48 **Feiten en meningen uit de mediawereld**
- 53 **Boekbesprekingen**
- 61 **Ingezonden boeken**
- 64 **Colofon**

Verantwoordelijke uitgever:
L. Van Poecke, Dalenstraat 26 B
B-3009 Winksele

de openbare televisie en de concurrentie

els witte

Tot laat in de jaren 1970 domineerde de openbare omroep in haast alle Europese landen het televisiebestel. Sindsdien is daar een radicale verandering in opgetreden. Overal wordt de openbare omroep uit zijn monopoliepositie verdreven en moet hij gaan concurreren met nationale of transnationale commerciële zenders. Van de 24 omroepen die sinds 1983 werden opgericht, behoren er 21 tot het commerciële circuit. Binnen de openbare omroepen bestaat momenteel de grootste verwarring: enerzijds heerst er angst omdat men vreest dat de publieke omroep in de concurrentiestrijd niet zal kunnen overleven, anderzijds minimaliseert men dan weer het gevaar en gaat men er nogal overmoedig van uit dat men de situatie beheerst. Hoe de openbare omroepen op deze crisissituatie reageren en onder welke omstandigheden hun overlevingskansen optimaal gegarandeerd kunnen worden, is in deze context een relevante vraagstelling.

ONDERZOEK

Toch doet dit ingrijpende demonopoliseringsproces zich overal voor zonder dat er veel gediscussieerd wordt over de rol van de openbare omroep in een dergelijk fundamenteel gewijzigd systeem. In academische kringen is het debat nauwelijks op gang gekomen. Enkel in Groot-Brittannië, waar men met het concurrentiemodel al langer ervaring heeft, behandelden communicatiespecialisten reeds een aantal aspecten van het thema. De literatuur over de openbare omroep in de andere landen weidt weinig systematisch over het onderwerp uit. "Communication Research Trends" deed wel al een ernstige poging om het debat te stimuleren, en een paar vaktijdschriften namen er al een aantal artikels over op, maar veel verder gaat het wetenschappelijk onderzoek in Europa nog niet. Wel lijkt de belangstelling voor het fenomeen recentelijk behoorlijk te groeien. In de Angelsaksische wereld lopen er momenteel verschillende projecten, en ook in Italië en Frankrijk schijnen de communicatiewetenschappers en politologen wakker geworden. Ook in ons eigen land lijkt het onderzoek op gang te komen.

De studiediensten van de openbare omroepen verrichtten er tot hier toe weinig onderzoek naar. Prioriteit werd er alleszins niet aan verleend. Die ging wel naar het exact meten van de kijkersaantallen, een sector die, onder druk van de adverteerders, zeer gesofistikeerd en complex is geworden en vooral methodes toepast die niet toegespitst zijn op de specifieke behoeften van de openbare omroep, maar wel op die van de commerciële. Deze cijfers geven immers aan hoeveel mensen op een bepaald ogenblik of met vaste regelmaat bepaalde programma's boven andere verkiezen. De adverteerders zijn er namelijk vooral in geïnteresseerd te betalen om potentiële consumenten te kunnen bereiken. De investering in dit soort onderzoek heeft bovendien tot gevolg dat research

naar een meer algemene of meer theoretisch gerichte problematiek weinig aanbod kan komen.

Sommige journalisten of andere betrokkenen en verantwoordelijken uit de openbare omroep reageerden vanuit hun professionele situatie al wel op de crisis. In een aantal kwaliteitskranten en vakbladen verschenen hun artikelen en essays, en een paar onder hen slaagden er zelfs in een uitgever te vinden voor de bewerking ervan tot een boek. Dat het thema het onderwerp vormde van politieke besluitvorming, gaf tenslotte ook aanleiding tot een paar officiële en semi-officiële rapporten. Het Britse "Peacock Report" (1986) kende navolging vanwege een aantal andere parlementen en commissies, terwijl het semi-officiële "European Institute for the Media" er recentelijk ook aandacht aan schonk.

Overloopt men systematisch deze literatuur, dan blijkt die van nogal wat intellectuele armoede te getuigen. Een gebrek aan goed afgebakende concepten, weinig of geen empirisch onderzoek, de afwezigheid van verklaringsmodellen, een overwicht aan prognoses en therapeutische benaderingen en een groot tekort aan comparatief materiaal: dat zijn de voornaamste methodologische kenmerken van de bestaande literatuur.

De meeste studies, rapporten en essays benaderen de problematiek bovendien zeer eenzijdig. Ze wordt voornamelijk vanuit een economisch gezichtspunt bekeken, zonder veel aandacht voor de sociale, politieke, culturele en historische dimensies. De grote onbekende in het debat is overigens de kijker. De bestaande meetsystemen peilen immers niet naar de kijkers als individuen met verschillende waarden, attitudes en opinies, noch naar de aard van de relatie die ze met de programma's opbouwen. De cijfers zeggen weinig over de al dan niet gewenste veelzijdigheid van het programma-aanbod, laat staan dat men de vraag voorlegt of de kijkers minder of meer reclame wensen. Kortom, in alle opzichten is het de hoogste tijd om onderzoeksprojecten te ontwikkelen die zich op de specificiteit van de openbare omroep in relatie tot zijn concurrentiepositie toeleggen. Wat nu volgt, is dan ook niet meer dan een overzicht van de krachtlijnen die uit de bestaande literatuur te voorschijn komen.

HET DEMONOPOLISERINGSproces

De monopolies die dus gedurende meer dan dertig jaar standhielden, hadden zowel betrekking op de transmissie van de programma's, op de produktie ervan, als op de programmering zelf. Welnu, op al deze vlakken werd het systeem doorbroken. Groot-Brittannië was het eerste land waar vrij vroeg een "dual" bestel op een vrij gesystematiseerde wijze ingevoerd werd; Italië daarentegen liet tegen het einde van de jaren 1970 zien tot welke chaos de vrije doorbraak van de commerciële omroepen aanleiding kon geven. Vanaf 1982-1983 had de demonopolisering in weer andere landen plaats, en sindsdien trad het proces in een versneld tempo op in de overige Europese landen. Daar waar de openbare omroep er toch nog in slaagt overeind te blijven, zoals in Zweden, wordt hij echter geconfronteerd met concurrentie via kabel of satelliet.

Om het proces te helpen verklaren wijst men in de allereerste plaats de tech-

nologische vernieuwingen als factor aan. Die maakten het inderdaad mogelijk dat de overheid de controle op het transmissiesysteem verloor. Schaarsheid van de beschikbare frequenties kon niet langer meer aangevoerd worden om het overheidsmonopolie te verantwoorden. De marktmechanismen gingen ondertussen ook werken. De audiovisuele sector verkeerde in volle expansie en bleek winstgevend te kunnen zijn. Voor de privésector lag een zeer verscheiden nieuwe markt open, die bovendien direct aansloot bij de advertentiemarkt. Televisieprogramma's werden met andere woorden instrumenten in het winstvormingsproces, waarop de bedrijfs- en zakenwereld zich gingen oriënteren. Vooral de uitgevers raakten geïnteresseerd. De consument bleek namelijk minder te lezen, zodat het aandeel van de reclamebestedingen in de schrijvende pers afnam. Om hun redement via de uitbreiding van de advertentiemarkt te kunnen handhaven, gingen zij zich multimediaal ontwikkelen en zich bijgevolg ook op de commerciële televisie richten.

De mediasector ontsnapte vanzelfsprekend niet aan de wetmatigheden van de vrije markt. De strategie van de industriëlen die in de sector investeerden, bestond erin om een zo ruim mogelijke actieradius te bestrijken ten einde hun winst te kunnen maximaliseren. De nationale markten moesten dus opengegooid worden en internationaal of alleszins paneuropees worden. Om winstgevend te kunnen zijn hadden ze dat ruime potentieel aan kijkers hoe dan ook nodig. Voor kleine commerciële bedrijven was en is daarbinnen weinig of geen plaats. De mediemarkt evolueerde dan ook vlug in de richting van enkele zeer grote concerns (Berlusconi, Bertelsmann, Frere, Hachette, Hersant, Kirch, Maxwell, Murdoch, etc.), die de markt onder elkaar verdeelden en daartoe samenwerkingsverbanden opzetten. De demonopolisering was voor hen de allereerste voorwaarde om hun publieksaandeel te kunnen uitbreiden, hun publiciteitsinkomsten te verhogen en hun productie- en aankoopcapaciteiten op te voeren. Dat hun druk op het politieke milieu groot was, hoeft dan ook geen betoog. Temeer daar hun bedrijven momenteel nog weinig rendabel zijn en ze dus een overgangperiode doormaken, waarin het voor hen van vitaal belang is om naar maximale kijkdichtheden en minimale kostenbestedingen te streven.

Media-industriëlen, uitgevers en adverteerders vormden met andere woorden machtige lobbies die regeringen en parlementen efficiënt onder druk konden zetten om het overheidsmonopolie op te heffen. Hun activiteiten pasten trouwens perfect in het neo-liberale gedachtengoed, dat als het ideologische offensief van het kapitalisme van de jaren 1970 en 1980 gedefinieerd kan worden, en dat het zuivere marktmechanisme, de daardoor beheerste concurrentie en het bezitsindividualisme opnieuw centraal stelde, en zich radicaal afzette tegen het Keynesiaanse overheidsinterventionisme, de "verzorgingsstaat" en de regulering van de arbeidsverhoudingen. Het op peil brengen en houden van de winstvoeten, de hoofdopzet van de neo-liberale politiek die in het afgelopen periode haast overal gevoerd werd, was immers ook de doelstelling van de industriëlen in de media sector.

Maar dat de politici de wensen van deze sector zo vlug ingewilligd hebben, had ook andere oorzaken. "At the heart of the system lies a promise to politicians

as a whole that their specific needs will be catered for"(1), schreef D. Elstein. Politici gingen er inderdaad vanuit dat de toename van televisieprogramma's ook hun propagandamogelijkheden en dus hun electorale scores kon verhogen. Politieke partijen zagen er bovendien een manier in om met meer invloed betere controle op de informatieverstrekking te krijgen. Concrete politieke motieven lagen dan ook meestal aan de basis van de demonopoliseringswetten. Men denke slechts aan het Franse voorbeeld, waar de socialisten, die zeer lang hadden moeten afrekenen met een door de rechterzijde gedomineerde staatstelevisie, op meer goodwill rekenden vanwege een pluriform systeem, voor entrepreneurs kozen die links niet ongunstig gezind waren, en op die manier de rechterzijde in de electorale campagne het gras voor de voeten trachtten weg te maaien. Even representatief is het Belgische voorbeeld. Daar bonden christendemocraten en liberalen samen de strijd aan tegen de vooringenomen geachte informatievoorziening van de BRT-RTBf en streefden naar alternatieve nieuwsdiensten. En ook met betrekking tot de Thatcher-regering is het bekend dat haar dereguleringsplannen mede een onderdeel vormen in een strategie om meer controle over de media te krijgen. Voor zeer gezagsonvriendelijke informatie vanwege de commerciële omroepen hoeven de behoudende partijen in het algemeen trouwens niet bang te zijn. Controversiële programma's passen niet goed in de consumentvriendelijke opstelling van de commerciële televisies.

Al deze demonopoliseringsoperaties werden overal begeleid door een aangepast politiek discours dat tot doel had de doorbraak van het commerciële circuit te legitimeren en de openbare omroep te discrediteren en te culpabiliseren. Met de komst van de commerciële televisie werden volgens de voorstanders niet enkel de belangen gediend van de produktiehuizen, de programmamakers en journalisten, die allen meer ontplooiingskansen kregen, maar vooral deze van de kijkers. De programma's van deze nieuwe, moderne omroepen waren immers het antwoord op "de verkrampte paternalistische pogingen van de openbare omroepen om het publiek op te voeden".

Dat publiek kreeg, volgens diezelfde voorstanders, nu eindelijk waar het om vroeg, en dit hoog gewaardeerde aanbod werd verstrekt door omroepen die volkomen vrij waren van elke politieke druk, die niet gebukt gingen onder de macht van de bonden, die niet in een bureaucratisch keurslijf zaten en waar integendeel efficiëntie en professionalisme heer en meester waren. Ook de visie op de cultuur werd erop afgestemd: een moderne "alles-is-cultuur"-filosofie werd gepropageerd. Kortom, de openbare omroep met zijn gepolitiseerd personeel, zijn inefficiënte want starre bureaucratie en zijn elitaire, wereldvreemde ideologie had voorgoed afgedaan. Aldus het discours.

ZELFDEFINIËRING ALS DEFENSIEVE STRATEGIE

Is de ideologie een belangrijk wapen in handen van de tegenstanders van de openbare omroep, dan is dat evenzeer waar voor de verdedigers ervan. Een crisissituatie is pas uitzichtloos als men zichzelf niet kan definiëren, en dus ook niet weet op welke principes de defensieve strategie gevestigd moet worden. Het hek is inderdaad volledig van de dam als de openbare omroep zich, in het licht van de neo-liberale ideologie, gaat zien als een marginale, complementaire

instelling. Maar het volstaat evenmin dat hij zich gaat presenteren als een reëel alternatief voor het commerciële bestel, als er geen duidelijkheid bestaat over zijn specifieke functies. Een ideologie, gekoppeld aan een bepaald voluntarisme, moet zorgen voor de ideologische "meerwaarde" waarmee men zich in crisistijd kan afzetten tegen de concurrent. Niets is namelijk belangrijker dan het geloof in zichzelf.

Tot die conclusies kwamen bijna alle auteurs die naar wapens in de concurrentiestrijd zochten. Een aantal instellingen namen in die zin reeds enkele initiatieven, terwijl er ook aanzetten toe zijn in sommige officiële en semi-officiële rapporten. De resultaten zijn helaas echter nog weinig overtuigend. Het blijft meestal bij vage begrippen en slogans. Aan het concreet invullen van de concepten is men nog lang niet toe, terwijl er zich nog honderd en een vragen stellen bij de praktische uitwerking ervan. Die kritiek mag er ons echter niet van weerhouden deze principes hier even op een rij te zetten.

Zo wordt een bepaalde visie op het publiek allernoodzakelijkst geacht. Het publiek heeft namelijk rechten en mag van de openbare omroep gemeenschapsdiensten in de strikte zin van het woord vragen. Respect voor de kijkers moet dus de allereerste richtlijn zijn. Dat "het" publiek als dusdanig niet bestaat, maar dat de samenleving is opgebouwd uit verschillende sociologische groepen, sluit daar nauw bij aan. Al de groepen in de samenleving hebben recht op respect en moeten in staat worden gesteld zich te ontwikkelen. Daarbij moet niet langer uitgegaan worden van een aftandse, paternalistische verlichtingsfilosofie, maar moet ermee rekening gehouden worden dat er zeer gediversifieerde belangstellingssferen en waardesystemen bestaan. Dit laatste wil dan weer niet zeggen dat het publiek niet gediend wordt "by forcing it to confront the fronteers of its own taste"(2), noch dat minderheidsgroepen geen speciale aandacht zouden verdienen. Een uitstekende relatie opbouwen met alle segmenten uit de samenleving is in die optiek dan ook cruciaal.

Pas als de verschillende groepen tevreden zijn, kan de openbare omroep de steun en de loyaliteit van de gehele samenleving verwerven. En het is precies die band met het publiek, die het bestaan van de gemeenschapsomroep legitimeert.

Uit dit eerste concept vloeit vervolgens de referentiefunctie van de programma's van de openbare omroep voort. Aan deze referentierol ontleent hij trouwens ook zijn prestige. Het fameuse adagium "making good programmes popular and popular programmes good" verwijst dan ook zowel naar kwaliteit, diversiteit, betrouwbaarheid en deskundigheid als naar originaliteit, creativiteit, een zekere agressiviteit en kritische zin. Grenzen moeten daarbij ook verlegd kunnen worden. Dat dergelijke programma's niet enkel onder de dwang van kijkcijfers tot stand gebracht kunnen worden, ligt voor de hand. Even evident is het echter dat deze stelregels een grondige herdefiniëring van de informatieve, instructieve en ontspannende functies van de openbare omroep vereisen.

Naar de identiteitsversterkende rol van de openbare omroep wordt door diezelfde

de auteurs eveneens permanent verwezen. Vooral in discussies op Europees niveau staat dit thema centraal. De openbare omroepen moeten dringend een dam vormen tegen de veramerikanisering en de uniformisering van de commerciële culturele produktie. Cultuur is immers meer dan een afgeleide van de economie. Het programmabeleid van de publieke omroepen moeten bijgevolg een weerspiegeling zijn van de nationale culturele identiteit en tevens de eigen politieke cultuur reflecteren. In die zin moeten de programma's dus ook origineel zijn.

Totale onafhankelijkheid vormt de vierde component van de geponeerde ideologie. Een idee die niet enkel betrekking heeft op het feit dat de openbare omroepen in geen enkel geval mogen gehoorzamen aan de imperatieven van de vrije markt, noch aan die van economische belangengroepen, maar die ook de band met de overheid viseert. Geen onderwerping aan de regering of aan het politieke milieu, luidt het. In de omroep zelf dient een permissief klimaat te heersen, waarbinnen de artistieke en journalistieke intelligentsia immers het best functioneert. De restricties en de rigiditeit van het bureaucratische apparaat moeten dus dringend weggewerkt worden, zodat een algehele sfeer van vrijheid en onafhankelijkheid een essentieel onderdeel wordt bij het definiëren van de rol van de openbare omroep.

Deze vier componenten - de eigen visie op het publiek, de referentiefunctie, de identiteitsvervullende opdracht en het paradigma van de totale autonomie - vormen samen de grondslag van de ideologische "meerwaarde" waarop de openbare omroep moet stoelen. Het is dus naar deze zelfdefinitie dat de voorstanders van de openbare televisie moeten kunnen grijpen in hun verweer tegen de commerciële concurrent.

EEN GEDIFFERENTIEERD BESTEL

Poogt men aan de hand van de literatuur een overzicht te geven van de situatie zoals die tijdens het afgelopen decennium is gegroeid, dan valt de heterogeniteit van het ontstane medialandschap wel bijzonder sterk op. De openbare omroepen functioneren haast alle in een gedemonopoliseerd en gecommercialiseerd bestel met eigen karakteristieken. Elk land reageerde volgens zijn eigen historisch gegroeid model en volgens de concrete politieke verhoudingen. Drie elementen lijken echter wel bepalend te zijn voor de wijze van reageren: de financiering, de band met de overheid en de aanwezigheid van een ideologisch substraat.

Hoe de commerciële televisies gefinancierd worden, is duidelijk. Op een vrij ongelimiteerde wijze boren ze reclamebronnen aan. Betaaltelevisie kent weliswaar al een zekere verspreiding, maar van een massale doorbraak is toch nog geen sprake, terwijl de advertentiemarkt nog lang niet volledig geëxploiteerd werd. De financiële sancties die er rechtstreeks mee gemoeid zijn, maken van het aantal kijkers een zuiver economisch gegeven. In dit systeem zijn het dus de behoeften van de adverteerders, waarop men zich richt, en gebeurt de financiering slechts indirect door de consument-kijker op wie men de reclame-

kosten uiteindelijk wel verhaalt. Van deze noodzaak om kijkersmassa's aan te trekken, ondervindt de openbare omroep vanzelfsprekend nadelige gevolgen. Zijn publieksaandeel daalt, zeker als het om nationale commerciële stations gaat. De concurrentie drijft bovendien de aankooprij van de produkten en de lonen van het personeel op.

Of de openbare omroep aan de situatie het hoofd kan bieden, hangt dus in de allereerste plaats af van de hoogte van zijn budget. En op dit vlak is hij volledig overgeleverd aan het politieke bestel, dat de financieringsvorm vastlegt. Verloopt de financiering rechtstreeks via kijkgeld, via percentages van deze belastingen of via dotaties, dan speelt het marktelement weliswaar niet mee en is er ook geen directe band met de kijkers.

Maar indirect is die er natuurlijk wel. Hoge kijkcijfers verlenen de openbare omroep de nodige geloofwaardigheid en dienen als argument om financiële steun van de gemeenschap te verwerven. Gemeenschapsgelden moeten immers verantwoord worden. In een concurrentieel systeem gaat men bovendien vergelijken. Met lage cijfers kunnen politici dus eventueel rekening houden bij het afbakenen van de bedragen. Koppelt men de financiering strakker aan de kijkcijfers, dan komt de openbare omroep in een veel moeilijker positie. Kijkgeld optrekken ten voordele van de openbare omroep, als er daarnaast een "gratis" commercieel circuit bestaat, wordt geen gemakkelijke taak. Als in een systeem van dotaties de bijdrage elk jaar opnieuw bepaald moet worden, dan zit de openbare omroep in een bijzonder strak keurslijf, en is de afhankelijkheid van de regering en het politieke bestel eveneens groter. Enige skepsis over de optimale uitoefening van de functies van de gemeenschapsomroep is in deze context zeker op zijn plaats.

Doet de openbare omroep een beroep op reclame-inkomsten, dan raakt zijn openbaar statuut eveneens afgekalfd. Verschillende voorbeelden leren dat, als de commerciële druk niet in bedwang wordt gehouden, de openbare omroep ook vooral naar de gunst van de adverteerder gaat dingen. Hoge kijkcijfers moeten dan gescoord worden. De reclamegelden zijn bovendien niet onuitputtelijk, en wat naar de commerciële televisie gaat, kan niet naar de openbare afvloeien. Beroep doen op reclame veronderstelt bijgevolg de strijd om dezelfde financiële bronnen, waar de openbare omroep met de eisen van dezelfde klanten rekening moet houden. In dit gevecht trekt hij trouwens meestal aan het kortste eind, zoals de Italiaanse RAI al heeft moeten ondervinden. Berlusconi slaagde erin niet minder dan 80% van alle commercials op zijn stations te krijgen; de RAI moest zich met 16% tevreden stellen. Dat de concurrentie met de commerciële televisie in dergelijke gevallen zeer negatieve invloeden uitoefent op de publiekrechtelijke rol, ligt voor de hand.

De aard en de impact van de overheidsinterventie is een tweede determinerende factor die zeer grote onderlinge verschillen genereert. In extremis kan deze factor er zelfs voor zorgen dat de functies van de openbare omroep ook door de commerciële televisie worden uitgeoefend. Het Britse voorbeeld bewijst dat dit kan. De wet legt daar immers de IBA-omroepen op zich te richten tot ieder-

een, onafhankelijk nieuws te verzorgen, de vrijheid van meningsuiting te garanderen, de nationale identiteit te stimuleren en programma's voor minderheids-groepen uit te zenden. De commerciële televisie werd er met andere woorden goeddeels geïntegreerd in het bestaande, openbare raamwerk, zodat IBA sterk op BBC ging lijken. Het Britse model is echter enig in zijn soort. Overal elders in Europa heerst er een veel liberaler wetgeving, die soms zelfs liberaler is dan die van de Verenigde Staten. Italië spande tot voor kort de kroon, maar ook Frankrijk en België staan zeer ver verwijderd van het "gelijke rechten = gelijke plichten"-model. Wel valt er heel recentelijk een trend te bespeuren om een striktere reglementering door de overheid mogelijk te maken, vooral dan ter bescherming van de eigen culturele producties en ter afremming van sterk door-gedreven kapitaalsconcentraties in de sector. Richtlijnen met betrekking tot de spreiding en het volume reclame kent men eveneens in de meeste landen. Zelfs in Italië bestaat het plan om reclamebeperkingen in de tijd op te leggen aan de commerciële omroepen. Aan de opgerichte controle-instanties wil men ook meer gezag verlenen om de opgelegde verplichtingen af te dwingen. Of dat ook effectief zal gebeuren, blijft echter nog een open vraag. Van de Europese Commissie gingen er tot op heden weinig reglementerende invloeden uit. Gezien achter het Europese Verdrag een cultuurvreemde filosofie schuilgaat, hoeft dat overigens niet te verbazen.

We zagen al dat onafhankelijkheid en integriteit van zeer groot belang zijn voor het imago van de openbare omroep. De mate waarin regering en parlement de publieke omroep controleren, vormt dan ook een essentieel gegeven in zijn verhouding tot het commerciële circuit. Terzake moet men zich weinig illusies maken: elke vorm van overheidsfinanciering leidt tot politieke inmenging, en politici hebben altijd en overal de neiging om de informatieverstrekking naar hun hand te zetten. De meesten onder hen hebben bovendien een zeer beperkte, pragmatische visie op het televisie-gebeuren: ze hechten vooral belang aan de opiniërende inhoud van de programma's, die ze wensen te controleren door aan het hoofd van de afdelingen verantwoordelijken van hun politieke partij te plaatsen. Hoe de overheid de omroep financiert, speelt in dit verband slechts een geringe rol, en ook het feit of de banden al dan niet geïnstitutionaliseerd zijn, is niet van fundamenteel belang. Zijn ze dat niet, dan geschiedt de druk via informele kanalen en op een meer bedekte, subtiële wijze. Openlijke censuur in crisismomenten, ontslagen met een politieke ondertoon en gepolitiseerde benoemingen en promoties komen in alle Europese openbare omroepen voor. "The most effective pressures are those internalized by the broadcasters", concluderen echter de meeste auteurs (3), daarmee verwijzend naar de autocensuur van de communicator. Wel zijn er natuurlijk heel wat gradaties in het controlesysteem aan te geven. Tussen een land als Spanje, waar de televisie decennia lang uitsluitend in dienst heeft gestaan van dictator Franco, en waar de huidige regering het medium vrij ostentatief gebruikt als een politiek instrument, enerzijds, en de openheid van de Nederlandse praktijk anderzijds, ligt inderdaad een zeer brede kloof. In Groot-Brittannië en België overheersen kennelijk de informele contacten, in West-Duitsland draagt de vervlechting een meer officieel karakter, terwijl Frankrijk in het verleden zeer dikwijls met openlijke druk af te rekenen heeft gehad. Hoe sterker en openlijker die druk is, hoe moeilijker het

voor de openbare omroep is om zich bij het publiek als een onafhankelijk medium te presenteren. De overheid zelf kan hem terzake dus zeer grote diensten bewijzen bij het opbouwen van een stevige concurrentiepositie.

Uit de vergelijking van de Nieuwzeelandse en de Ierse situatie is ten slotte gebleken dat de aanwezigheid van een ideologisch substraat een grote rol kan spelen. Heerst er bij de omroep een goed ontwikkeld gevoel van dienstbaarheid aan de gemeenschap, dan worden de openbare functies in een veel geringere mate aangetast, dan wanneer dat niet het geval is. De Ierse televisie hield daarom veel beter stand dan de openbare omroep van Nieuw-Zeeland. Dat BBC en IBA naar elkaar toegegroeid zijn, kan trouwens eveneens in verband gebracht worden met de lange, diep verankerde en op een brede consensus berustende public service-traditie die Groot-Brittannië kenmerkt.

Bij andere omroepen zit die mentaliteit misschien minder diep ingeworteld in de politieke cultuur, zonder daarom echter geheel afwezig te zijn. Bij de RTBF bijvoorbeeld klinkt ze zeker door in het beleid. Bij de Franse A2 daarentegen werd er tot hertoe weinig naar gerefereerd, maar woog de commerciële druk dan ook erg door. Ook dit voorbeeld verifieert dus kennelijk de hypothese dat de commerciële invloeden mede in bedwang kunnen worden gehouden door de ideologische "meerwaarde".

Dat deze laatste factor, samen met de financieringsvorm en de overheidsinterventie en -controle, voor zeer specifieke situaties zorgt, kan dus niet ontkend worden.

Hoe deze verschillende constellaties de overlevingskansen van de openbare televisie mede helpen bepalen, is het laatste punt dat we hier aansnijden.

OVERLEVINGSKANSEN

Dat het hierbij om een eerste, voorlopige denkoefening gaat, is duidelijk. Het gebrek aan empirisch, comparatief materiaal laat zich nu immers bijzonder goed voelen. Uit impressies, interpretaties en ongecontroleerde uitspraken kan men weinig serieuze conclusies trekken. De preciaire situatie waarin de openbare omroepen zich momenteel alle bevinden, rechtvaardigt echter wel dat het denken en het onderzoek in die richting worden gestimuleerd.

Met de vooropgezette probleemstelling als uitgangspunt is het evident dat bepaalde constellaties hier niet aan bod moeten komen. Dat is dus het geval voor landen waar de commerciële televisieprogramma's nog niet echt zijn doorgebroken en enkel via de satelliet opgevangen kunnen worden. Het monopolie is daar immers nog niet wezenlijk ondergraven. We hebben het evenmin over landen zoals Luxemburg en Monaco, waar de commerciële omroep het monopolie bezit, noch over de Verenigde Staten, waar de marktmechanismen tijdens het laatste decennium ook volledig gaan overheersen zijn.

Het Britse model, gekenmerkt door de inpassing van het commerciële bestel in het openbare patroon, door de afwezigheid van reclame bij de BBC, door een zeer strikte overheidsreglementering en door een dominante public service-

ideologie, dreef de commerciële omroep veeleer in de richting van BBC dan dat het omgekeerde zich voordeed.

Dat wil niet zeggen dat er helemaal geen wisselwerking is geweest. "BBC was forced tot broaden its concept of public service broadcasting in order to justify a more populist approach to programming" (4), luidt het. De BBC ging volgens anderen weer minder gewichtig, zelfvoldaan en paternalistisch doen. Maar de IBA-omroepen gingen niet de louter commerciële toer op en werden tot op zekere hoogte zelfs een kopie van de BBC, mede dank zij de richtlijnen van de overheid. Channel 4 werd zelfs een succesvolle zender voor minderheidsgroepen. De meeste auteurs zijn het erover eens dat het Britse systeem soms tot uitstekende programma's leidde, vooral in de drama- en fictiesectoren. Ze concluderen dan ook dat dit "duale" bestel niet noodzakelijk negatief inwerkt op de public service-functies.

Weinig overtuigende voorbeelden zijn er op het ogenblik nog aan te halen van openbare omroepen die, zonder reclame-inkomsten, functioneren in een liberaal systeem, met weinig overheidsreglementering voor de commerciële concurrent. De RTBf paste tot vorig jaar misschien nog het best in dit schema. Via twee elkaar aanvullende programma's en overtuigd van het gemeenschapskarakter van zijn opdracht, probeerde deze omroep zich in de concurrentiestrijd met RTL/TVi zo goed mogelijk te handhaven. Met de hulp van een gediversifieerd aanbod, waarbij zowel rekening werd gehouden met de populariteit van de ontspanningsprogramma's als met de instructieve rol van de omroep - getuige bijvoorbeeld de regelmatige politieke debatten en andere informatieve rubrieken - poogde men de kijkcijfers toch op niveau te houden. Minoritaire formules bleef men verder beproeven, maar het leed anderzijds ook geen twijfel dat er vooral op het vormelijke vlak toegevingen werden gedaan aan de "infortainment".

Functioneert de openbare televisie in een zeer liberaal systeem, zonder veel restricties voor de commerciële concurrent, en moet zij bovendien ook een beroep doen op reclame, dan heeft zij wel zeer veel moeilijkheden om haar eigenheid te behouden en wordt zij zelfs uit haar evenwicht gebracht. Italië en Frankrijk leveren daarvan overtuigende bewijzen op verschillende terreinen. Op de allereerste plaats op het programmatorische vlak. Nagenoeg dezelfde motieven bepalen er het beleid: een massapubliek moet aangetrokken worden, er mogen terzake weinig risico's genomen worden, de voorkeur moet gegeven worden aan populaire genres ten einde de adverteerders die tijdens de piekuren vooral gebaat zijn bij consumentondersteunende uitzendingen, niet voor het hoofd te stoten. Publieksmaximalisering wordt nu ook door die openbare omroepen als een kwaliteitsgegeven ervaren. Men kent het resultaat: een overwicht van genres voor een massapubliek (spellen, politseries, films, sitcoms, variétéshows, schlagerparades, levendige praatshows en sport) en een ondervertegenwoordiging van indringender informatieve, culturele en educatieve programma's of verwijdering ervan uit de prime time. Maar ook die laatste programma's ondergaan in sterke mate de wetten van de personifiëring, de dramatisering, de uniformisering en uiteindelijk ook de trivialisering. H. Rust spreekt in dit verband van "imitatie als programmaconcept": steeds meer professioneel gemaakte

produkten van dezelfde soort, die bovendien op strategieën berusten om het publiek aan het programma te binden. De beperkte budgetten van de openbare omroepen hebben tot gevolg dat zij ook in dit opzicht de commerciële concurrent volgen: de veel goedkopere Amerikaanse produkten domineren ook hun programmaschema's.

Om diezelfde financiële redenen gaat de openbare televisie bovendien haar eigen produktiemonopolie doorbreken en aankopen doen bij privé-produktiefirma's.

De jacht van de commerciële televisie op populaire presentatoren en presentatrices die haar shows, praat- en nieuwsprogramma's zo aantrekkelijk mogelijk moeten maken, had eveneens een invloed op de reacties van het personeel van de openbare omroepen. Het "sterrensysteem", dat inherent is aan het televisiebedrijf, werd door de concurrentie ten zeerste versterkt. Sommige Franse stars richtten zelfs een eigen bedrijf op om zichzelf op de vrije markt tegen nog hogere prijzen te kunnen verkopen. Bij A2 bijvoorbeeld werden aanvankelijk alle remmen losgegooid en ontstonden er binnen dezelfde redacties loonspanningen van 1 tot 12. Ook de personeelspolitiek van de commerciële bedrijven wordt gevolgd: vooral free-lancers worden aangetrokken.

Op de verhouding tot de overheid en tot het politieke milieu schijnt deze concurrentie eveneens een impact te hebben. Tot Amerikaanse toestanden - het sterrendom schakelt daar een kritische houding ten overstaan van de politici in om kijkers aan te trekken - kwam het niet, maar in Frankrijk schijnt de relatie toch minder verkrampt te zijn dan vroeger. De sterjournalisten werpen er zich ook op als advocaat van de kijker, en de politici ondergaan van hun kant sterker de invloeden van de mediatisering van de politiek en van de "tv-democratie". Rekening houdend met het doorslaggevende gewicht van de vlottende kiezers, bedienen ze zich hoe langer hoe meer van audiovisuele strategieën waarmee ze ook weinig in politiek geïnteresseerde kijkers trachten te bereiken. Ze aarzelen zelfs niet om in de meest populaire programma's op te treden. De geringere impact van het politieke milieu op de commerciële televisie heeft, niet enkel in Frankrijk, tot gevolg gehad dat ook de overheidsgreep op de openbare omroep is afgenomen en de sterjournalisten als "Mitpolitiker" zijn gaan optreden. Of de kijker daardoor grondiger geïnformeerd wordt, is uiteraard een andere vraag.

Resumeren we tot slot even. Als we ons baseren op de zelfdefinitie van de openbare omroep, dan schijnen zijn reële overlevingskansen in een gedemonopoliseerd en gecommmercialiseerd bestel voornamelijk van de volgende factoren af te hangen: zijn budget moet voldoende hoog zijn om de eigen opdrachten te kunnen vervullen, en de toekenning ervan dient zo weinig mogelijk gekoppeld aan overheidscontrole; reclame werkt veeleer in averechtse zin. Een veelomvattende en strikte reglementering van de commerciële concurrent volgens het principe van "gelijke rechten - gelijke plichten", komt de openbare omroep hoe dan ook ten goede. De stimulering van de ideologische "meerwaarde" oefent een zeer positieve invloed uit. Deze kan zich best ontwikkelen in een permissief klimaat, los van interne bureaucratische pressie en van externe politieke druk.

NOTEN

- (1) ELSTEIN, D. (1986), An end to protection, p.83 in MacCABE, C., & STEWART, O., *The BBC and public service broadcasting*. Manchester.
- (2) KUMAR, K. (1986), Public service broadcasting and the public interest, p. 59 in *Ibidem*.
- (3) Zie bijvoorbeeld *Public service broadcasting...*, p. 4.
- (4) The origins of public service broadcasting in Britain, *Communication Research Trends*, 1987,3-4, p. 6.

LITERATUURLIJST

- (1989), *L'Avenir du secteur audio-visuel public. Rapport du gouvernement au parlement. Rapports des commissions de concertation*. Parijs, Documentation française.
- BARDOEL, J. (1983), De nieuwe omroepstrijd: privaot of publiek?, *Informatie en Informatiebeleid*, 1.
- BRIGGS, A. (1985), *The BBC: The first fifty years*. Oxford.
- (1988), *Broadcasting in the '90s: Competition, choice and quality. The government's plans for broadcasting legislation*. Londen.
- BURGELMAN, J.C. (1986), The future of public broadcasting: a case study for a new communication policy, *European Journal of Communication*, 1/2.
- CATER, D. & NYHAN, M.J. (1976), *The future of public broadcasting*. New York, 1976.
- (1987), The crisis in public service broadcasting, *Communication Research Trends*, 3-4.
- DE GOURNAY, C., e.a. (1985), Télévisions déchainées: la dérèglementation en Italie, en Grande Bretagne et aux Etats-Unis. Parijs.
- ETZIONI-HALEVY, E. (1987), *National broadcasting under siege: a comparative study of Australia, Britain, Israel and West-Germany*. Londen, 1987.
- (1988), *Europe 2000: What kind of television? The report of the European Television Task Force*. Manchester.
- FAUL, E. (1989), Die Fernsehprogramme im dualen Rundfunksystem, *Rundfunk und Fernsehen*, 37(1).
- HULTEN, O. (1980), Future of broadcasting: public service broadcasting in the 1980's, *Masscommunicatie*, 3-4.
- HUMBLOT, C. (1988), Tentative d'inventaire apres vente, *La Television en 1987. Le grand chambardement (Le Monde. Dossiers et Documents)*. Parijs.
- KUHN, R. (ed.) (1985), Broadcasting and politics in Western Europe. Special issue. *West-European Politics*, 8-2.
- LUND, S. (1988), Satellite television and media research, *European Journal of Communication*, 3.
- MacCABE, C. & STEWART, O. (1986), *The BBC and public service broadcasting*. Manchester.
- MacDONALD, B. (1988), *Broadcasting in the United Kingdom*. Londen.
- MAHLE, W.A. (1984), *Kommerzielles Fernsehen in der Medienkonkurrenz. Grossbritannien, ein Model fur die Bundesrepublik?* Berlijn.
- OJALVO, A. (1988), *La Grande Bretagne et sa télévision*. Parijs.
- (1989), *Omroepen in Europa. West-Duitsland*. Hilversum, NOS.
- (1990), *Omroepen in Europa. Frankrijk*. Hilversum, NOS.
- (1987), Public service broadcasting in different cultures, *Communication Research Trends*, 3-4.
- RUST, H. (1988), Imitation als Programmkonzept, *Media Perspektiven*, 10.
- SERVAES, J., en HEINSMAN, L. (1990), Het einde van de publieke omroep in Vlaanderen en Nederland, *Ons Erfdeel*, 33(1).
- WITTE, E. (1986), Etherreclame: hefboom in het demonopoliseringsproces van de BRT, *Namens*, 1.

de omroeprichtlijn : een europees paard van troje ?

stefaan desmet

Sinds de staatshervorming van 1988 zijn de Belgische gemeenschappen nu ook bevoegd voor de etherreclame. Deze uitgebreide bevoegdheid zou de gemeenschappen moeten toelaten om een eigen audiovisueel mediabeleid uit te bouwen. De ironie van het lot wil evenwel dat net nu de greep van vooral de EG op de omroep aanzienlijk toeneemt. Voor kleine taalgebieden als het onze zou de EG-omroeprichtlijn wel eens een paard van Troje kunnen betekenen.

STAATSHERVORMING

Met de staatshervorming van 1988 werd de regionalisering van het omroepbeleid verdergezet. Tot dan waren de gemeenschappen (de vroegere cultuurgemeenschappen) bevoegd voor radio en televisie met uitzondering voor het uitzenden van handelspubliciteit en mededelingen van de nationale regering. Gezien het grote belang van de etherreclame voor de financiering van omroepactiviteiten was de overheveling van deze materie naar de gemeenschappen op termijn bijna onvermijdelijk om de deelgebieden toe te laten een eigen omroepbeleid te ontwikkelen. De nationale bevoegdheid inzake etherreclame was trouwens in feite al aangevreten doordat de gemeenschappen zichzelf wel bevoegd beschouwden voor niet-commerciële reclameboodschappen. Hierdoor ontwikkelde zich een juridisch steekspel waarbij nationale en gemeenschapsoverheid poogden de schemerzone tussen commerciële en niet-commerciële reclame in te vullen. De Franse Gemeenschap ging hierin nog verder, en nam in haar decreet van 8 september 1981 inzake lokale radio's zelfs een verbod op tot het uitzenden van commerciële reclame. Het Arbitragehof floot de Franse Gemeenschap evenwel terug, en stelde dat de beslissing om al dan niet handelsreclame toe te laten tot de essentie zelf behoorde van de aan de nationale wetgever voorbehouden aangelegenheid en een eenvormige regeling vereiste (Arbitragehof, 20 december 1985, *B.S.*, 21 januari 1986).

Wat betreft de herschikking van het audiovisueel medialandschap werden de gemeenschappen enigszins voor voldongen feiten geplaatst door de nationale regering. De wet op de etherreclame van 6 februari 1987 voorzag in een fel gecontesteerd art. 12, dat per gemeenschap slechts één omroep de toestemming kon verkrijgen om reclame op te nemen in uitzendingen die voor de hele gemeenschap bestemd zijn. Dit reclamemonopolie, waarover het laatste woord aangaande de verenigbaarheid ervan met het Europees recht nog niet is gezegd, liet toe dat in Wallonië de televisiereclame exclusief naar RTL/TVI ging en in Vlaanderen naar VTM.

De Franse Gemeenschapsregering heeft reeds op 4 juli 1989 de wet op de etherreclame gewijzigd bij decreet (Decreet tot wijziging van het decreet van

12 december 1977 houdende het statuut van de RTBf en de wet van 6 februari 1987 betreffende de radiodistributie- en teledistributienetten en betreffende de handelspubliciteit op radio en televisie, *B.S.*, 31 augustus 1989). Daardoor mag nu ook de openbare omroep RTBf commerciële reclamespots uitzenden. In Vlaanderen is de omroepreclamewetgeving thans eveneens in volle evolutie. Gezien de krappe budgettaire ruimte wordt de etherreclame echter als pasmunt gezien voor een stagnerende overheidsfinanciering van de audiovisuele media. Het is kenmerkend voor een omroepbeleid dat hoofdzakelijk beheerst wordt door economische en politieke motieven met te vaak een verwaarlozing van de culturele aspecten. Niet alleen heeft men het moeilijk om tot een wettelijk kader voor de kleinschalige radio en televisie te komen, dat hen toelaat én leefbaar te zijn én een zinvolle, degelijke programmatie te brengen, ook inzake de Vlaamse openbare omroep komt een discussie ten gronde nauwelijks uit de startblokken. Nochtans komt de publieke omroep, en dat niet enkel in Vlaanderen, waar het toch wel opmerkelijke succes van VTM de BRT tot een herbronning dwingt, steeds meer in de verdrinking (1). De noodzaak aan een cultureel voldragen audiovisueel mediabeleid dringt zich dan ook op.

EEN ECONOMISCHE RICHTLIJN

De vraag stelt zich evenwel of er nog veel ruimte voor een dergelijk beleid bestaat, nu het supranationale Europese recht steeds belangrijker wordt. We denken hierbij voor Vlaanderen in de eerste plaats aan de EG-omroeprichtlijnen van 3 oktober 1989, waaraan de lidstaten uiterlijk na twee jaar moeten voldoen. Aan deze richtlijn gingen jaren van discussie vooraf, voorgoed ingezet na publikatie van het groenboek 'Televisie zonder grenzen' van de EG-Commissie in 1984. De Commissie kreeg van in het begin af te rekenen met het verwijt dat ze de omroep te zeer als een economisch gegeven beschouwde. Onder andere het Europese Parlement poogde de richtlijn een meer culturele dimensie te geven. Het Europese Parlement stelde onder meer dat de richtlijn ook tot doel had 'het prestatievermogen van de publiekrechtelijke omroep veilig te stellen', en wilde 'niet alleen de economische doelstellingen van de Gemeenschap verwezenlijken maar tevens identiteitsverlies in taal en cultuur tegengaan' (Voorstel voor een richtlijn COM (86) 146 def., *P.B.C.*, 1988, 49/53-63). In de definitieve preambule van de omroeprichtlijn vinden we evenwel hoofdzakelijk (niet uitsluitend) economische termen terug, en heet het bijvoorbeeld dat de produktie en distributie van Europese audiovisuele produkties bevorderd moet worden, evenals het ontstaan van voldoende grote markten voor televisieprogramma's om de noodzakelijke investeringen rendabel te maken.

Centraal in de richtlijn staat art. 2, lid 2, dat het vrij verkeer van televisie-uitzendingen vooropstelt: 'De lidstaten waarborgen de vrijheid van ontvangst en belemmeren niet de doorgifte van televisie-uitzendingen uit andere lidstaten om redenen die binnen de door deze richtlijn gecoördineerde gebieden vallen (reclame en sponsoring, bescherming van minderjarigen).' Er is geopteerd voor minimale voorschriften in de richtlijn. Zo mag onder bepaalde voorwaarden reclame tijdens de uitzendingen worden ingevoegd (art. 11) en mag de zendtijd voor reclame max. 15 % van de dagelijkse zendtijd uitmaken en max. 20 %

per uur bedragen (art. 18). Reclame voor tabaksproducten en geneesmiddelen is verboden; voor alcoholhoudende dranken aan voorwaarden gebonden. De lidstaten mogen voor de eigen omroepen evenwel strengere voorschriften vaststellen, en zij zien toe op de naleving van de richtlijn door de eigen omroepen (art. 3). Sancties zijn in de richtlijn niet voorzien. Slechts bij uitzondering en onder bepaalde voorwaarden kan de lidstaat van ontvangst de doorgifte van televisie-uitzendingen voorlopig schorsen (art. 2, lid 2). Commerciële omroeporganisaties die internationaal denken, hebben er dus alle belang bij om zich te vestigen in lidstaten die geen bijkomende voorschriften opleggen op de door de richtlijn gecoördineerde gebieden. Zij zijn al bij al het best gediend met deze richtlijn.

Uiteindelijk werden in de omroeprichtlijn geen Europese quota (een verplicht aandeel Europese producties in de programmatie) opgenomen. Art. 4 van de richtlijn is eerder opgevat als een wilsverklaring dan als een verplichting: 'Voor zover mogelijk zien de lidstaten er met passende middelen op toe dat de omroeporganisaties het grootste gedeelte van hun niet aan informatie, sport, spel, reclame of teletekst gewijde zendtijd reserveren voor Europese producties'. De feitelijke controle op de naleving van dit artikel berust eveneens bij de lidstaat van herkomst van de omroep, die om de twee jaar een verslag dient voor te leggen aan de Commissie. Bij de evaluatie van deze verslagen zal de Commissie onder meer rekening houden met de 'bijzondere omstandigheden waarin nieuwe omroeporganisaties zich bevinden en de specifieke situatie van landen met een geringe audiovisuele productiecapaciteit of een beperkt taalgebied'.

In Vlaanderen wordt veel hoop gesteld op art. 8 van de richtlijn, dat de lidstaten toelaat om 'op grond van taalcriteria' strengere of meer gedetailleerde normen vast te stellen, voor zover noodzakelijk voor de realisatie van de doelstellingen inzake taalgebied. Bij het opleggen van meer gedetailleerde of strengere voorschriften moet men evenwel het gemeenschapsrecht in acht nemen en mag men, aldus de preambule van de richtlijn, de doorgifte van programma's uit andere lidstaten niet beperken. Het is nog maar de vraag of men op basis van dit artikel van de richtlijn taalquota kan opleggen, en zo ja, onder welke vorm.

VLAAMSE QUOTA

De Vlaamse quota die het kabeldecreet bevat, staan in elk geval op gespannen voet met de EG-bepalingen. Dat geldt trouwens eveneens voor een aantal andere bepalingen van het bewuste decreet (Desmet 1988; Dyck 1987; Voorhoof en Desmet 1988-89). De efficiëntie van dergelijke quota kan bovendien in vraag worden gesteld. Omzeiling, bijvoorbeeld door productie-opdrachten in onderaanneming te geven aan buitenlandse firma's, hoort tot de mogelijkheden. Getuige daarvan de programmapolitiek van VTM, dat reeds bij herhaling werkte met de Nederlandse producenten Joop Van den Ende ('Nu of Nooit'; 'Soundmixshow'; 'Wedden dat'), John De Mol ('Medisch Centrum West') en Jef Rademakers ('Klasgenoten'). Het argument van de commerciële omroep, dat Vlaanderen geen traditie heeft inzake spectaculaire showprogramma's en dat het in een beginperiode dus bittere noodzaak is om op buitenlandse experts terug te vallen, snijdt zeker hout, maar feit blijft dat dit wel niet de bedoeling geweest zal

zijn van de Vlaamse wetgever. Het valt te overwegen of men niet beter naar het Canadese voorbeeld aan een produktiefonds zou denken (2).

Wil men de eigen culturele identiteit via radio en televisie vrijwaren, dan zal men in elk geval werk moeten maken van een volwaardig mediabeleid, dat niet prioritair beheerst wordt door markteconomische principes. De toenemende internationalisering van de omroep en de gestegen concurrentie, gesymboliseerd door de kijkcijfers die de heilige koeien van het medialandschap geworden zijn, leiden tot wat sommigen al omschrijven als de triomf van de middelmaat (3). Binnen de EG is met de omroeprijtlijn echter vooral werk gemaakt van een vrije economische ruimte voor audiovisuele produkties. Het lijkt erop dat door het wegnemen van de hinderpalen voor het vrij verkeer van omroepuitzendingen ook het culturele pluralisme binnen de Europese Gemeenschap enigszins wordt opgeofferd. Of is men met andere woorden niet bezig het kind met het badwater weg te gooien?

NOTEN

- (1) De rol van de openbare omroep in het gewijzigde medialandschap is thans een erg populair onderwerp in de communicatiewetenschap. Recent nog stelden Jan Servaes en Louis Heinsman (1990) de toekomst van de publieke omroep in vraag. Ook verschillende andere auteurs leverden bijdragen tot de discussie. Zie o.m. Burgelman (1989), Witte (1989) en Wolton (1989).
- (2) Voor een situering, zie Hoskins en McFadyen (1989).
- (3) Men hoedt zich best wel voor een te eenzijdig negatieve benadering van de massacultuur. Zie in dit verband De Meyer (1981-82).

LITERATUURLIJST

- BURGELMAN, J.C. (1989), De ontwikkeling van de audiovisuele media in de jaren negentig : verwachte, reële en verhoopte tendensen, *Communicatie*, 19 (2) : 21-30.
- DE MEYER, G. (1981-82), *Communicatiewetenschap en de studie van de massacultuur* (1), *Communicatie*, 11 (4) : 5-12.
- DESMET, S. (1988), Een (te) Vlaams kabeldecreet in een verenigd Europa, *Informatierecht/AMI*, 12 (3) : 55-57.
- DYCK, J. (1987), De commerciële omroep in Vlaanderen en het Europese recht, *Informatierecht/AMI*, 11 (4) : 73-77.
- HEINSMAN, L. en SERVAES, J. (ed.) (1989), *Hoe nieuw zijn de nieuwe media ? Een mediabeleid met een perspectief*. Leuven, Acco.
- HOSKINS, C. en MCFADYEN, S. (1989), Television in the new broadcasting environment : public policy lessons from the Canadian experience, *European Journal of Communication*, 4 (2) : 173-189.
- SERVAES, J. en HEINSMAN, L. (1990), Het einde van de publieke omroep in Vlaanderen en Nederland?, *Ons Erfdeel*, 33 (1) : 3-13.
- VOORHOOF, D. en DESMET, S. (1988-89), De Nederlandse kabelregeling in strijd met het EEG-Verdrag - Ook het Vlaamse kabeldecreet op de tocht? (noot onder H.v.J., 26 april 1988), *R.W.*, 52 (6) : 183-190.
- WITTE, E. (1989), De openbare televisie in het verweer tegen de concurrentie, *Namens*, 4 (1) : 45-51.
- WOLTON, D. (1989), Pourquoi une télévision publique?, *Mediaspouvoirs*, (14) : 90-95.
- X (1984), *Televisie zonder grenzen. Groenboek over het instellen van de gemeenschappelijke markt voor de omroep, met name via satelliet en kabel*. Brussel, Commissie van de Europese Gemeenschappen.

de zaak buyle in de vlaamse pers(*)

danny jacobs

INLEIDING

De VTM-journalist Daniël Buyle geniet bij het publiek een relatief grote bekendheid. Dit niet zozeer omwille van zijn journalistieke kwaliteiten, doch door een aantal conflicten met Buyle's vroegere werkgever de BRT. Deze conflicten - die in de media bestempeld werden als zijnde "de zaak Buyle" - vonden hun oorsprong in het voorjaar van 1980 en culmineerden, eind augustus 1987, in het ontslag van Daniël Buyle als radiojournalist bij de BRT. Indien men enkele vroegere zaken, zoals deze rond BRT-journalist Maurice De Wilde, terzijde laat, dan is de zaak Buyle ongetwijfeld één der langstlopende en meest conflictuele incidenten met een verslaggever in de geschiedenis van de BRT.

Doordat deze "zaak Buyle" ongetwijfeld een hoog polemische connotatie kent - dit zowel op journalistiek, ideologisch, politiek als syndicaal vlak - werd ze weerhouden als studieobject voor een inhoudsanalytisch onderzoek van de verzuilde Vlaamse pers.

Vooraleer het opzet, de voornaamste resultaten en conclusies van het onderzoek worden besproken, dienen we eerst de "zaak Buyle" summier in kaart te brengen.

DE ZAAK BUYLE: EEN OPEENSTAPELING VAN CONFLICTEN

Een niet onaardig aantal elementen die door de BRT-hiërarchie in het Buyle-dossier werden weerhouden, zijn het gevolg van de werkzaamheden die Buyle *niet* in zijn hoedanigheid van BRT-journalist had gesteld. Het gaat hier in het bijzonder om *perspublicaties* en *uitlatingen in interviews*.

Op 11 november 1980 verschijnt er in "Humo" een artikel waarin Daniël Buyle een kritische analyse maakt van de binnen-parlementaire lobby's in België (1). Volgens de BRT-directie zou dit artikel zijn geloofwaardigheid als objectief en onpartijdig BRT-journalist in het gedrang gebracht hebben. In 1983 krijgt Buyle een sanctie n.a.v. een interview - dat van hem verscheen in het progressieve maandblad "Komma" - waarin de partijpolitieke samenstelling van de BRT-beheersorganen wordt aangeklaagd, en de nefaste weerslag hiervan op een kritische en onafhankelijke journalistiek wordt behandeld (2). Een gelijkaardige situatie ontstaat wanneer Buyle in september 1986 n.a.v. het verschijnen van zijn boek "De lakeien van de Wetstraat" geïnterviewd wordt voor het weekblad "Humo" (3). De uitlatingen die hij zich daarin permitteert t.a.v. collega-journalisten en de BRT-hiërarchie, worden aanzien als zijnde in strijd met de voorgescreven terughoudendheid van de omroepjournalisten.

De meest verstrekkende conflicten binnen de BRT zijn het gevolg van Buyle's werkzaamheden als *radiojournalist*. Buyle wendde zich in dit geval tot driemaal toe tot de Raad van State, dat als hoogste administratief rechtscollege nog maar

in één zaak een bindende uitspraak heeft gedaan.

Tijdens de nacht van 13 december 1981 interviewde Buyle formateur Martens, die zopas, na lange onderhandelingen, het formatieberaad van het nieuwe rooms-blauwe kabinet Martens V had afgerond. Toenmalig administrateur-generaal van de BRT Vandebussche vond dat de vraagstelling insinuerend en negatief van aard was, en hij gaf Buyle een officiële (berisping) en een officieuze (verbanning van 'Wetstraat' naar de binnendienst op de redactie) sanctie. Een arrest van de Raad van State hieromtrent vernietigde de officieuze sanctie, doch bevestigde de officiële sanctie. In concreto werd er gesteld dat de 'radio- en tv-journalist bij het brengen van nieuws en duiding de vereiste "schroom" moet betonen'(4).

Op 4 juli 1982 maakte Buyle een Actueel-bijdrage over het nieuwe KB inzake de regeringsmededelingen. Een passus - waarin de nieuwe vorm en het tijdstip van de regeringsmededelingen met de situatie in andere landen werd vergeleken - werd door de eindredacteur van dienst uit de bijdrage geknipt. De daaropvolgende procedure die leidde tot een nieuwe sanctie en Buyle's principiële stellingname omtrent "het moreel auteursrecht van de journalist" (wat onder meer inhoudt dat derden niet zomaar zonder voorafgaandelijke toestemming van de betrokken journalist in een bijdrage kunnen knippen) gaf aanleiding tot een nieuwe zaak voor de Raad van State.

Vooraleer Daniël Buyle op 25 augustus 1987 door de BRT-Raad van Beheer formeel werd ontslagen, zouden nog enkele conflicten de revue passeren: ontevredenheid vanuit bepaalde hoek over de radioverslaggeving die Buyle gemaakt heeft over de gemeenteraadsverkiezingen te Gent op 24 april 1982 (5), betwistingen over verlofregelingen en problemen met collega-journalisten kan men in dit verband vermelden.

Naast de eerder vermelde opeenstapeling van conflicten als mede-oorzaak kunnen 3 radiojournaal-items (op 14, 18 en 19 mei 1987) als onmiddellijke aanleiding van het *ontslag* worden weerhouden. Vanaf 20 mei wordt Buyle de toegang tot de BRT-gebouwen ontzegd wegens ernstige deontologische fouten. Dit sloeg onder meer op het feit dat in het journaal aan duiding werd gedaan, wat normaal is voorbehouden aan het op het middag- en avondjournaal aansluitend duidingsprogramma Actueel. Ook vormelijke fouten, zoals het feit dat herhaaldelijk de vastgestelde lengte van het journaal met enkele minuten werd overschreden, werden vermeld.

Na een maandenlange behandeling van de zaak in de adviesgevende (o.a. tuchtraad en adviescollege objectiviteit) en beslissingsbevoegde (Vaste Commissie en Raad van Beheer) organen van de BRT viel het ontslag op 25 augustus 1987 na een beslissende stemming (CVP - PVV meerderheid versus SP - VU minderheid) binnen de Raad van Beheer. De zaak kreeg een staartje, omdat ze gedurende weken werd gevolgd door stakings-, stiptheids- en solidariteitsacties.

DE ZAAK BUYLE: RAAKVLAKKEN EN DRAAGWIJDTE

De zaak Buyle heeft meerdere *raakvlakken*. Ze ontwikkelde zich op het eind van de jaren '70, vrijwel gelijktijdig met de verhitte 'objectiviteitsdiscussie' rond de berichtgeving op de BRT. Vervolgens stelt ze ook het ambtenarenstatuut en de daarmee verbonden rechten en plichten van de BRT-journalist in het daglicht.

Tenslotte is er het jurisdictionele raakvlak, dat zich situeert op vrijwel alle niveaus van de administratieve rechtspraak: de problemen die ontstaan als gevolg van het onvoldoende (of niet) naleven van de rechten van de verdediging, lacunes in de te volgen procedure bij het afhandelen van een tuchtsanctie binnen een openbare instelling, en de rechtsonzekerheid die ontstaat uit de laat-tijdige behandeling van verzoekschriften bij de Raad van State.

Alhoewel men "de zaak Buyle" zou kunnen bestempelen als een eenvoudig conflict tussen werknemer en werkgever, is het duidelijk dat de *draagwijdte* ervan veel verder strekt. De ideologische en partijpolitieke component treedt hier dan op de voorgrond. Vooral vanuit de linkerzijde van het politieke spectrum werd de verdediging van Buyle opgenomen: zowel politici, partijpolitiek benoemde leden van tucht-, advies- en beheersorganen binnen de BRT, de socialistische overheidsvakbond ACOD en links georiënteerde intellectuele kringen spelen hierin een belangrijke rol. Toch hebben zowel SP en VU zich in de zaak Buyle als oppositiepartij willen profileren, daar deze zich afspeelde onder een rooms-blauwe regeringscoalitie, die eveneens bepalend was voor de krachtsverhoudingen binnen de BRT. De regeringspartijen CVP - PVV, die gedurende de periode 1980 - 1987 (uitz. 1981) de feitelijke meerderheid van de BRT-organen uitmaakten, stelde zich meestal negatief op tegen de zaak Buyle. Uitzonderingen hierop vormden de christelijke overheidsvakbond CCOD, die tijdens de ontslagperiode de stakingsacties ondersteunde, alsook de PVV-voorzitster A. Neyts, die de opgelegde Buyle-sanctie, 'het ontslag', te zwaar vond.

De zaak Buyle kan bijgevolg exemplarisch gesteld worden om te onderzoeken hoe uit de berichtgeving in de Vlaamse pers bepaalde tendensen kunnen worden afgeleid. In concreto kunnen we ons de vraag stellen, of men in de berichtgeving rond de zaak Buyle enige indicatie kan vinden als zou er zich een doorbraak manifesteren in de nauwe verbondenheid die bestaat (of bestond) tussen een specifiek dagblad en haar politieke en ideologische zuil? Met andere woorden is de verslaggeving rond de figuur Daniël Buyle - verbonden met het concept kritische journalistiek - die reeds vanaf 1980 (het Martens-incident) de klassiek links-rechts tegenstelling deed opwaaien in de dagbladpers, anno 1987 nog steeds het voorwerp van niet-informatieve en polariserende berichtgeving.

METHODOLOGISCH KADER

Voor het verwezenlijken van het onderzoeksobject hebben we ons methodisch gesteund op de inhoudsanalyse. Deze methodologische aanpak veronderstelt zowel een kwantitatieve als een kwalitatieve stap.

Vooraleer men wil nagaan hoe kranten inhoudelijk hun berichtgeving over de zaak Buyle aanpakken, dient men eerst *kwantitatief* te onderzoeken hoeveel aandacht elk van deze dagbladen aan het gebeuren heeft geschonken. Het aantal verschillende artikels m.b.t. het ontslag van Buyle, de totale oppervlakte in cm² gewijd aan deze berichtgeving en de spreiding ervan in de tijd wordt nagegaan. Vervolgens wordt de berichtgeving kwantitatief onderverdeeld in een aantal zuivere inhoudelijke (b.v. reacties op het ontslag van Daniël Buyle, berichtgeving over stakings- en solidariteitsacties) en vormelijke categorieën (b.v. commentariërende artikels, lezersbrieven). Tenslotte wordt dit kwantitatief deel afgesloten met een analyse van de grafische vormgeving. Een aantal belang-

rijke indicatoren, zoals de illustraties (aantal, vorm, functie, inhoud en betekenis), de plaats van de artikels qua paginering en plaats op de bladzijde, zijn eveneens een graadmeter van de aandacht die een dagblad aan het gebeuren schenkt.

Aan de hand van een aantal 'case-analyses' wordt *kwalitatief* onderzocht hoe de dagbladen inhoudelijk hebben bericht over het ontslag van Daniël Buyle. De volledigheid en de accuraatheid van de berichtgeving wordt behandeld in het onderzoek naar de informatiekwaliteit. In het gerichtheidsonderzoek wordt nagegaan of uit de zuiver informatieve artikels blijkt of een dagblad negatief, positief of neutraal staat tegenover het ontslag van Daniël Buyle. De omvang en de aard van de commentariërende artikels en de lezersbrieven, alsook de waargenomen gerichtheid ervan, zijn eveneens indicatoren van de houding van een dagblad tegenover het ontslag van Daniël Buyle. Het opsporen van emotioneel en suggestief taalgebruik en de mate waarin informatie en commentaar wordt vermengd in het tekstgedeelte en headlines van de informatieve artikels, maakt voorwerp uit van het suggestiviteitsonderzoek.

Aan de hand van het verzamelde feitenmateriaal kan men conclusies trekken voor alle dagbladen alsook voor elk van de dagbladen afzonderlijk.

HET ANALYSEMATERIAAL

Bij het zoeken naar het analysemateriaal hebben we geopteerd voor het onderzoeken van de berichtgeving over het ontslag van Daniël Buyle in het gehele scala van de Vlaamse pers. Van de 6 dagbladketens met gezamenlijk 13 titels, die anno 1987 nog bestonden, werd per keten het moederblad als dagbladtitel weerhouden. Deze moederbladen of hoofduitgaven worden gekozen omdat ze toonaangevend en representatief zijn voor hun respectieve dagbladketen qua ideologisch en levensbeschouwelijk profiel en qua aandacht voor algemene en politieke berichtgeving. Het socialistisch dagblad *De Morgen*, de katholieke dagbladen *De Standaard*, *Gazet van Antwerpen*, *Het Volk* en *Het Belang van Limburg* alsook het liberale dagblad *Het Laatste Nieuws* zijn de geselecteerde moederbladen.

In deze dagbladen worden alle artikels over het ontslag van Buyle onderzocht in de exemplaren die verschenen gedurende de periode van 25 augustus 1987 (de dag nadat Buyle wordt ontslagen door de CVP - PVV meerderheid in de Raad van Beheer van de BRT) tot en met 19 september 1987 (daags nadat in een referendum - gehouden onder alle BRT-journalisten - bekend wordt dat er geen meerderheid bereid werd gevonden om de stakings- en solidariteitsacties, gericht op het ongedaan maken van de ontslagmaatregel, gaande te houden).

CONCLUSIES VAN DE KWANTITATIEVE ANALYSE

De hier weergegeven resultaten trachten een zo volledig mogelijk beeld te schetsen van de kwantiteit van de berichtgeving. Hieruit zal blijken dat de verschillen *tussen* de uiteenlopende dagbladstrekkingen (b.v. socialistisch versus katholiek) opmerkelijk zijn. Deze opmerking geldt eveneens voor de verschillen *binnen* één bepaalde dagbladstrekking. Uit ons onderzoek zal immers tot uiting komen dat de katholieke dagbladpers (waarvan er vier verschillende titels in ons

sample werden opgenomen) zeker geen monolithisch blok vormt. De verschillen kunnen het best toegelicht worden aan de hand van de bekomen onderzoeksresultaten :

- a. De grootste aandacht aan het gebeuren wordt geschonken door het socialistische dagblad De Morgen. Deze krant neemt zowat 1/3 van het totaal *aantal bijdragen* voor haar rekening. Het *oppervlakte-aandeel* van deze bijdragen neemt zowat de helft in van de som van de totale oppervlakte die alle dagbladen aan het gebeuren schenken. Alhoewel de relatieve oppervlakte (nl. het aandeel van de Buyle-berichtgeving in de totale oppervlakte van een dagblad) bij De Morgen slechts 1,15 % bedraagt, bekleedt men hiermee toch de eerste plaats.

De katholieke dagbladpers - met uitzondering van Het Belang van Limburg - staat qua aandacht de tweede in rangorde geplaatst. Toch liggen deze resultaten reeds mijlenver van de uitslag van De Morgen. Binnen deze groep besteedt Gazet van Antwerpen de hoogste oppervlakte aan het gebeuren. Dit dagblad, dat als conservatief georiënteerd kan worden gedefiniëerd, is ideologisch manifest negatief gericht tegen de zaak Buyle. Dit bleek ook onder meer uit de negatieve gerichtheid van de commentariërende artikels. Gazet van Antwerpen wordt op de voet gevolgd door Het Volk en De Standaard. De aandacht die Het Volk, met het ACW verbonden, schenkt aan het ontslag van Daniël Buyle, is wellicht ook mee verklaarbaar door de rol van de CCOD centrale van de christelijke overheidsvakbond in de ontslagfase. Voor een kwaliteitskrant als De Standaard is het bijna een evident gegeven, dat het ontslag van Daniël Buyle als niet onbelangrijk gegeven in het binnenlandse (politieke) gebeuren de nodige aandacht krijgt. Het buitenbeentje binnen de katholieke dagbladpers vormt Het Belang van Limburg, dat - van alle dagbladen - het laagst scoort op alle aandachtscriteria (o.a. aantal artikels, oppervlakte artikels in cm² en het relatieve oppervlakte-aandeel). Deze beperktere aandacht kan wellicht worden verklaard door het feit dat dit enig regionaal dagblad (met als voornaamste verspreidingsgebied de provincie Limburg) in Vlaanderen minder plaats inruimt voor wat men met een boutade als 'nieuws uit Brussel' aanduidt. Deze vaststelling wordt eveneens ondersteund door het feit dat Het Belang van Limburg als enig dagblad geen enkel commentariërend artikel en geen enkele lezersbrief over het gebeuren publiceert. De liberale dagbladpers - in ons sample vertegenwoordigd door Het Laatste Nieuws - publiceert wel het tweede hoogste aantal bijdragen over het ontslaggebeuren, doch bekleedt de voorlaatste positie m.b.t. de oppervlakte ingenomen door deze bijdragen en het relatieve oppervlakte-aandeel ervan.

- b. Wat de *spreiding van de berichtgeving* in de tijd betreft, blijkt dat het informatie-aanbod van alle Vlaamse dagbladen grotendeels gesitueerd is binnen twee piekperiodes. Een eerste piekperiode strekt zich uit tot de vijfde kalenderdag na het ontslag op 24 augustus 1987. De tweede piekperiode loopt van 11 tot en met 15 september 1987 (gedurende deze opeenvolgende dagen wordt het ontslag van Buyle door de Raad Van Beheer van de BRT herbevestigd). Deze vaststellingen gaan voor alle dagbladen grotendeels op. Toch is de berichtgeving niet absoluut geconcentreerd rond deze twee piek-

periodes. Hieruit blijkt weer de verschillende belangstelling die de dagbladen aan het gebeuren hechten. Immers, De Morgen publiceert bijdragen in 19 van de 23 krantennummers, die verschenen gedurende onze onderzoeksperiode. Het Belang van Limburg publiceert in slechts 13 nummers een bijdrage over het ontslag van Daniël Buyle.

- c. Door het opsplitsen van de artikels in categorieën werd dieper gepeild naar de *aard van de bijdragen*. Dit onderzoek wees uit dat in de meeste dagbladen veel ruimte ingenomen werd door "reacties op de zaak Buyle" (categorie II). De tweede en de derde plaats wordt ingenomen door respectievelijk "bijdragen over de juridische aspecten van de zaak Buyle" (categorie VI) en "bijdragen over stakings- en solidariteitsacties" (categorie V). De vierde plaats wordt bekleed door "de commentariërende artikels" (categorie IV). In de case-analyse bleek dat vooral De Morgen en De Standaard veel aandacht besteedden aan "hoofdartikels" en "commentariërende artikels", waarvan beide dagbladen er meerdere publiceerden. De overige drie dagbladen beperkten zich tot de publikatie van één enkel hoofdartikel. Alleen Gazet van Antwerpen en Het Volk plaatsten daarnaast elk nog een column. Een andere categorie van opiniërende bijdragen, "de lezersbrieven", neemt 1/5 van het totaal aantal bijdragen voor haar rekening, toch bekleden de brieven slechts de zevende positie qua oppervlakte-aandeel. Opvallend is ook hier weer dat De Morgen de helft van alle lezersbrieven publiceert, en dat de overige helft gelijk wordt verdeeld onder het liberale dagblad Het Laatste Nieuws en de drie katholieke dagbladen. In een aparte paragraaf werd de hoogst scorende categorie "reacties op de zaak Buyle" nader geanalyseerd. Hieruit bleek dat in het totaal zowat 32 verschillende reactiegevers aan bod kwamen, en dat er bij sommige dagbladen (Het Laatste Nieuws en De Morgen) een uitgesproken congruentie bestaat tussen de strekking van het blad en die van de politieke mandatarissen (van respectievelijk liberale en socialistische aard) die aan het woord worden gelaten.
- d. Een andere vaststelling die hierbij aansluit, is dat de artikels, m.b.t. het ontslag van Buyle naargelang van de dagbladstrekking nogal uiteenlopend *geïllustreerd* zijn. Het socialistische dagblad De Morgen neemt hier weer 23 van de 31 illustraties voor zijn rekening. De katholieke dagbladen - met uitzondering van Het Belang van Limburg en met als koploper Gazet van Antwerpen - publiceren 7 van de overige 8 illustraties. De illustraties bij De Morgen bestaan uit foto's, cartoons, karikaturen en cartoon-karikaturen, en vervullen hoofdzakelijk een illustrerende/informatieve of blikvangende functie. Bij de overige dagbladen van katholieke en liberale strekking worden enkel foto's gepubliceerd, die hoofdzakelijk een illustrerende/informatieve functie hebben.
- e. Het onderzoek *naar de plaats van de artikels* leverde ook enkele opmerkelijke resultaten op. Het feit dat alle dagbladen de overgrote meerderheid van de artikels op één van de binnenbladzijden plaatst, wijst erop dat de berichtgeving over het ontslag van D. Buyle meestal geen voorrang kreeg ten opzichte

van de rest van de berichtgeving.

De resultaten m.b.t. de situering van de bijdragen volgens plaats op de bladzijde zijn minder eensluidend. Alleen bij De Morgen en bij Het Volk zullen de meeste bijdragen geplaatst worden en/of aanvangen op de bovenste helft van de pagina. Het feit dat bij de overige dagbladen de overgrote meerderheid van de artikels geplaatst wordt op de onderste helft van de pagina, kan een indicatie zijn van de mindere aandacht die aan het gebeuren wordt geschonken.

Tenslotte kunnen we er nog op wijzen dat bij alle dagbladen fragmentatie uitsluitend plaatsvindt bij bijdragen op de frontpagina. Dit betekent dat een artikel - dat aanvangt op de eerste bladzijde - slechts gedeeltelijk wordt afgedrukt en wordt vervolgd op één der binnenbladzijden.

CONCLUSIES VAN DE ANALYSE VAN DE INHOUDELIJKE ASPECTEN VAN DE BERICHTGEVING

- a. Met betrekking tot het *informatiekwaliteitsonderzoek* kunnen we stellen dat de dagbladen vrij *volledig* waren in hun berichtgeving over de zaak Buyle. Deze volledigheid werd nagegaan aan de hand van een lijst met informatie-items, die een chronologische reconstructie vormden van het gebeuren tijdens onze onderzoeksperiode. Toch valt het op dat zowel Gazet van Antwerpen als Het Belang van Limburg (vrij) gevoelig onder de gemiddelde volledigheidresultaten liggen. Het feit dat kranten kwantitatief veel of weinig aandacht besteden aan de zaak Buyle, heeft vrijwel geen invloed op de volledigheid van de berichtgeving. Zo scoort De Standaard met een laag oppervlakteaandeel het hoogst qua volledigheidsgraad.

De informatie-items werden vervolgens opgedeeld in harde en zachte items. Het publiceren van harde items was een noodzakelijk gegeven voor het goed begrijpen van het gebeuren, alsook om de gebeurtenissen in een oorzakelijk verband te kunnen plaatsen. De zachte items verschaffen eveneens relevante - doch niet essentiële - informatie in functie van het goed begrijpen van het gebeuren. De informatiekwaliteit zal dan ook dalen naarmate meer harde items niet vermeld worden. Aldus bleek dat bij kranten met de hoogste volledigheidsgraad, de meeste niet-vermelde items van zachte aard zijn. Deze groep waartoe De Standaard en De Morgen behoren, publiceren ook het kleinste aantal onvolledige items. Naarmate de volledigheidsgraad afneemt, zal het aandeel van de niet-vermelde harde items toenemen en zullen ook meer onvolledige items worden gepubliceerd. Deze conclusies gaan onder meer op voor Gazet van Antwerpen en voor Het Belang van Limburg.

Uit het onderzoek naar de accuratesse van de berichtgeving blijkt dat de overgrote meerderheid van de fouten van objectieve aard (waaronder foutieve naamaanduiding, cijfergegevens, lokatie-, data- en tijdsaanduidingen, alsook schrijffouten) is en dat slechts 1/5 van de fouten slaat op inhoudelijke aspecten (o.a. foutieve weergave van informatie) van de berichtgeving zelf. De Standaard blijkt ook hier weer het meest accuraat te zijn. De Morgen daarentegen publiceert nu het tweede hoogste aantal fouten na Gazet van Antwerpen. Toch kan men deze gegevens relativeren, indien men rekening houdt met het feit dat de onderzochte oppervlakte bij De Morgen zowat 6 maal gro-

ter is dan bij De Standaard, zodat de kans ook groter wordt dat, naarmate de oppervlakte stijgt, meer fouten gedetecteerd zullen worden.

- b. Uit het *gerichtheidsonderzoek* blijken nu duidelijk de inhoudelijke verschillen tussen de dagbladen onderling. Het socialistische dagblad De Morgen is het meest positief georiënteerd tegenover de zaak Buyle. Dit blijkt uit het feit dat vrijwel de ganse oppervlakte wordt besteedt aan positieve bijdragen.

De overige dagbladen besteden niet alleen kwantitatief minder aandacht aan het gebeuren, ook blijkt hun toenemende negatieve en/of neutrale ingesteldheid. Binnen het blok van de katholieke dagbladen leidt dit echter niet tot eenvormige resultaten. Gazet van Antwerpen zal 2/3 van zijn oppervlakte gelijkmatig besteden aan bijdragen met een negatieve en neutrale ingesteldheid. Het Volk besteedt eveneens ongeveer 1/3 van zijn oppervlakte aan negatieve bijdragen, toch is nog ruim de helft van de oppervlakte van de bijdragen positief georiënteerd. Dit zelfde geldt min of meer voor De Standaard, die echter meer plaats inruimt voor bijdragen van neutrale aard. Het Belang van Limburg is het enige dagblad dat meer dan de helft van de oppervlakte besteedt aan neutrale bijdragen.

Het liberale dagblad Het Laatste Nieuws ruimt eveneens de helft van de oppervlakte in voor bijdragen met een neutrale of negatieve gerichtheid.

- c. De intensiteit van de gerichtheid werd vervolgens onderzocht in het *suggestiviteitsonderzoek*. In de eerste plaats werden het tekstgedeelte (lead en body copy) en de titels van de informatieve artikels onderzocht met als voornaamste doelstelling het detecteren van emotionaliserend taalgebruik. Het meest beïnvloedend van alle kranten was De Morgen. Dit blijkt uit het feit dat een ruime meerderheid van alle gedetecteerde voorbeelden aan dit dagblad kunnen worden toegeschreven, alsook uit de manifest positieve gerichtheid ervan.

De katholieke dagbladen springen veel spaarzamer om met emotionaliserend taalgebruik. Binnen deze groep varieert de gerichtheid van het taalgebruik nogal: van positief bij Het Belang van Limburg tot negatief bij Gazet van Antwerpen. Verder is het zo dat we in de informatieve bijdragen van De Standaard het laagste aantal voorbeelden van suggestief taalgebruik aantreffen, en dat die geen duidelijke gerichtheidstendens aanduiden. Hieruit kunnen we besluiten dat dit dagblad het minst beïnvloedend is.

Bij het liberale dagblad Het Laatste Nieuws valt uit het schaars aangewende emotionaliserende taalgebruik een negatieve tendens af te leiden.

De resultaten van het onderzoek naar de vermenging van feiten en commentaar liggen in de lijn van de laatst vermelde gegevens. De Morgen neemt 2/3 van alle gevallen van expliciete vermenging (waarbij de mening of de commentaar van de redactie rechtstreeks tussen de informatie wordt geschoven) voor zijn rekening. Dit en het feit dat al deze gevallen eenzijdig positief gericht zijn, bevestigt nogmaals het sterk opiniërend karakter van dit socialistisch dagblad. De overige gevallen van expliciete vermenging zijn ongeveer gelijkmatig verdeeld onder Het Volk en Gazet van Antwerpen, waarbij het laatste dagblad nogmaals zijn negatieve ingesteldheid tegenover de zaak Buyle laat blijken. Het objectief en zakelijk karakter van de berichtgeving in De Stan-

daard en in Het Belang van Limburg wordt onderstreept door het ontbreken van expliciete vermenging.

Uit het onderzoek naar de impliciete vermenging, waarbij de tendens van de titeldekken werd onderzocht, bleek voor De Morgen en Gazet van Antwerpen de bestaande positieve versus negatieve tendens bevestigd te worden.

- d. Het bleek dat de *commentariërende artikels* voor alle dagbladen (met uitzondering van Het Belang van Limburg) een kwantitatief niet te verwaarlozen factor waren. De relatieve oppervlakte van de 17 commentariërende artikels bedraagt gemiddeld 11,37 % van de totale oppervlakte.

De Morgen en De Standaard hechten hier het meeste belang aan, omdat ze beide meerdere hoofdartikels en commentaren wijden aan het gebeuren. De overige dagbladen schrijven elk slechts 1 hoofdartikel naar aanleiding van het ontslag van Daniël Buyle. Gazet van Antwerpen en Het Volk plaatsen daarnaast elk nog een column van de hand van een vrij bekend persoon.

Inhoudelijk zijn de commentariërende artikels opgebouwd rond een zevental centrale thema's. Het aantal door een dagblad behandelde thema's schommelt tussen 4 (De Standaard en Het Volk) en 7 (Gazet van Antwerpen). Ook de invalshoek van waaruit een thema wordt benaderd, verschilt nogal eens tussen (en in beperkte mate binnen) kranten met verschillende (of dezelfde) ideologische strekking. De positieve of negatieve ingesteldheid van een dagblad voor het gebeuren zal determinerend zijn voor het al dan niet behandelen van bepaalde thema's. De katholieke en de liberale dagbladpers zal eerder de "nefaste" effecten van de stakingsacties op de BRT onderlijnen, terwijl de socialistische dagbladpers eerder zal wijzen op de politieke aspecten van de zaak Buyle.

Opvallend is de polarisatie die bestaat op het vlak van de gerichtheid van de argumentatie. Er tekent zich een duidelijke breuklijn af tussen de geheel positieve ingesteldheid van de socialistische dagbladpers - die de verdediging van de zaak Buyle zal opnemen - en de vrijwel uitsluitend negatieve (zij het verschillend in intensiteit) gerichtheid van de katholieke en de liberale dagbladpers.

- e. Tenslotte werden de *lezersbrieven* onderzocht. Opmerkelijk zijn hier de parallellen die getrokken kunnen worden met de resultaten uit het onderzoek naar de commentariërende artikels. Alle dagbladen (met uitzondering van Het Belang van Limburg) publiceren deze brieven. Tijdens onze onderzoeksperiode werden 32 lezersbrieven gepubliceerd, wat staat voor 20 % van alle gepubliceerde bijdragen m.b.t. het ontslag van Daniël Buyle.

De Morgen neemt hier weer de helft van het totale aantal gepubliceerde brieven voor zijn rekening.

Op een enkele uitzondering na blijkt dat er een vrijwel absolute overeenkomst bestaat tussen de gerichtheid van de commentariërende artikels en de lezersbrieven. We kunnen ons hier toch wel terecht de vraag stellen of krantenredacties - gezien deze opmerkelijke gerichtheidsovereenkomst - niet één of andere vorm van gate-keeping toepassen bij de selectie en publikatie van lezersbrieven.

De overgrote meerderheid van de schrijvers van lezersbrieven bouwen hun

betoog op rond één van de zeven thema's die we terugvonden in de commentariërende artikels.

Waar de positieve of negatieve ingesteldheid van de dagbladen (zoals bleek in de commentariërende artikels) determinerend was voor het al dan niet behandelen van bepaalde thema's, is het treffend dat deze vaststelling eveneens opgaat voor de lezersbrieven. Alhoewel we in een aantal lezersbrieven een expliciete verwijzing vonden naar de standpunten ingenomen in de hoofdartikels, is het toch moeilijk om na te gaan of de themakeuze van de lezersbrieven werd ingegeven door deze van de editorialisten.

BESLUIT

Afsluitend kan gesteld worden dat de berichtgeving over het ontslag van D. Buyle enkele belangrijke gegevens oplevert.

Alhoewel er globaal genomen niet zoveel aandacht aan het gebeuren werd geschonken, bestond er toch een duidelijke tegenstelling - qua belangstelling - tussen enerzijds de socialistische en anderzijds de liberale en katholieke dagbladers.

Zo reageerden de socialistische kranten overwegend positief en (vrijwel alle) katholieke en liberale eerder negatief. Ons inziens leverde de inhoudsanalyse dan ook opmerkelijke resultaten op ter bevestiging van de bestaande tendenzen in de Vlaamse pers. Dat het in de Vlaamse pers niet alleen te doen is om het verschaffen van feitelijke informatie, blijkt indien men de socialistische versus de katholiek-liberale pers plaatst. Met uitzondering van het Belang van Limburg nemen alle dagbladen (en dit niet alleen in hun commentariërende artikels) uitgesproken standpunten in over de zaak Buyle. Kranten zoals De Morgen en Gazet van Antwerpen schrikken er niet voor terug om hun opinies op expliciete wijze in hun informatieve artikels te schuiven.

Al bij al valt het op dat - zij het in verschillende mate en intensiteit - de dagbladen de standpunten aankleven en/of als spreekbuis fungeren van hun respectieve zuilen waar ze (in)direct bij aanleunen. Dit geldt zowel voor het socialistische De Morgen, het liberale dagblad Het Laatste Nieuws, als De Standaard, Gazet van Antwerpen en Het Volk die behoren tot de katholieke zuil.

Dat dit het geval is komt tot uiting in de wijze waarop de dagbladen de zaak Buyle percipieerden. Voor De Morgen is de zaak Buyle een principiële kwestie waarbij de persvrijheid, het politiek fatsoen en de geloofwaardigheid van ons administratief rechtstelsel op het spel worden gezet, terwijl Het Volk het ontslag van Buyle herleidt tot "een arbeidsconflict tussen werknemer en werkgever".

Dat de zaak Buyle in zijn ontslagfase een politieke connotatie had gekregen, wordt eveneens bevestigd door de editorialisten in de Vlaamse pers. Naast de tegenstelling tussen de regeringsgezinde en de oppositiepers werd in de katholieke regeringsgezinde pers (o.a. in De Standaard) gewag gemaakt van het feit dat de zaak Buyle dreigde uit te groeien tot een "splitszwam" tussen de CVP-PVV regeringsmeerderheid in de maanden voorafgaand aan de val van het kabinet Martens VII op 17 oktober 1987. De stilzwijgendheid van de CVP-mandatarissen versus de tegenstrijdige uitspraken (i.v.m. de zaak Buyle) binnen de PVV-gelederen zijn in dit verband een onomstotelijk gegeven.

Het lijkt ons interessant om de hypothetische vraag te stellen of het socialistisch

dagblad De Morgen eveneens zo veel aandacht aan de zaak Buyle besteed zou hebben, indien de SP indertijd zelf regeringsverantwoordelijkheid gedragen zou hebben. Men kan zich eveneens de vraag stellen of het liberale dagblad Het Laatste Nieuws het ontslag van Daniël Buyle niet anders behandeld zou hebben, mocht de PVV toen in de oppositie gezeteld hebben.

(*) Dit artikel is een samenvatting van de voornaamste bevindingen uit de eindverhandeling *De Zaak Buyle in de Vlaamse pers. Reconstructie van de zaak Buyle 1980 - 1987. Inhoudsanalyse*. Fac. Soc. Wet., Dep. Comm. Wet., K.U.Leuven, sept. 1989, 260 pp. Promotor : prof. Dr. W. Van der biesen.

NOTEN

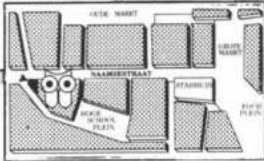
- (1) BUYLE, D., De lobby's in het parlement. Touwtrekken om de hete brij, *Humo*, 13 november 1980, pp. 10-12.
- (2) SMEETS, R., De BRT-blaam van Buyle, *Komma*, 6 april 1983, pp. 10-14
- (3) BUYLE, D. (1986), *De lakeien van de Wetstraat*. Leuven, Kritak, 107 pp.
DE HAES, L., De lakeien van de Wetstraat. Interview met Daniel Buyle, *Humo*, 25 september 1986, pp. 9-11.
- (4) Raad van State, arrest nr. 24.667, 21 september 1984.
- (5) Deze verkiezingen werden gehouden, daar de Raad van State, na behandeling van een klacht, de uitslag van 10 oktober 1982 nietig had verklaard. Vanuit CVP/PVV-hoek werd Buyle op de korrel genomen omdat hij de overwinning van de SP en het verlies van de CVP/PVV-coalitie - als test-case van de stevigheid van de nationale rooms-blauwe regering - te veel in de verf gezet zou hebben.

J(kgK) J/kg Σ 3.1856°C/m F:m rad/s NaCl \approx 457 HO V x A \rightarrow Ar W(m Sr)
 m/s-9532 K Σ Pa mol/m [% 1/m]cm kW CHO|Mg km/h Σ 39.7 lx A/m
 lm Hz Σ 53098 rad/s Σ W (mK) O|mm³kn. Σ 7895 A W/se Σ Pb
 R^m mg W Σ 87(4572 H/m Σ 59123 Ha A/m NH⁺ COOHⁿ m³ Σ 7895 58 HClO Ar
 km/u J/mol K 4572 H/m Σ 59123 Ha A/m NH⁺ COOHⁿ m³ Σ 7895 58 HClO Ar
 Ph V: M Σ 820 Me N:m J/k NaCl m 43071 Σ Pa cm³cc Σ V/mol 71^l Ar W(m Sr)
 J(kgK) J/kg Σ 3.1856°C/m F:m rad/s NaCl \approx 457 HO V x A \rightarrow Ar W(m Sr)
 m/s 9532 K Σ Pa mol/m [% 1/m]cm kW CHO|Mg km/h Σ 39.7 lx A/m
 lm Hz Σ 53098 rad/s Σ W (mK) O|mm³kn. Σ 7895 A W/se Σ Pb
 R^m mg W Σ 87(4572 H/m Σ 59123 Ha A/m NH⁺ COOHⁿ m³ Σ 7895 58 HClO Ar
 km/u J/mol K 4572 H/m Σ 59123 Ha A/m NH⁺ COOHⁿ m³ Σ 7895 58 HClO Ar
 Ph V: M Σ 820 Me N:m J/k NaCl m 43071 Σ Pa cm³cc Σ V/mol 71^l Ar W(m Sr)
 J(kgK) J/kg Σ 3.1856°C/m F:m rad/s NaCl \approx 457 HO V x A \rightarrow Ar W(m Sr)
 m/s 9532 K Σ Pa mol/m [% 1/m]cm kW CHO|Mg km/h Σ 39.7 lx A/m
 lm Hz Σ 53098 rad/s Σ W (mK) O|mm³kn. Σ 7895 A W/se Σ Pb
 R^m mg W Σ 87(4572 H/m Σ 59123 Ha A/m NH⁺ COOHⁿ m³ Σ 7895 58 HClO Ar
 km/u J/mol K 4572 H/m Σ 59123 Ha A/m NH⁺ COOHⁿ m³ Σ 7895 58 HClO Ar
 Ph V: M Σ 820 Me N:m J/k NaCl m 43071 Σ Pa cm³cc Σ V/mol 71^l Ar W(m Sr)
 J(kgK) J/kg Σ 3.1856°C/m F:m rad/s NaCl \approx 457 HO V x A \rightarrow Ar W(m Sr)
 m/s 9532 K Σ Pa mol/m [% 1/m]cm kW CHO|Mg km/h Σ 39.7 lx A/m
 lm Hz Σ 53098 rad/s Σ W (mK) O|mm³kn. Σ 7895 A W/se Σ Pb
 R^m mg W Σ 87(4572 H/m Σ 59123 Ha A/m NH⁺ COOHⁿ m³ Σ 7895 58 HClO Ar
 km/u J/mol K 4572 H/m Σ 59123 Ha A/m NH⁺ COOHⁿ m³ Σ 7895 58 HClO Ar
 Ph V: M Σ 820 Me N:m J/k NaCl m 43071 Σ Pa cm³cc Σ V/mol 71^l Ar W(m Sr)
 J(kgK) J/kg Σ 3.1856°C/m F:m rad/s NaCl \approx 457 HO V x A \rightarrow Ar W(m Sr)
 m/s 9532 K Σ Pa mol/m [% 1/m]cm kW CHO|Mg km/h Σ 39.7 lx A/m
 lm Hz Σ 53098 rad/s Σ W (mK) O|mm³kn. Σ 7895 A W/se Σ Pb
 R^m mg W Σ 87(4572 H/m Σ 59123 Ha A/m NH⁺ COOHⁿ m³ Σ 7895 58 HClO Ar
 km/u J/mol K 4572 H/m Σ 59123 Ha A/m NH⁺ COOHⁿ m³ Σ 7895 58 HClO Ar
 Ph V: M Σ 820 Me N:m J/k NaCl m 43071 Σ Pa cm³cc Σ V/mol 71^l Ar W(m Sr)



Standaard Boekhandel

Algemene en Wetenschappelijke Boekhandel



Naamsestraat 57 - 3000 Leuven
016-23.98.21

de column: een poging tot definitie(*)

christel vandenbosch

DOOLHOF VAN OMSCHRIJVINGEN

De column... niet zomaar te vatten onder één of andere noemer, een vreemde eend in de journalistieke bijt. Ad Gijselhart (1986 : 12) noemt de column de speeltuin voor tal van literaire vormen, en tevens een vrijplaats vooral van persoonlijke en niet zelden controversiële meningen. Wolseley (1951 : 293) heeft het over de journalistieke grabbeltonnen. De literatuurcriticus K.L. Poll (Gijselhart 1986 : 9) merkt kleinerend op dat columns oppervlakkige journalistieke opiniestukjes zijn. Hij is van mening dat het hier om goedkope grappenmakerij en anti-intellectualistisch gewauwel gaat. En Arthur Robb (Bird en Merwin 1971) bestempelt de column als het striptease-gedeelte van de vaudeville-show die de kranten opvoeren.

Grasduinend in de literatuur vinden we naast deze nog andere kleurrijke omschrijvingen. Dé definitie van de column is niet zomaar één, twee, drie te geven. Theoretici en columnisten zijn het verre van met elkaar eens. Het genre evolueert nog steeds, en komt voor in vele vormen. Uit deze doolhof van omschrijvingen zullen we toch verschillende wezenskenmerken halen, die we dan zullen samenbrengen in een hypothetische werkdefinitie. Deze definitie zal dan empirisch getoetst worden d.m.v. een schriftelijke vragenlijst gestuurd naar een representatieve selectie van de Vlaamse en Nederlandse kranten.

DE WEZENSKENMERKEN VAN DE COLUMN: DE THEORIE

De column verschijnt regelmatig, d.w.z. wekelijks, dagelijks of in andere geregelde tijdsintervallen. Hij komt voor op een vaste plaats en in een vaste lay-out (steeds hetzelfde lettertype, hetzelfde titelformaat, e.d.).

Vaak wordt de column cursief gezet in een beneden- of bovenhoekje van steeds dezelfde pagina. Om aan te geven dat men een ander domein binnengaat en dus om het anders-zijn van de column te benadrukken, wordt de column dikwijls door dikke zwarte kaderlijnen gescheiden van de andere artikels. Gijselhart (1986 : 11) spreekt in dit verband over de spreekwoordelijke vreemde eend in de journalistieke bijt, over de anomalie in de krant. De column staat als het ware in de rand van de krant.

De column krijgt ook steeds dezelfde ruimte ter beschikking. Dit betekent dan ook dat hij steeds dezelfde lengte zal hebben, en zal bestaan uit een vooraf bepaald, weinig variërend aantal woorden.

De column is een journalistiek opiniestukje. Men beschrijft, becommentarieert en maakt kanttekeningen bij bepaalde gebeurtenissen. Wat op papier staat, zijn eigen opinies en visies van de auteur, die zijn stukje ook ondertekent. Hij geeft

zijn eigen en eigenzinnig commentaar op een bepaald feit. Deze opinie moet niet noodzakelijk dezelfde opinie zijn als die waarvoor de krant opkomt.

De auteur schrijft als een particulier, als een persoon. Hij geeft zijn eigen opinies weer. De column is dus subjectief, interpretatief en evaluatief. Men interpreteert, men kruipt a.h.w. onder het nieuws. De columnist zoekt redenen, motieven, hij graaft dieper. Publieke personen zeggen immers vaak niet wat ze bedoelen. Ze laten bewust feiten weg of verdraaien de realiteit. Een krantenartikel kan niet anders dan feitelijk weergeven, maar een column kan op een persoonlijke manier dieper erop ingaan. Zo vormt de column de verbinding tussen het publieke en het particuliere. De columnist schrijft over publieke aangelegenheden, maar hij doet dat op een particuliere wijze. Individualiteit staat hier centraal.

De column wordt geschreven door één en dezelfde, meestal gekende publicist. Hij doet dat soms onder een pseudoniem.

Uitgangspunt van de column is altijd de actualiteit. Hij brengt altijd (iets) nieuws. Het is op actuele gebeurtenissen dat er commentaar wordt geleverd. Dit hoeft niet altijd een stuk brandende actualiteit te zijn. Soms bestaat de column uit observaties van onze dagdagelijkse wereld. Dan bekijkt de columnist zijn en onze wereld op een andere manier, en schrijft hij over de 'rare' dingen die hij opmerkt in onze samenleving. Vele auteurs noemen de column ook een human-interest artikel. De inhoud moet altijd universeel zijn, en m.a.w. iedereen inspireren en iedereen interesseren. Als de columnist het over persoonlijke gebeurtenissen heeft, moeten deze nog altijd een algemeen en universeel karakter hebben. Hier verschilt de column van het cursiefje. Cursiefjes behandelen nl. triviale zaken; anekdotes en verhaaltjes die op grappige en humoristische, soms ook tragi-komische wijze worden verteld (Nuis 1985). Columns daarentegen uiten zich over publieke zaken en actuele gebeurtenissen. Er wordt een opinie, een mening verkondigd. Marvin H. Creager (Bird en Merwin 1971 : 350) is het ermee eens dat de columns altijd nieuwselementen bevatten. Vaak kan men de feitelijke en zakelijke berichtgeving over het becommentariëerde onderwerp elders in de krant terugvinden. Maar Creager loopt niet zo hoog op met de column. Hij is van mening dat het belangrijk is de lezer te informeren en hem vooral niet in verwarring te brengen. De echte informatie zit nu vervat in het dagelijkse nieuws. Het publiek is, volgens Marvin H. Creager, intelligent genoeg om dit nieuws te volgen en er de juiste conclusies uit te trekken, als het op een intelligente manier is voorgesteld. De moeilijkheid is het hem te doen lezen. De column is daarbij geen hulp. Integendeel, de column is juist een voorverwerkte versie van het nieuws, die zo gemakkelijk toegankelijk is, dat hij geneigd is om de lezers weg te leiden van de nieuwsberichten die men zou moeten lezen.

De column wordt onveranderd afgedrukt, dus niet geredigeerd. Arthur Robb (Bird en Merwin 1971 : 347) vindt dat men daartoe het recht niet heeft. Men mag ondertekende opinies niet wijzigen, niet in functie van het beleid van de krant, noch wegens plaatsgebrek. De columns staan dus onafhankelijk van de krant waarin ze voorkomen. Ze staan niet onder de controle van de eindredacteur, zoals al de andere artikels. Dit onderscheidt de column van de commentaar.

Een commentaar is net zoals de column een meningsbijdrage die actuele thema's vanuit een bepaalde positie interpreteert. De stelling die ingenomen wordt in de commentaar, komt nu echter in de regel overeen met de positie van de krant. De inhoud en de auteur van de commentaar wordt in de meeste gevallen bepaald op de redactievergadering van de krant. Samen met het 'hoofdartikel' zal de commentaar het politieke profiel van een krant bepalen (Roff 1982). Hier ligt dan ook duidelijk het verschil met de column. De column hoeft niet overeen te komen met de visie van de krant. De columnist schrijft a.h.w. voor eigen rekening. Hij schrijft persoonlijk en individueel, en hij heeft dus eigenlijk niets te maken met de krant. Vaak zal de krant dan ook bij de column de mededeling publiceren dat zij zich niet identificeert met de inhoud ervan. De krant geeft enkel een stukje van een pagina aan een onafhankelijk schrijver, die er zijn persoonlijke mening weergeeft over een bepaald onderwerp. Theoretisch kan men dit stellen, maar zoals zal blijken, is in de praktijk dit verschil tussen commentaar, hoofdartikel en column moeilijker te handhaven.

De stijl van de column is individueel. Elke columnist heeft een eigen persoonlijke en specifieke stijl. Eén zin uit een stukje volstaat meestal al om een naam op de column te plakken. Als literaire vorm wordt in vele gevallen de polemie gebruikt. De grondhouding van de column is dan ook 'dwarsliggen zodat er gestruikeld wordt. Hierbij mogen zelfs benen gebroken worden, zolang het maar leuk blijft voor de lezers' (Gijselhart 1986 : 16). Er zijn geen vaste regels : de columnist bezit vrijheid van expressie en stijl.

In de volksmond wordt de column vaak gelijkgesteld met iets grappigs, iets ludieks. De column is inderdaad dikwijls grappig en humoristisch opgesteld. Maar zo'n verenging is niet helemaal juist. Een column kan ook ontroeren. Hij kan bloedserieus zijn... Ironie en satire komen vaak voor.

Alles kan en mag dus, op voorwaarde dat het goed geschreven is. Daarom is elke column anders. Er zijn geen regels, en elke auteur legt zijn persoonlijkheid in zijn 'stukje'. Voorbeelden bewijzen dat : Jan Blokker (1) werkt graag verslaggevend, maar dan met de nodige zijsprongen in de opinierichting. Hij is een satirisch columnist. Het is en blijft zijn vrome wens de kritische, verlichte geest in Nederland wakker te schudden en wakker te houden. Hiervoor zijn alle middelen heilig, wat blijkt uit de controversen die hij net als Gerrit Komrij altijd en overal met zijn geschrijf veroorzaakt. De net genoemde Gerrit Komrij (2) is een echte polemische columnist : hij wil zijn tegenstander op papier vermoorden en hem dan nog blijven vervolgen. Getuige daarvan de volgende uitspraak : 'Ik vind het fijn als de mensen mij onheus bejegenen. Ik zal ze net zolang vervolgen tot ze maagzweren krijgen en hun doodskist verkiezen boven hun wandelen hier op aarde' (Diepstraten 1982). Nico Scheepmaker (3) daarentegen is na Simon Carmiggelt wellicht de vriendelijkste columnist van Nederland. En ongetwijfeld de tolerantste. 'Een columnist mag alles', vindt hij, 'maar hij moet het niet willen' (Gijselhart 1986). Hij is het type van de kroniekschrijver-columnist. Zijn hoogste ideaal is de lezers een plezier te doen met zijn schrijfsels. Johan Anthierens (4) is dan weer grimmig en boos. Hij is niet bang om tegen schenen te trappen en op tenen te gaan staan. Sommigen verdenken hem ervan daar juist een groot genoeg in te scheppen. De column 'Dagdagelijks' van Frieda Joris (5) staat bol van woordspelingen. Ze maakt zich niet echt kwaad, maar tussen de regels

vind je toch haar engagement. Vijf keer anders,... en toch vijf keer een column !

Wij stellen toch een algemene definitie voor : een column is een regelmatige, en steeds op dezelfde plaats en in dezelfde lay-out, in een periodiek voorkomende persoonlijke opinie van één en dezelfde - onafhankelijk van het politieke profiel en de maatschappelijke opinies van de periodiek en in een individuele stijl schrijvende - publicist. De inhoud is gebaseerd op de actualiteit.

DE COLUMN EN DE REALITEIT : HET ONDERZOEK

De geformuleerde werkdefinitie moet nu getoetst worden aan de journalistieke werkelijkheid. Om die reden werd in maart 1989 een enquête gezonden aan een representatieve selectie van Vlaamse en Nederlandse dagbladen. De Vlaamse kranten Het Belang van Limburg, Gazet van Antwerpen, De Standaard, Het Laatste Nieuws, Het Volk en De Morgen en de Nederlandse bladen De Telegraaf, Trouw, Het Parool, Algemeen Dagblad, de Volkskrant en N.R.C./Handelsblad kregen een vragenlijst in de bus. Slechts twee kranten, nl. De Morgen en N.R.C./Handelsblad lieten niets van zich horen. De non-respons was dus klein. Op de deadline-datum was het antwoordpercentage 83 %. Eén krant weigerde mee te doen aan het onderzoek : de Volkskrant.

Zeven van de negen onderzochte kranten menen dagelijks één of meerdere columns te publiceren. In Nederlandse kranten is het genre duidelijk al meer ingeburgerd dan in Vlaamse kranten.

De meeste columns komen steeds op dezelfde plaats voor in de kranten en hebben een speciale lay-out : andere typografie, vaste titel, foto en/of tekening en een speciale omkadering. Eén krant wijkt van dit pad af. Het betreft hier Gazet van Antwerpen, die columns publiceert als gewone artikels.

De meeste kranten geven aan hoelang de column moet zijn. Hieruit menen wij te mogen besluiten dat een column steeds ongeveer even lang moet zijn. Dit hangt o.i. samen met de vaste lay-out van de column. Er wordt een vaste plek voorbestemd voor de column. De columnist heeft dagelijks een vooraf bepaald deel van de krant te vullen.

Uit de enquête-antwoorden blijkt ook dat de columns in de meeste gevallen geschreven worden door steeds dezelfde auteur.

P. De Baere, hoofdredacteur van Het Volk vermeldt in zijn verklarende brief dat een column meestal door een vaste man wordt verzorgd, die op zijn manier een al dan niet kritische beschouwing geeft over een of andere gebeurtenis. Alhoewel Het Volk geen columns publiceert, geeft P. De Baere ons toch de aanwijzing dat wij op het goede spoor zitten als wij menen dat een vaste auteur één van de wezenskenmerken van de column is.

Wat dan te doen met Het Belang van Limburg ? Deze krant zegt geen vaste columnist te hebben voor de dagelijkse column De Kern op pagina 2. Is dit eigenlijk wel een column ? Zo dadelijk meer hierover...

75 % van de beantwoorders meent dat de column subjectief en persoonlijk is. De auteur geeft enkel zijn eigen mening weer en vertegenwoordigt niet de hele

krant. Een column is een eerder persoonlijke beschouwing. Elke columnist doet dat op zijn eigen en eigenzinnige manier. Eén krant, nl. Het Belang van Limburg, stelt dat haar column de gehele krant vertegenwoordigt. Hierbij komen wij terug op de vraag: "Is De Kern wel een column?" Nu men al afwijkt van twee kenmerken, rijzen hierover toch enkele twijfels. O.i. is De Kern dan ook geen column, maar een commentaar ...

Hiermee zitten we op het gevaarlijke want discussiëerbare terrein van de onafhankelijkheid van de columnist tegenover de politieke lijn en opinies van de krant waaraan hij een bijdrage levert. Wij menen dat De Kern de politieke lijn van Het Belang van Limburg aangeeft, net zoals het hoofdartikel van Manu Ruys in De Standaard. Het standpunt van Manu Ruys komt overeen met dat van De Standaard: het is dat van De Standaard.

Maar waar is de scheidslijn tussen particulier en institutie?

Waar begint de eigen mening, het eigen engagement, het eigen protest en waar eindigt dat van de krant?

J. Huypens, adjunct-hoofdredacteur van Gazet van Antwerpen, meent dat het in Vlaanderen bijna onmogelijk is om los en onafhankelijk te staan van een krant. In verzulde kranten ligt de mening van de journalisten en correspondenten vaak in dezelfde lijn als de krant zelf. Ze is weinig contradictorisch en zeker niet controversieel (6).

Hoe maak je dan een onderscheid tussen de column, de commentaar en het hoofdartikel, als ze blijkbaar zo op elkaar lijken en als het theoretische verschil, de onafhankelijkheid van de columnist, zo in vraag wordt gesteld?

Wij menen dat het feit dat een column dezelfde inhoud kan hebben als een commentaar, geen afbreuk doet aan het column-zijn van de column. Een column kan een commentaar zijn, maar een commentaar kan nooit een column zijn. Ideaal gezien moet de columnist de vrijheid hebben om af te wijken van de lijn van de krant, maar hij hoeft het niet te doen. De auteur van een commentaar of hoofdartikel mag het niet. Maar J. Huypens heeft gelijk als hij stelt dat dit in Vlaanderen quasi onmogelijk is en daarom bijna niet voorkomt. Daar is onze pers té verzuld voor.

De Vlaamse dagbladpers is historisch als een politieke en ideologische opiniepers gegroeid. Hoewel de meeste kranten niet formeel aan een partij gebonden zijn, hebben zij in de partijstrijd steeds standpunten ingenomen. Ook al meten vele Vlaamse kranten zich een onafhankelijk jasje aan, toch blijven de meeste kranten kleven aan een bepaalde ideologische positie. Dat maakt dat ze op columngebied vastzitten aan een bepaalde strekking, en het moeilijk hebben om vrank en vrij kritiek te leveren op alles.

Uitgangspunt van de column is vaak een gemengd nieuwsbericht. Ook politieke onderwerpen komen herhaaldelijk aan bod. In mindere mate geldt dit ook voor economische, culturele en sportberichten. Opvallend is het grote aandeel van het gemengd nieuws. Dit is een aanwijzing dat vele columns vooral een ontspanningsfunctie hebben en de harde politieke en economische realiteit liever aan andere journalistieke genres overlaten.

De geformuleerde werkdefinitie kan dus grotendeels aanvaard worden. De kernwoorden in deze definitie zijn o.i. opiniëring, individualiteit en onafhankelijk-

heid. Maar zoals gebleken zijn dat ook de gevaarlijkste termen uit de omschrijving.

Om echt te weten wat columns zijn, moet je ze lezen. Maar pas op : dat moet je leren. Je kan columns nl. letterlijk lezen - en dan is er vaak sprake van pijnlijke beschuldigingen - maar dan blijft er iets onbehaaglijks bestaan, het gevoel het stukje niet helemaal begrepen te hebben. Je moet columns echter op een ander niveau lezen, iets wat alleen mogelijk is als taal in zijn verfijningen, schakeringen en beperkingen je enigzins vertrouwd is. In het wijde gebied tussen waarheid en leugen floreert de column. Zijn spanning ontleent hij aan de nooit eenduidige interpretatie ; wat bedoelt de schrijver ? De columns zijn zelden leuk, behalve dat je moet lachen. Je moet alles met een korreltje zout, maar wel héél serieus nemen. En dat lijkt misschien een tegendraadse tegenstelling, maar dat... is nu net de column.

(*) Dit artikel is gebaseerd op de eindverhandeling *De column in de Vlaamse en Nederlandse dagbladpers. Een vergelijking.*, Fac.Soc.Wet., Dep.Comm.Wet., K.U.Leuven, 1989. Promotor : prof. Dr. L. Van Poecke.

NOTEN

- (1) Jan Blokker schrijft 2 keer per week een column in de *Volkskrant*.
- (2) Elke woensdag verschijnt de column Eén & Ander van Gerrit Komrij in *N.R.C./Handelsblad*.
- (3) Nico Scheepmaker is dagelijks Trijfel in de GPD-bladen en schrijft ook voor *Vrij Nederland*.
- (4) Tot voor kort had Johan Anthierens elke woensdag z'n Schrijfgerief in *De Morgen*.
- (5) Frieda Joris schrijft dagelijks haar stukje op pagina 6 (Feiten) in *Het Laatste Nieuws*.
- (6) Op basis van een gesprek met J. Huypens op 13 april 1989.

LITERATUURLIJST

- Bird, G.L. en Merwin, F.E. (1971), *The press and society : a book of readings*. Westport, Greenwood Press.
- Diepstraten, J. (1982), *Over Gerrit Komrij : beschouwingen en interviews*. 's Gravenhage, BZZ TòH.
- Gijssels, A. (1986), *De column als vrijspraak*. Amsterdam, Sijthoff.
- Nuis, A. (1985), De dood van de column, *Vrij Nederland*, 46(13) : 15-16.
- Roloff, E.K. (1982), *Journalistische Textgattungen*. München, Oldenbourg.
- Wolseley, R.E. (1951), *The magazine world : an introduction to magazine journalism*. New York, Prentice Hall.

communicatie bij de dieren(*)

elvire vliegen

INLEIDING

De laatste decennia wordt algemeen aangenomen dat de dieren, hoewel ze niet kunnen spreken, eigen communicatiesystemen hebben ontwikkeld om informatie uit te wisselen met hun soortgenoten. Toch blijven sommigen zich verzetten tegen het idee van 'dierlijke communicatie'; deze discussie is in feite terug te leiden tot de definitie van het concept communicatie, die men volgt. Wanneer we hier de term 'communicatie' gebruiken, volgen we de opvatting van Watzlawick, Beavin en Jackson. Volgens deze auteurs kan men niet niet-communiseren: elk gedrag spreekt, elk gedrag is communicatief. In deze opvatting is het irrelevant of de overdracht van informatie bewust/onbewust en bedoeld/niet-beoeld gebeurd. Wij opteren hier voor de gedragscommunicatieve opvatting, omdat het begrip 'intentionaliteit' (bewuste communicatie) theoretisch onbruikbaar is. Wanneer men de interactie bestudeert, kan men immers nooit onderzoeken wat er bedoeld en bewust is gebeurd. Bij menselijke communicatie zou men de interactanten eventueel achteraf kunnen vragen naar de intenties (hoewel ook dit wetenschappelijke bezwaren zou oproepen), maar met dierlijke interactanten is dit uiteraard uitgesloten.

BASISDIMENSIES IN EEN RELATIE

Communicatie veronderstelt dat er tussen de interactanten een bepaalde relatie bestaat. Albert Mehrabian stelde dat deze relatie steeds gekenmerkt wordt door drie basisdimensies (1):

- de evaluatieve dimensie: de relatie kan bij de interactanten positief of negatief overkomen (elkaar mogen/niet mogen). De mens kan dit denotatief uitdrukken (expliciet zeggen), doch in de meeste gevallen zal dit geconnoteerd worden (gelaatsuitdrukking,...). Ook in een relatie tussen dieren komt de evaluatieve dimensie tot uiting: denken we aan het boeiend schouwspel dat de paarvormings- en baltsceremonies kunnen zijn. Men uit zijn positieve houding tegenover de partner door het spreiden van de staart (b.v. pauw), het opzetten van een kuif of het opblazen van een keelzak,...
- de status/macht dimensie: de ene interactant zal zich dominant opstellen t.o.v. de andere. Ook in de dierenwereld is er een zeer duidelijke hiërarchie, waarbij de leider voortdurend zijn positie in de groep moet verdedigen. Toch komt het zelden tot echte gevechten, omdat ook de dieren veelvuldig gebruik maken van dreig- of blufgedrag. Enkele voorbeelden: het ratelen van een ratelslang, het grommen van een hond, het op de borst slaan van een gorilla, en de vele andere diersoorten die een soortgenoot trachten te imponeren door zichzelf groter te maken (rechtop zetten van haren of veren).
- de responsiviteitsdimensie: hiermee bedoelt Mehrabian de mate waarin men op zijn omgeving reageert, de mate van aandacht die men aan elkaar schenkt.

BELANG VAN EVALUATIEVE EN STATUS/MACHT DIMENSIE VOOR DE DIEREN

Net zoals bij menselijke interactie, zullen ook de dieren aan elkaar tonen of ze elkaar mogen of niet mogen : in de dierenwereld draait alles immers rond het in-stand-houden van de soort, en het is dan ook erg belangrijk dat het mannetje erin slaagt een wijfje naar zich toe te lokken (of omgekeerd). Vooraleer tot de paring over te gaan, zullen er in veel gevallen signalen uitgewisseld worden, waarbij de partners hun positieve of negatieve gevoelens kunnen uiten.

Om allerlei redenen is het voor in groepen levende dieren belangrijk dat men weet wie het leiderschap bezit. Om te overleven is het nodig, dat bij acuut gevaar één dier, de leider, het sein geeft om te vluchten of om zich tegen de vijand te verdedigen. In die beslissing moet hij onvoorwaardelijk en zonder tegenpraak worden gehoorzaamd. Zouden de dieren van zo'n groep elk voor zich beslissen of het vluchten of vechten wordt, dan zou de groep onmiddellijk uiteenvallen en gaan de voordelen van het gezamenlijk optreden verloren. Het is voor in groepen levende dieren dus van betekenis, dat de leiders niet alleen naar voren treden, maar ook dat ze hun gezag tegenover minderen handhaven tot ze daartoe niet meer in staat zijn. Wanneer die gezagshandhaving echter voortdurend zou plaatsvinden d.m.v. gevechten op leven en dood, zou dit nadelig zijn voor het voortbestaan van de soort. Vaak blijft het dan ook beperkt tot blufgedrag of andere 'onschadelijke' gedragingen.

DE COMMUNICATIEKANALEN

Dieren kunnen dus, net zoals de mensen, communiceren. Wie echter communicatie zegt, denkt onmiddellijk aan 'kanaal'. Analoog aan de mens beschikken de dieren over verschillende zintuigen, zodat ook in de dierenwereld verschillende methodes bestaan om signalen te verzenden en te ontvangen. Gedurende de evolutie heeft elke diersoort een eigen, specifiek communicatiesysteem ontwikkeld, afhankelijk van de biologische mogelijkheden van de soort.

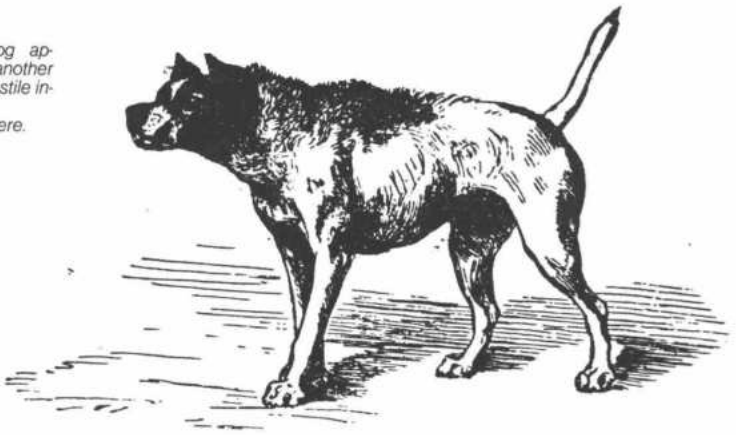
Peter Marler (2) maakt een onderscheid, dat overigens klassiek is, tussen een auditief, visueel, olfactisch/gustatief en tactiel communicatiekanaal. Elk kanaal verschijnt steeds in typische omstandigheden die specifiek zijn voor de diersoort. Zo zouden auditieve signalen uiterst geschikt zijn voor communicatie bij de 'mobile forest species' (vogels, apen,...), waarbij de dieren op relatief korte afstand bij elkaar blijven, maar door de dichte begroeiing elkaar niet kunnen zien. Voor communicatie op korte afstand (b.v. binnen de kudde) worden dikwijls visuele signalen (kleur, lichaamshouding) gebruikt, althans overdag. Chemische signalen (geur) komen veel voor bij de lagere diersoorten, bijvoorbeeld insecten. Het grote voordeel van deze vorm van communicatie is, dat de boodschap nog gedurende een bepaalde periode aanwezig blijft, ook nadat de zender niet meer aanwezig is. Bij de territoriumafbakening maakt men dan ook veel gebruik van dit soort signalen. Tenslotte is er dan ook nog het tactiele kanaal. Een belangrijke categorie zijn hier de elektrische signalen, die alleen voorkomen bij enkele vissoorten.

VISUELE COMMUNICATIE

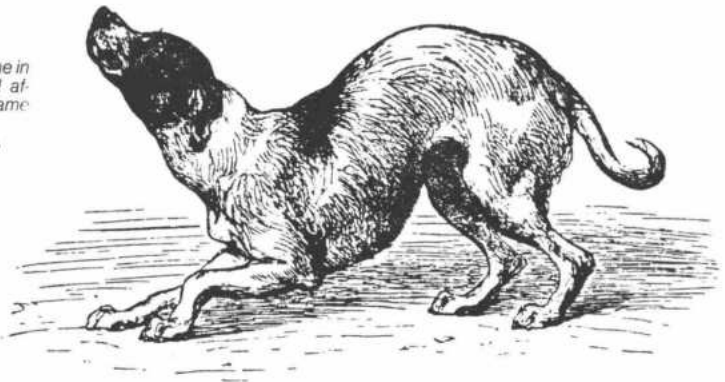
Men kan bij de visuele signalen een onderscheid maken tussen enerzijds de gebaren, lichaamshoudingen en gelaatsuitdrukkingen, en anderzijds de kleursignalen.

Reeds in de vorige eeuw heeft Darwin (3) aandacht besteed aan de manier waarop de dieren hun gevoelens tonen. Eén van de vele voorbeelden die hij geeft, is de manier waarop een hond van het ene moment op het andere een totaal ander uitzicht kan aannemen door zijn gelaatsuitdrukking en houding te veranderen. Figuren 1 en 2 tonen de lichaamshouding van een hond die in de verte een vreemdeling ziet naderen, en dezelfde hond wanneer blijkt dat de naderende figuur de baas van de hond blijkt te zijn.

*Fig. 1. Dog approaching another dog with hostile intentions.
By Mr. Riviere.*



*Fig. 2. The same in a humble and affectionate frame of mind.
By Mr. Viviere.*



Een algemeen voorkomende manier om zich dominant op te stellen tegenover een ander dier d.m.v. de lichaamshouding, bestaat uit de erectie van haren, veren, e.d. Deze acties zorgen ervoor dat het dier groter lijkt, en dus meer afschrikkend voor vijanden of rivalen. Meestal gaat dit gepaard met verschillende bewegingen en geluiden met hetzelfde doel. Andere dieren, die geen stekels, pluimen of haren hebben, kunnen zichzelf groter maken door lucht te inhaleren,

zoals bijvoorbeeld kikkers. Darwin wijst erop dat het primaire doel was het lichaam zodanig te vergroten dat vijanden afgeschrikt werden, maar een secundaire functie is dat de kikkers, wanneer ze benaderd worden door een slang, zichzelf zo opblazen, dat een slang van een kleinere soort hen niet kan verzwellen, zodat ontsnapping mogelijk wordt.

Kleuren blijken in de dierenwereld een nogal uiteenlopende betekenis te kunnen hebben. Allereerst kunnen de kleuren van het dier in een bepaalde omgeving een uitstekende camouflage bieden: de schutkleuren hebben dus de bedoeling zo min mogelijk op te vallen. Daarnaast kent de dierenwereld kleuren die juist zo opvallend mogelijk moeten zijn. In dat geval vormen die kleuren signalen die alleen hun doel bereiken als ze op zo groot mogelijke afstand zo goed mogelijk zichtbaar zijn.

Hailman (4) maakt een onderscheid naargelang de duur van de kleurpatronen: permanente kleurpatronen (b.v. de strepen van een zebra), labiele kleurpatronen tijdens een bepaald seizoen of van relatief korte duur (b.v. de gele bek van de spreeuw tijdens het broedseizoen), en tenslotte de kleuren die kunnen veranderen op één dag tijd, of zelfs binnen enkele seconden (b.v. bij de octopus). Dit laatste fenomeen kan verklaard worden door speciale kleurcellen in de huid, die het dier kan uitzetten of samentrekken, waardoor het kleurpatroon binnen enkele ogenblikken totaal verandert.

VOCAL COMMUNICATIE

Vele diersoorten maken gebruik van geluiden om te communiceren, heel vaak in combinatie met visuele signalen.

De akoestische signalen bieden immers een aantal belangrijke voordelen voor de dieren:

- de reikwijdte: sommige signalen kunnen kilometers ver gehoord worden.
- de grote waarde in situaties met een slechte zichtbaarheid: 's nachts, in het woud, in diep water of in modder.
- het centrum: de signalen hebben een gemakkelijk te lokaliseren bron m.b.t. richting en afstand.

Robert Capranica (5) heeft de brulkikvors bestudeerd, en heeft een aantal situaties geïdentificeerd waarin een bepaald geluid meestal wordt geproduceerd. In zijn classificatie van geluiden vindt men zes categorieën: mating calls; release calls; territorial calls; rain calls; distress calls; warning calls.

In geen enkele diergroep is de produktie van geluiden, zowel wat variatie als technische kwaliteiten betreft, tot zo'n hoogte gestegen als bij de vogels. Niet alleen heeft elke soort zijn eigen typische melodie, maar binnen deze melodie blijft bovendien voor elke vogel nog ruimte voor individuele toevoegingen.

Thorpe (6) maakt een onderscheid tussen 'call-notes' en 'song'. Hoewel een echte scheidingslijn niet getrokken kan worden, kan over het algemeen gesteld worden dat de call-notes meestal één- of tweelettergrepig zijn en meestal uit niet meer dan vier of vijf noten zijn opgebouwd. De song daarentegen is een serie noten, meestal van meer dan één type, die achtereenvolgens worden ge-

produceerd en op die manier een herkenbaar patroon vormen (in de song worden accenten gelegd, het geheel duurt langer en er is een complexer ritme). De song heeft te maken met de band tussen een individueel mannetje en wijfje, en staat onder invloed van de seksehormonen. De call-notes worden meer gebruikt in situaties van 'handhaving' (voeding, gevaar), en zorgen voor de coördinatie tussen de ouders, de jongen en de groep. Bij de song treedt het individu meer naar voren. Aangezien het individu zichzelf bekend wil maken, moet de song ver hoorbaar zijn en voldoende informatie bevatten over het dier en de plaats waar het zich precies bevindt (zodat het wijfje precies weet waarheen te gaan). Het zijn voornamelijk de hormonen, die het dier aanzetten tot zingen, maar ook uitwendige factoren, zoals de temperatuur en het lengen van de dagen, kunnen een rol spelen. De complexiteit van de song maakt het mogelijk dat de song tegelijk individueel en voor de hele soort kenmerkend is.

CHEMISCHE COMMUNICATIE

Hoewel de mens een groot aantal chemische stoffen uitzweet, maakt hij slechts weinig gebruik van chemische signalen om met anderen te communiceren. Hierdoor ziet hij moeilijker de belangrijke plaats die deze communicatievorm inneemt in de dierenwereld.

De chemische communicatie wordt beschouwd als de meest primitieve communicatievorm, omdat het vooral voorkomt bij de insecten. Toch maken ook vele vissen en zoogdieren gebruik van geuren; enkel bij de vogels en de hogere primatensoorten komt chemische communicatie bijna nooit voor.

Het grote nadeel van de communicatie via de geur is, dat de boodschap niet snel veranderd kan worden. Maar aan de andere kant is dit ook één van de grote voordelen: de boodschap blijft aanwezig, ook wanneer het dier reeds elders vertoeft op dat moment. Chemische boodschappen van een individu kunnen dus gericht zijn naar een ander individu in de toekomst; vandaar dat chemische communicatie eerder functioneert als schrift dan als 'gesproken' taal.

De voornaamste functie van een chemisch signaal is dus een soort 'wegwijzer' te zijn voor andere dieren: een partner aantrekken, anderen de weg tonen naar een voedselbron, anderen waarschuwen weg te blijven uit een bepaald gebied,... Volgens Shorey (7) kunnen de chemische signalen verschillende biologische functies vervullen: 1. identificatie van het dier; 2. de groep (kudde, zwerm) verzamelen; 3. de groep aanzetten zich te verspreiden (b.v. bij gevaar); 4. agressie aantonen; 5. seksueel gedrag stimuleren.

Ook om de hiërarchie in een groep uit te drukken, wordt gebruik gemaakt van chemische signalen bij bepaalde diersoorten. De sociale hiërarchie is echter onderhevig aan veranderingen, aangezien de leider voortdurend zijn plaats moet verdedigen. Uiteraard kan het gebeuren, dat de leider het gevecht verliest en van het ene op het andere moment ondergeschikt wordt aan een rivaal. Dit feit heeft grote gevolgen voor de chemische signalen van zowel het verliezend als het winnend dier. Dit kan verklaard worden door het feit dat veranderingen in sociale status dikwijls gepaard gaan met hormonale veranderingen in het dier; de hormonen zijn op hun beurt nauw verbonden met de productie van de geurstoffen.

TACTIELE COMMUNICATIE

De tactiele signalen zijn moeilijk te bestuderen, vooral omdat de mens niet goed weet hoe hij de aanrakingen moet interpreteren. Een tweede probleem betreft het feit, dat de tactiele signalen praktisch nooit apart gebruikt worden; steeds zullen ze vergezeld zijn van geluiden, gebaren of geuren.

Een speciale vorm van tactiele communicatie is de communicatie d.m.v. elektrische signalen. Deze communicatievorm komt enkel voor bij enkele tropische vissoorten, die uiteraard beschikken over aangepaste organen voor de verzending en ontvangst van de stroomstoten. Hierdoor kunnen deze vissen op drie manieren profiteren van hun 'talent':

1. elektrolokatie (de elektrische signalen fungeren als een radar, waardoor ze kunnen 'zien' in modderig water);
2. als wapen om een prooi te doden (met stroomstoten tot 650 V!);
3. als communicatiemiddel.

Ook hier kunnen de signalen ingedeeld worden volgens hun communicatieve functie: species-specific signals; sexual signals; individual signals; age-class signals; environmental signals; motivational signals.

Een mooie illustratie van deze communicatievorm vinden we bij Möhres, die een 'duel' tussen twee rivalen beschrijft (8): "Dringt een soortgenoot een bezet rivierdomein binnen, dan neemt hij bij nadering van de eigenaar in toenemende mate diens ontladingen waar. Maar ook de domeinbezitter bemerkt het naderen van de indringer. De signalen van de tegenstander worden meestal beantwoord met een belangrijke versnelling en versterking van de eigen ontladingen. Er begint een strijd tussen de ontladingen, die, als niet één van de twee tegenstanders zich terugtrekt, snel ontgaat in een werkelijk gevecht met rammen en bijten, dat hevige vormen kan aannemen. Meestal echter volstaat het 'dreigend' patroon van de door ontladingen getoonde 'politieke hoogspanning' om een van de vechtersbazen zich te doen terugtrekken".

Een dergelijke zich tot elektrische schermutselingen beperkende domeinstrijd wordt getoond in figuur 3 (9).

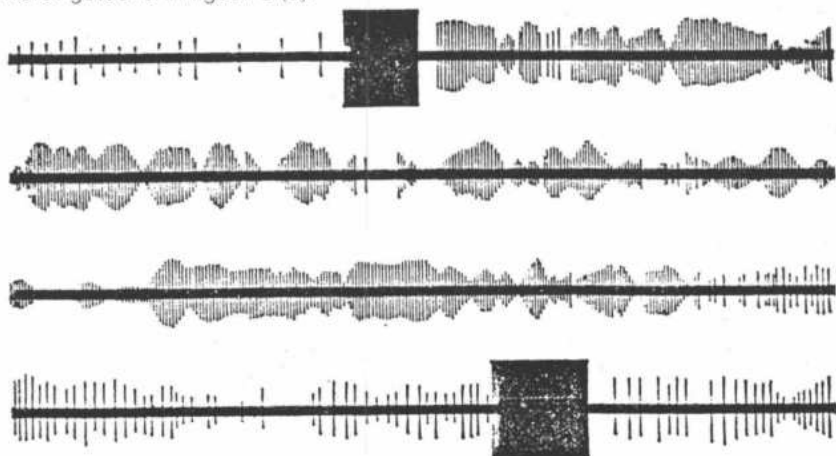


Fig. 3. De elektrische domeinstrijd tussen 2 mesvissen werd hier als uitslag van de stroomstoten oscillografisch opgetekend.

Eerst is het ontladingspatroon van de domeineigenaar opgetekend. Dan begint de schermutseling. De ontladingen volgen elkaar al spoedig zo snel op, dat men afzonderlijke impulsen bij de gegeven maatstaf niet meer kan onderscheiden. Langzamerhand wordt het 'elektrisch twistgesprek' weer een monoloog. Tenslotte ziet men de overwinnende domeineigenaar weer rustiger worden.

DE 'TAAL' DER DIEREN

We weten nu dat dieren in staat zijn om op erg uiteenlopende wijzen, specifiek voor elke soort, met elkaar te communiceren. Kan men hier echter spreken van een echte 'taal'? Sommige onderzoekers stellen namelijk dat dieren over een echte taal beschikken, en hebben in de geluiden van vogels en insecten iets gevonden wat zij vergelijken met fonemen in de menselijke taal. Anderen daarentegen verdedigen de stelling, dat de taal typisch is voor de menselijke soort. Samenhangend met deze discussie is het basisprobleem waarmee elke onderzoeker die dierlijke communicatie bestudeert, wordt geconfronteerd: zal de mens ooit in staat zijn de dierlijke communicatie volledig te analyseren en te begrijpen? Is het mogelijk binnen te dringen in de subjectieve dimensies van het emotionele leven van een gorilla? Abraham Moles (10) is van mening, dat de mens bij de studie van de dierlijke communicatie steeds een buitenstaander zal blijven. Eén van de gevolgen hiervan is, dat de mens een overdreven belang hecht aan de 'taal' zoals wij die kennen; in feite is de taal slechts één kleine vorm tussen alle andere communicatiesystemen.

Tenslotte vermelden we Bonner (11), die erop wijst dat de hele discussie over de dierlijke 'taal' eigenlijk overbodig is: zelfs als men stelt dat dieren geen taal hebben, moet men toegeven dat de dieren ondanks die 'handicap' toch uitstekend kunnen communiceren: "Zoogdieren zijn opmerkelijk goed in het sorteren van geluiden. Bovendien kunnen de eenvoudigste geluiden grote betekenis krijgen als ze binnen een context worden geplaatst. Denk maar aan een autoclaxon. Ook al geeft hij maar één toon, toch kan hij mensen een hele scala aan informatie geven. Toeteren kan 'Kijk uit, hier kom ik' betekenen, maar ook 'U bent net door rood gereden', 'Ga opzij, ik wil erlangs', 'Bedankt voor het laten passeren', 'U heeft vergeten uw lichten aan te doen', of 'Hallo, landgenoot met de gele Volvo'. De mogelijkheden lijken vrijwel onbegrensd. Hoewel we al die betekenissen onmiddellijk door hebben, blijft het signaal steeds hetzelfde.

Als wij met die ene toon van een autoclaxon al zo goed uit de voeten kunnen, verbaast het me niet dat een chimpansee ook zonder complexe taal met slechts enkele opgelegde tekens een heel eind komt. Vergeleken bij het stemgeluid van de mens mag dat van een chimpansee dan wel hopeloos rudimentair zijn, maar veelzijdiger dan een auto-toeter is het zeker. Bovendien gaan de geluiden samen met een grote verscheidenheid aan gebaren en gelaatsuitdrukkingen. In combinatie kunnen de geluiden en de visuele aanwijzingen heel wat informatie overdragen, als de hersenen de signalen maar in hun context kunnen plaatsen om er de juiste betekenis uit te halen."

(*) Dit artikel is gebaseerd op haar eindverhandeling *Communicatie bij de dieren*. Fac. Soc. Wet., Dep. Comm. Wet., K.U. Leuven, juni 1989. Promotor: prof. Dr. L. Van Poecke.

NOTEN

- (1) Van Poecke, L., eigen nota's bij het college 'Verbale en niet-verbale communicatie I'.
- (2) Marler, Peter (1974), *Animal Communication*, pp. 32-33 in Krames, Pliner, Alloway (eds.), *Nonverbal Communication*. New York/London, Plenum Press, (vol. 1).
- (3) Darwin, C. (1965), *The Expression of Emotions in Man and Animals*. The University of Chicago Press, p. 50-51.
- (4) Hailman, J.P. (1977), *Communication by Reflected Light*, pp. 179-180 in Sebeok, T.A., *How Animals Communicate*. Indiana University, Press Bloomington.
- (5) Capranica, R. (1965), *The Evoked Vocal Response of the Bullfrog*. Cambridge, Massachusetts, The MIT Press, p. 7-11.
- (6) Thorpe, W.H. (1961), *Bird-song, The Biology of Vocal Communication and Expression in Birds*. London, Cambridge University Press, p. 14-16.
- (7) Shorey, H.H. (1976), *Animal Communication by Pheromones*. New York, Academic Press, p. 138.
- (8) Möhres, geciteerd door Dröscher, V. (1967), *Magie der zintuigen. Nieuwe ontdekkingen in het rijk der dieren*. Baarn, Wereldvenster, p. 232-233.
- (9) Dröscher, V., *Ibid*, p. 233.
- (10) Moles, A. (1972), *The Concept of Language from the Point of View of Animal Communication*, p. 139 in Sebeok, T.A., *Approaches to Animal Communication*. Paris, Mouton The Hague.
- (11) Bonner, John Tyler (1982), *Dieren met cultuur - Tussen biologie en sociale wetenschappen*. Utrecht/Antwerpen, Uitgeverij Het Spectrum, p. 100-101.

Op 26 april 1990 viert de geestelijke vader van de 'functionele publicistiek', prof. Dr. Hendricus Johannes (Henk) Prakke zijn negentigste verjaardag. Er is een bijzondere reden om hem ook via *Communicatie* geluk te wensen. Prakke voelt zich namelijk nog steeds sterk verbonden met de communicatiewetenschappelijke opleiding aan de Katholieke Universiteit Leuven en wel door de persoonlijke band met haar grondlegger: prof. Dr. Nabor De Volder (1909-1967). Het Departement Communicatiewetenschap sluit zich dan ook van harte aan bij de persoonlijke gelukwensen die professor Prakke naar aanleiding van deze uitzonderlijke vierdag bereiken. Op verzoek van de redactie schreef prof. Dr. Joan Hemels in zijn hoedanigheid van Leuvense gastprofessor onderstaande gedrukte felicitatie, waarin persoon en werk van de jarige worden belicht.



prof. dr. h.j. prakke 90 jaar

een gelukwens uit leuven

joan hemels

'Wij hebben de functionele theorie van Henk Prakke afzonderlijk willen behandelen omdat zij o.i. een zeer aparte plaats bekleedt in de massamedia-communicatieleer.'

(G. Fauconnier, *Massamedia en samenleving*, Antwerpen/Utrecht 1973, p. 93)

KLAVERVIER IN NOORD EN ZUID

Wie met professor Prakke in zijn huidige woonomgeving Noorderkroon (Noorderkroon 108, NL-9301 JW Roden) in gesprek raakt, beseft dat het rijke leven van zijn bejaarde gesprekspartner altijd primair in het teken stond van persoonlijke communicatie, meer precies: van de ontmoeting. Hij hoort al gauw een drietal namen noemen van collegae in Nederland en Vlaanderen die hem tijdens zijn professorale periode in Münster behoedden voor algehele vervreemding van ontwikkelingen op communicatiewetenschappelijk gebied in Noord en Zuid. Hij voegt er dan met spijt aan toe, dat zij kort achter elkaar zijn overleden. Dit heeft hem sterk aangegrepen, zoals ook blijkt uit de 'in memoriams' die hij toen schreef.

Te samen met prof. mr. L.G.A. Schlichting (1898-1968) van de Katholieke Universiteit Nijmegen en prof. Dr. Kurt Baschwitz (1886-1968) van de Gemeentelijke Universiteit in Amsterdam vormden De Volder en Prakke de op wederzijdse waardering gebaseerde klavervier van de zich in de jeugd jaren bevindende wetenschap van de openbare communicatie in het Nederlandse taalgebied. Het was een qua omvang kleine, maar aan ideeën en initiatieven rijke geleerdenrepubliek van de aartsvaders van het vakgebied dat nu in Noord en Zuid als communicatiewetenschap wordt aangeduid. In de kring van hoogleraren speelden ook prof. Dr. Th. Luykx (1913-1977) van de Rijksuniversiteit Gent en prof. mr. Dr. M. Rooij (1906-1986) van de Universiteit van Amsterdam, ieder op hun eigen wijze, een rol bij het tot ontwikkeling brengen van studie en onderzoek op het gebied van de massacommunicatie.

GRENSOVERSCHRIJDENDE UITSTRALING

In een familieboekje van de Stichting 't Prakke-Verbond uit 1976 geeft Prakke een terugblik op zijn 'academisch avontuur'. Hij schrijft daarin zonder omhaal van woorden: 'Het contact met Nijmegen (collega Schlichting) en Leuven (collega Pater De Volder) was bijzonder hartelijk. Ik presenteerde er de "functionele publicistiek", en ontvang ook nu nog bij herhaling bewijzen van de doorwerking daarvan'. Daartoe rekent Prakke ook de Leuvense geste om hem door middel van de toezending van dit tijdschrift op de hoogte te houden van de wisselingen in de personele sfeer en van de onderzoeksresultaten op het gebied van de communicatiewetenschap.

Hoewel Prakkes 'academisch avontuur' zich door een speling van het lot in de jaren zestig in Münster afspeelde, sloot hij zich niet af van zijn collegae in de Lage Landen. Excursies met studenten en assistenten, alsmede gastcolleges over-en-weer, bleken de geëigende middelen om de door Prakke bepleite 'Entgrenzung der Publizistik' behalve een wetenschapstheoretische, ook een geografische dimensie te geven. Al in de jaren vijftig baande hij een weg voor een procesmatig georiënteerde studie van de menselijke communicatie, die niet op uitsluitend de media bleef gefixeerd. Een en ander geschiedde onder het motto 'Van fenomeen naar functies', hetgeen een programma voor een sociaal-wetenschappelijk gefundeerd onderzoek van 'de samenspraak in de samenleving' inhield. Opmerkelijk hierbij is dat Prakke niet koos voor de met name in de Verenigde Staten in zwang zijnde a-historische wetenschapsbeoefening; de historische dimensie van de menselijke communicatie en de daarbij ontwikkelde communicatievormen en communicatiemediën wist hij harmonieus in te passen in een Europees-Angelsaksisch geïnspireerde functionele publicistiek. Het erfgoed van zijn voorganger in Münster, prof. Dr. Walter Hagemann (1900-1964) bracht hij in de jaren zestig 'bij de tijd' door het te confronteren met de communicatiewetenschappelijke traditie in de Verenigde Staten. Sociologie, psychologie en economie waren die weg al eerder gegaan. Mede aan de alerte reactie en het inzicht van Prakke is het te danken, dat de toch al ernstig achterop geraakte en naar erkenning zoekende studie van de openbare communicatie in een beslissend decennium na de Tweede Wereldoorlog niet nog verder aan de periferie van de sociale wetenschappen geraakte.

IN DE GEEST VAN DE SAMENSpraak

Grensoverschrijdend waren zeker ook de gasthoogleraarschappen die Prakke vanuit Münster enige jaren in Bologna en nog in 1971 in Iowa City vervulde. Bedenkt men daarbij dat Prakke aanvankelijk carrière had gemaakt als uitgever en pas na zijn veertigste was begonnen aan een academische studie, dan krijgt men een indruk van de bijzondere levensloop van de nu negentigjarige. Terugblikkend op zijn docentschappen schreef Prakke in 1982: 'Mijn grootste vreugde vormde daarbij steeds de persoonlijke omgang met aankomende wetenschappers, die méé wilden denken.' Men vindt deze zin in het woord vooraf dat Prakke meegaf aan mijn *Massamedia als medespelers. Toegang tot het studieveld van de massacommunicatie* (Utrecht/Antwerpen 1982). Ik wilde met dit boek de aandacht vestigen op het feit dat precies een kwarteeuw eerder Prakkes *De samenspraak in onze samenleving* (Assen 1957) als eerste Nederlandstalige inleiding in de leer van de (massa-)communicatie was verschenen. De geest van dit boek, zo blijkt uit dit woord vooraf, bleef hem op zijn 'wondere wetenschappelijke omzwervingen' vergezellen. Wie geen vreemde was in zijn geschriften en openbare optreden kon dit vermoeden, maar wist dit nu zeker. Publicerend en docerend, steeds weer gevraagd voor het houden van voordrachten - ook buiten het eigenlijke vakgebied - bleef hij tot op de leeftijd van de zeer sterken actief. Tot twee jaar geleden schreef hij in de met de redactie afgesproken regelmaat een beschouwelijke column in het regionale dagblad *Nieuwsblad van het Noorden*. De schrijverspen is, behalve voor enige correspondentie, nu tot verdiende rust gekomen. Het doet de stamvader van de 'functionele publicistiek' echter deugd, dat zijn publicistische optreden, en dan zowel het publiceren als het doceren, nog steeds aanleiding geeft tot reacties. Door kritiek consequent op te vatten als 'méédenken' van de criticus of criticaster maakt Prakke zijn lijfspreuk 'homo res sacra homini' op een wel heel unieke wijze waar. De wens dat iedere mens voor de ander iets heiligs zij, staat Prakke echt op het lijf geschreven.

POSTPRAKIAANSE COMMUNICATIEWETENSCHAP

Nu het voorzetsel 'post' in het kader van het postmodernisme zoveel opgeld doet, ligt de gedachte van een 'postpraktiaanse' communicatiewetenschap voor de hand. - Prakke zelf ziet trouwens geen probleem in woordspelingen met zijn naam van het type 'Prakkezaties' en 'Prakkezeren'. - In de twee decennia die we zijn verwijderd van Prakke's afscheid van zijn leerstoel in Münster, is zijn naam niet weg te denken uit de vakliteratuur. Het citaat dat als motto boven deze bijdrage staat, is er slechts één uit honderden. Het is de eerste zin van een paragraaf uit de *Inleiding tot de wetenschappelijke studie van de massacommunicatie* van prof. Dr. G. Fauconnier, die steeds (kritische) aandacht is blijven vragen voor Prakke's bijdrage tot de communicatiewetenschappelijke theorievorming.

Wie zich probeert te herinneren dat het 'revolutiejaar' 1968 ook een zekere ceusuur in de wetenschapsbeoefening inluidde, zal beseffen dat kritiek op Prakkes functionele publicistiek niet zomaar uit de lucht is komen vallen. Van negeren is echter geen sprake, en juist deze omstandigheid duidt op erkenning van de

intrinsieke waarde van Prakkes pleidooi voor een paradigmawisseling. Zo schrijft Fauconnier tot slot van zijn drie pagina's tellende, zorgvuldig geformuleerde betoog uit 1974 over de functionele theorie het volgende: 'Henk Prakkes beschouwingen over het betrokken-zijn van de categorieën "Information", "Kommentar" en "Unterhaltung" in de correlatie tussen de intentie van de communicator en de verwachtingen van de ontvanger, zijn bijzonder interessant omdat zij opgebouwd zijn uit de studie van het communicatiegebeuren, uit de essentie van het communicatieproces. Globaal beschouwd ook is zijn analyse van het massacommunicatie-gebeuren, van de daarin liggende dynamiek en functionaliteit ongetwijfeld een merkwaardige bijdrage tot de studie van het massacommunicatieproces, en als dusdanig kan er weinig kritiek op worden uitgebracht. Persoonlijk lijkt ons zijn 'functionele' aanpak van het communicatieproces als voorwerp van studie ook de juiste. Maar ten aanzien van het onderzoek van de mogelijke functies van de massacommunicatie en meer in het bijzonder van de systematiek, biedt hij naar onze mening weinig houvast. Ergens moet men in het samenspel van krachten en variabelen in het communicatieproces een reeks factoren constant houden, wil men tot een theoretisch aanvaardbare en in de praktijk tevens bruikbare categorisering overgaan van de functies van de massacommunicatie.'

Inmiddels heeft de uses-and-gratifications-benadering onmiskenbaar verheldering gebracht in dezelfde problematiek en aangezet tot (hernieuwd) empirisch onderzoek. Een doorbraak in kennis over en inzicht in de actieve rol van de ontvanger in het communicatieproces is echter uitgebleven. Dit gegeven kan aanleiding zijn tot een bezinning op het werk van de klassieke auteurs op dit gebied, en dan zal men hoe dan ook Prakke niet ongelezen kunnen laten.

ERASMIAANSE GEEST

'O zoete herinneringen aan Leuven!' Met deze zinsnede in de slotpassage van het genoemde woord vooraf beklemtoonde Prakke in 1982 de wenselijkheid en de noodzaak van de beoefening van de communicatiewetenschap over de grenzen van Noord en Zuid heen. Het zal hem goed doen, dat de studenten, dankzij het Erasmusprogramma van de Europese Commissie, in toenemend aantal kennis kunnen nemen van de wijze waarop communicatiewetenschap in het andere deel van de Nederlanden wordt gedoceerd en beoefend. Als dit grensoverschrijdende verkeer ook leidt tot een bevordering van wederzijds begrip en tot een grotere verspreiding van de Prakke zo typerende Erasmiaanse geest, dan zal deze leermeester-in-optima-forma zijn werk ten dienste van de jong volwassenen beloond weten.

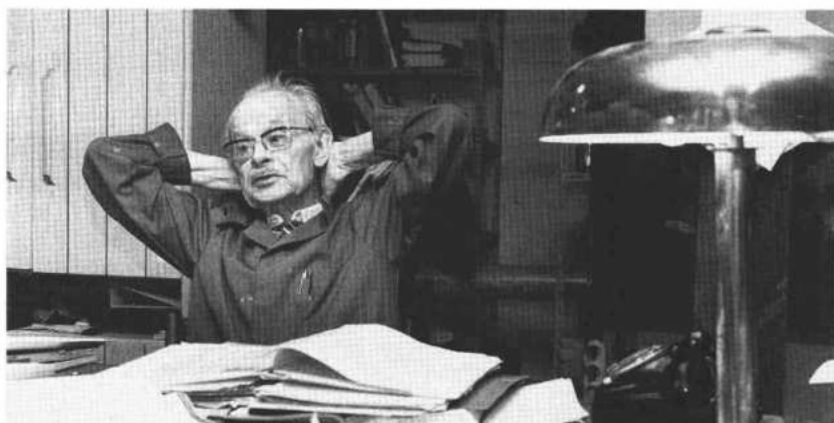
Dat hem nog een goede tijd gegeven mag zijn!

in memoriam: willy claeys

guido fauconnier

De Belgische reclamewereld is zijn 'éminence grise' kwijt. Op 18 februari jl. overleed Willy Claeys. Hij werd geboren op 12 juni 1904 te Maldegem. In 1926 begon hij zijn loopbaan in de reclamewereld, toen hij de reclameafdeling van Het Laatste Nieuws op gang trok. Later zou hij de leiding waarnemen van enkele reclamebureaus en er in 1935 ook zelf een oprichten. Geleidelijk aan zou hij grote bekendheid verwerven als specialist in audience-onderzoek. Als geen andere kende hij de kwantitatieve en kwalitatieve kenmerken van de vele lezerspublieken die hij bestudeerde met eigen researchmethoden. Weldra werd hij door zowat de hele Belgische mediawereld geconsulteerd, wanneer beleidsgericht onderzoek moest worden opgezet. Zijn grondige mediakennis liet hem in 1981 toe op een zeer preciese manier te voorspellen welke - 9 jaren later - de gevolgen zouden zijn van de invoering van commerciële televisie op Vlaamse dagen weekbladen. Willy Claeys was ook nauw betrokken bij de oprichting in 1971 van het Centrum voor Informatie over de Media (CIM), en tot 1985 zou hij als top-expert de wetenschappelijke controle voeren over de verzameling en verwerking van de CIM-gegevens.

Wij hebben hem persoonlijk leren kennen als een buitengewoon intelligente, levenslustige, taaie en minzame man. Vele van onze oud-studenten mochten gebruik maken van zijn deskundige hulp bij het voorbereiden van hun eindverhandeling; zij kregen van hem vaak quasi onvindbare en soms ook vertrouwelijke cijfers. Hij had duidelijk een zwak voor studerende jongelui. Vanuit onze universiteit en ons departement brengen wij Willy Claeys postuum een eresaluut. Wij bewaren van hem een mooie herinnering, want hij was, ook zonder wetenschappelijke titels en onderscheidingen, een bijzonder grote meneer in de mediakunde.



(‘Archief Het Belang van Limburg, Foto Jos Gijssels’)

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

GERDA CAMMAER

PASCALE MILO

EN

WIM VAN DER BIESEN

Op dinsdag 28/11/1989 stond in de BRITSE PERS een nieuwe GEDRAGSCODE te lezen. Deze werd door de hoofdredacteuren van de betrokken kranten uitgewerkt als een reactie tegen de groeiende kritiek op de pers. Ingrediënten zijn het respect voor de privacy, het recht op antwoord, een pleidooi voor een open (en geen slinkse) manier om nieuws te vergaren, het verbieden van betalingen aan criminelen voor hun sensationeel (levens-)verhaal, het verbieden van onnodige verwijzingen naar ras of religie en het aanstellen van een ombudsman die de naleving van dit alles moet controleren. De Britse pers was hoognodig aan zo'n gedragscode toe. Vooral door de populaire kranten werd vaak tegen deze "vanzelfsprekendheden" gezondigd. Onder impuls van het succesblad "The Sun" van R. MURDOCH besteedden zij gaandeweg meer aandacht aan het menselijke en/of sensationele, dan aan het harde binnenlandse, buitenlandse of economische nieuws. Omdat de Persraad ondanks de vele incidenten onvoldoende optrad, had het parlement al een poging ondernomen om de media aan banden te leggen. Uit vrees voor een dergelijke politieke inmenging is nu dus door de perswereld zelf een gedragscode uitgewerkt. Het is nu aan de kranten om aan de verleiding te weerstaan om toch "riooljournalistiek" te blijven aanbieden, omdat het publiek dat nu eenmaal koopt. Tenslotte kan bij debatten over de vrije meningsuiting de steun van het publiek moeilijk gemist worden.

*

Eind november 1989 zette PVV-Voorzitter VERHOFSTADT in een persconferentie de visie van zijn partij op het mediabeleid uiteen. Op termijn ziet de PVV ALLEEN nog PARTICULIERE omroepen in Vlaanderen. 'Opdrachten met een openbaar karakter kunnen aan deze omroepen worden uitbesteed', aldus Verhofstadt. Overigens vinden de liberalen dat de BRT té veel middelen krijgt.

*

Met volgend jaar 15.000 afspeelapparaten in de Belgische huiskamers en zowat 75.000 platen op de boekenplank begint definitief DE OPMARS VAN DE CD-VIDEO. Het gaat hierbij om een nieuwe toepassing van de reeds populaire audiocompact disc met digitale informatie. De platen bevatten naast een geluidssignaal ook een beeld dat simultaan op een gewoon televisietoestel bekeken kan worden. De videoplaatjes zijn goudkleurig (i.p.v. zilver) en bestaan in drie formaten: 12, 20 en 30 cm. diameter, voor respectievelijk 6, 20 en 60 minuten klank en beeld aan één zijde. De platen van 20 en 30 cm. zijn dubbelzijdig afspeelbaar, zodat de maximale speelduur twee uur bedraagt. Het afspeelapparaat, een "combi-player", ziet eruit als een CD-speler (met een grotere lade) en gebruikt hetzelfde afleessysteem met een laserstraal. Het apparaat wordt aangesloten op een televisietoestel of monitor om de beeldinformatie (gewone videobeelden) te kunnen bekijken. Hoewel het nieuwe medium zich uitstekend leent voor clips en ontspanningsmuziek, hebben de platenhuizen ook ambities op het gebied van klassieke muziek. Vooral opnamen van opera's en balletten komen in aanmerking. Gewone concerten lenen zich minder voor een CD-video-versie, aangezien het visualiseren van een concert een moeilijke opgave blijft en de consument vermoedelijk niet telkens dezelfde beeldreportage van een concert wil bekijken. Bovendien vertonen de huidige concertopnamen nogal eens balansproblemen: de klank van de in close-up getoonde instrumentalist is vaak niet te horen via de luidsprekers. In verband met deze problemen denkt men er ook aan om stemmingsbeelden, die in feite niets met de muziek te maken hebben, op de CD-video te zetten, of zelfs een soort "klassieke clips" te maken. Met de CD-video mikt men dan ook duidelijk op een ruimer publiek dan de traditionele klassieke muziek-liefhebber.

*

Begin december 1989 nam prof. Els DE

BENS ontslag als lid van het Comité van Experts van de VLAAMSE MEDIARAAD. Reeds geruime tijd uitte zij kritiek op de werking en de belangenvermenging in het expertencomité: 'Indien de experts zich niet kunnen losmaken van hun achterban en hun deskundigheid ruilen voor dienstbetoon, dan zal de dialoog over het media-beleid wegzinken in touwtrekkerij', aldus De Bens.

*

De Raad van Bestuur van VTM benoemde Leo NEELS, met ingang van 1 januari 1990, tot directeur-generaal van VTM. Neels was raadsman van VTM en is gespecialiseerd in auteurs- en mediarecht. Hij volgt Carlo GEPTS op, die op 1 december 1989 uit zijn functie werd ontslagen wegens 'conflicten over het beleid van de televisiezender'. Intussen onderzoekt Gepts in opdracht van TF1 de mogelijkheden voor een nieuw station op de Nederlandse markt.

*

De NEDERLANDSE OPINIEWEEKBLADEN blijven achteruitgaan. De laatste vijf jaar verloren ze 25% van hun oplage, en hun inkomsten uit advertenties daalden nog meer. Toch zijn de plannen van De Tijd (37.000 ex.) en van de Haagse Post (25.000 ex.) om te fusioneren afgesprongen. Intussen hebben de meeste opinieweekbladen hun inhoud aangepast aan het publiek (minder opiniërende artikelen en probleemreportages) en meer afgestemd op de wensen van de adverteerders. De voornaamste reden van de achteruitgang van de Nederlandse opiniepers ligt bij de uitstekende weekeindbijlagen van kwaliteitskranten als het NRC-Handelsblad en de Volkskrant. Men vermoedt dat de problemen van sommige weekbladen nog zullen vergroten als de NRC met haar geplande wekelijkse kleurenbijlage op de markt zal komen.

*

Begin januari 1990 werd Guy DUPLAT benoemd tot HOOFDREDACTEUR van LE SOIR. Volgens de journalisten van Le Soir is deze benoeming 'in overeenstemming met hun wil om de onafhankelijkheid van hun krant te vrijwaren'. De vorige hoofdredacteur, Yvon Toussaint, nam op 14 november 1989 ontslag uit protest tegen het akkoord dat gesloten werd tussen de meerderheidsaandeelhouders (groep ROSSEL) en de Franse mediamagnaat Robert Hersant, die 40 % van de aandelen bezit.

*

Ondanks het akkoord van de Nederlandse Ministerraad over de wijziging van de MEDIAWET die commerciële televisie mogelijk maakt, staakte de Nederlandse, commerciële zender TV 10 op 6 januari 1990 alle activiteiten. Fusiesprekken met TF 1, NBC, Tros en de uitgeverijen VNU en Elsevier leverden geen resultaten op, zodat de kans dat de zender werkelijk zou gaan uitzenden, wel erg klein was geworden. Intussen sloot Joop van den Ende een contract met RTL-VERONIQUE voor de levering van zijn Nederlandstalige amusementsprogramma's.

*

In de loop van 1989 KWAMEN in totaal 58 JOURNALISTEN OM, waaronder twee landgenoten: Stéphane Steinier van La Nouvelle Gazette en Danny Huwé, verslaggever van VTM, die tijdens de kerstnacht in Boekarest werd neergeschoten. De meeste journalisten werden omgebracht in Latijns-Amerika. De INTERNATIONALE FEDERATIE VAN JOURNALISTEN (IFJ) vindt dat aantal onaanvaardbaar hoog en lanceert een oproep tot internationale ACTIE en een programma voor meer veiligheid voor persmensen. Men zal trachten de leden van de IFJ bewust te maken van de risico's die ze lopen. Er zal een handboek verschijnen met informatie over hulporganisaties en andere instanties die de journalisten kunnen bijstaan als het te gevaarlijk wordt. Het probleem

van de veiligheid van de persmensen zal bovendien aan de orde gesteld worden op congressen van de Verenigde Naties en van de Internationale Arbeidsorganisatie. IFJ-voorzitster M. Doornaert verklaarde dat een absolute veiligheid in dit beroep nooit gegarandeerd kan worden, maar dat de risico's wel beperkt moeten worden. Ze beschouwt het feit dat een journalist wordt gedood, niet alleen als een persoonlijk drama, maar tevens als een aanval op de vrije meningsuiting, de persvrijheid en de democratie.

*

In Italië heerst grote bezorgdheid over de toenemende mediaCONCENTRATIE nu Silvio BERLUSCONI zijn rivaal Carlo DE BENEDETTI heeft verslagen in de strijd om het uitgeversbedrijf MONDADORI. Berlusconi controleert naast drie tv-zenders nu ook een aanzienlijk deel van de pers, waaronder de gezaghebbende krant La Repubblica. Scalfari, stichter van deze krant, verwierp alvast het gezag van Berlusconi en ondendam intussen stappen voor de oprichting van een nieuwe krant, l'Indipendente. De regering van haar kant heeft een ontwerp klaar waardoor een grens aan de concentratie zou worden gesteld.

*

Sinds 28 januari 1990 komt de jonge Britse kwaliteitskrant The Independent ook met een zondagskrant op de markt: THE INDEPENDENT ON SUNDAY. Het blad verschilt nogal met de andere Britse zondagskranten. De openingskatem met nieuws en sport, die op gewoon krantenformaat verschijnt, bevat twee katemen op tabloid-formaat. De eerste (Business on Sunday) brengt hoofdzakelijk economisch en financieel nieuws, terwijl de tweede (The Sunday Review), die in kleur verschijnt, is afgestemd op cultuur en ontspanning.

*

Op 1 februari 1990 werd het eerste VTM-jaar met SUCCES afgesloten. Dit moest blijken uit het jaaroverzicht van de VTM-studiedienst, waarin werd aangetoond dat het vooropgestelde marktaandeel van 20% met ruim 10% werd overschreden. In opdracht van VTM werd door Marketing Unit een onderzoek uitgevoerd naar het profiel van de doorsnee VTM-kijker. Uit dit onderzoek bleek dat het profiel overeen komt met dat van de Vlaamse bevolking. Hiermee reageerde VTM op een onderzoek naar de kijkdichtheid van de VTM-reclameblokken, uitgevoerd door Media Team, waaruit bleek dat VTM minder aantrekkelijk is voor alleenstaanden, jongeren tussen 15 en 24 jaar, mannen, Antwerpenaars, Brusselaars en hogere sociale groepen.

Alhoewel VTM zich niet wil inlaten met politiek, liet zij toch een enquête houden over de politieke gezindheid van haar kijkers. Uit de resultaten bleek dat vooral CVP- en SP-gezinden op VTM afstemmen, terwijl de groenen en de VU-aanhangers de zender links laten liggen. De liberalen behoren tot de middelmaat.

*

Ook in PORTUGAL werd het licht op groen gezet voor nationale, PRIVATE TELEVISIE. Premier Silva maakte begin februari bekend dat twee nieuwe televisieverenigingen een vergunning zullen krijgen, wat het einde betekent van het omroepmonopolie van de openbare televisie, RTP. Sinds het doorbreken van het publieke televisie-monopolie in SPANJE deze zomer, zijn al twee van de drie mediagroepen die een licentie verwierven voor de uitbating van een nationale, PRIVATE TELEVISIE, gestart met uitzenden. ANTENA 3 was voor het eerst te zien op 25 januari, terwijl TELECINCO startte op 3 maart. De derde licentiehouder, de betaalomroep CANAL PLUS, kampt nog met moeilijkheden en vroeg de regering om uitstel.

*

Onder de titel FEELING verscheen op 1

februari 1990 het eerste nummer van een nieuw Vlaams vrouwenblad. Het wordt uitgegeven door de TUM (Tijdschriftenuitgeversmaatschappij) en is een zusterblad van Flair. In feite richt het zich naar de iets oudere vrouw die Flair "ontgroeid" is, een "behoorlijke opleiding genoot, getrouwd is en kinderen heeft, veelal deeltijds werkt en beïnvloed is door het rollenpatroon van de jaren zestig en zeventig". Feeling is een "lifestyleblad", dat om de veertien dagen verschijnt en een startoplage had van 85.000 exemplaren.

*

Begin februari probeerde het Vlaamse weekblad HUMO een plaatsje te veroveren op de NEDERLANDSE MARKT. Het stootte daarbij echter op zwaar verzet van de Nederlandse omroepbladen, die hun monopolie inzake informatie over tv-programma's bedreigd zagen. In het verzuilde Nederlandse omroepstelsel draait alles immers rond het aantal leden (of het aantal abonnementen op de omroepgids) van een omroepvereniging. Er werd zelfs mee gedreigd de Vlaamse media geen informatie over tv-programma's meer door te spelen. Hoofdredacteur G. Mortier van HUMO vindt dat de Nederlanders ten onrechte bang zijn: HUMO zou immers in kleinere oplage en tegen een hogere prijs dan de omroepbladen op de Nederlandse markt komen.

*

De BERT LEYSENPRIJS voor televisie, die dit jaar was voorbehouden voor documentaire programma's, ging naar Panorama. De jury had vooral waardering voor 'de volgehouden inspanning van de programmamakers om in een aantrekkelijke televisievorm genuanceerde en verhelderende achtergrondinformatie aan te bieden over vaak controversiële thema's'.

*

De PRIJS van de TV-KRITIEK 1989 werd toegekend aan Lucas Vander Taelen 'we-

gens de volgehouden inspanning van deze reporter-filmer, om op een heel eigen, soms eigenzinnige manier de werkelijkheid in beelden te vangen'.

*

De KLOKKE ROELANDPRIJS voor het beste radioprogramma ging naar de documentaire *The Sound of Speed* van Flor Stein. Dit programma werd gelauwerd 'voor de aangrijpende manier waarop de programmamaker inpikt op de prangende actualiteit van de weekend-ongelukken met jongeren'.

*

De BRT ziet vanaf 1990 haar inkomsten stijgen. In overeenstemming met het Vlaamse regeerakkoord krijgt de BRT een vast percentage (51,5 %) van het KIJK- en LUISTERGELD, waardoor de dotatie voor 1990 met bijna 160 miljoen frank wordt verhoogd, wat neerkomt op 6,452 miljard frank. Bovendien keurde de Vlaamse regering op 28 februari 1990, ondanks het protest van de lokale radio's, een ontwerpdecreet goed waardoor RECLAME op de BRT-RADIO mogelijk wordt.

boek- besprekingen

European Association of Advertising Agencies,
Laws and Regulations on Advertising in Europe. (2 vol.),
Brussel, 1988.

'Laws and Regulations on Advertising in Europe' biedt een uitgebreid overzicht van de reclamereglementering in 21 Europese landen. Hierbij wordt telkens per land aangegeven wie er de voor reclame verantwoordelijke instanties zijn, en op welke wijze reclame er gereguleerd is; welke specifieke beperkingen er gelden voor reclame in de diverse media enerzijds en voor de verschillende productcategorieën anderzijds (goederen en diensten); en welke algemene beperkingen er van kracht zijn inzake kindgerichte reclame, politieke of religieuze reclame, vergelijkende reclame, loterijen, e.d.m.

Deze publikatie van de European Association of Advertising Agencies vormt dan ook een bijzonder nuttig referentiewerk voor allen die professioneel met reclame te maken hebben.

A.M.

H.A.J.M. LAMERS,
Handleiding voor PR- en reclameteksten.
Muiderberg, Coutinho, 1989, 190 blz.

'Handleiding voor PR- en reclameteksten' biedt een praktisch overzicht van de verschillende soorten teksten die het management kan hanteren ter benadering van haar markt-doelgroepen.

Na een inleidende situering van PR binnen de bedrijfskunde, worden achtereenvolgens de verschillende mogelijke instrumenten belicht. Binnen de journalistieke teksten maakt de auteur een onderscheid tussen informatieve (persbericht, krantenartikel, interview) en persuasieve teksten (flaptekst, folder en brochure, circulaire en direct mail, advertentie), waarbij deze zowel vanuit het oogpunt van opbouw, taalgebruik, opmaak,... worden bestudeerd. Vervolgens wordt aandacht besteed aan bladen voor PR en voorlichting (huisorgaan, personeelsblad). Tenslotte komen audiovisuele presentatie en speeches aan bod.

Een uitgebreide illustratie van de inhoud met concrete voorbeelden en een heldere opbouw van de tekst dragen bij tot de praktische waarde van deze handleiding.

A.M.

Jean-Louis FERRY,
Le Guide du Marketing Direct.
Parijs, les Editions d'Organisation, 1987. 240 blz.

'Le Guide du Marketing Direct' is in de eerste plaats een praktijkgericht werk. In de opeenvolgende hoofdstukken wordt telkens één aspect van D.M.

belicht, waarbij de doorgaans veeleer beknopte theoretische uiteenzetting uitvoerig gestoffeerd wordt met tips, illustraties en case-studies (die vaak wel uitdrukkelijk afgestemd zijn op de Franse markt). Tevens wordt telkens een specialist uit de praktijk over het onderwerp aan het woord gelaten. Achtereenvolgens komen volgende thema's aan bod: de economische betekenis van D.M., actieveld van D.M. en gebruiksmogelijkheden, de band produkt - D.M., gegevensbanken, mediagebruik bij D.M., communicatie en D.M., logistiek, en tenslotte financiële aspecten. Het geheel wordt besloten met een 12-tal voorbeelden uit de praktijk.

A.M.

X,
Muzikanten en hun publiek. Popjournalistiek tussen aanpassing en kritiek. Avant-garde en punk in de popmuziek.

Populaire Muziek Studies nr. 1, 2 en 3.

Arnhem, The International Association for the Study of Popular Music, Benelux.

De Benelux-afdeling van de IASPM publiceert een reeks Populaire Muziek Studies. Tot nog toe gaat het alleen nog maar om verslagen van studiebijeenkomsten, die de afdeling geregeld organiseert.

Nummer één is het verslag van de studiemiddag over "Muzikanten en hun publiek", waarop drie studies zijn voorgesteld en vergeleken: een over straatmuzikanten in Amsterdam, een over levende muziek in Amsterdamse café's en een over Gelderse popmuzikanten.

Nummer twee is een verslag van een studiemiddag, ditmaal gewijd aan de "Popjournalistiek tussen aanpassing en kritiek". Aan de studiemiddag namen ook voornamelijk popjournalisten deel, die vaak vanuit hun eigen praktijk de zaak overschouwen.

Nummer drie is dan weer puur theoretisch en handelt over "Avant-garde en punk in de popmuziek". Vooral de bijdrage van P.L. Van Elderen is meer dan lezenswaardig. Het is zijn stelling dat de notie avant-garde dienst doet voor de critici om hun eigen plaats in de muziekindustrie te legitimeren.

Deze reeks Populaire Muziek Studies, waarin bijvoorbeeld zowel voor de makers van de muziek als hun publiek en de critici, maar ook voor de muzikale boodschap ruimte wordt geschapen, beantwoordt duidelijk aan een behoefte en is verplichte lectuur voor wie interesse heeft voor populaire muziek.

G.D.M.

Peter NIKKEN,

Mag de TV aan? Project Kinderkast.

Amersfoort/Leuven, Acco, 1989.

De titel die deze set van vier boekjes over televisie en kinderen heeft meegekregen (Mag de TV aan?), verraaft al een zorgelijke bekommernis van opvoeders en ouders. De eindconclusie is: de televisie mag uiteindelijk blijven, maar moet wel zijn plaats kennen. Er zitten ook praktijkvoorbeelden in de map, aanzetten voor 'lessen' televisie kijken, en een opzet voor een ouderavond.

G.D.M.

Nancy SIGNORIELLI, Michael MORGAN,
Cultivation analysis. New directions in media effect research.

Newbury Park, Sage, 1990, 266 blz.

George Gerbners culturele indicatoren onderzoek weet nu al meer dan 20 jaar onderzoekers te boeien. 'Cultivation analysis. New directions in media effect research' is geconcentreerd op één aspect, namelijk de cultivatie-analyse. In zijn eenvoudigste formulering gedefinieerd komt die neer op een zoektocht naar verschillen tussen lichte en zware tv-kijkers en hun respectieve opvattingen over de sociale realiteit. De theorie heeft tot felle polemieken aanleiding gegeven, maar weet toch altijd opnieuw onderzoek te stimuleren. In recente jaren is dat gegaan in de richting van andere territoria dan de USA (Groot-Brittannië of Zweden, bijvoorbeeld) specifieke publieksgroepen (vrouwen of subculturen, bijvoorbeeld) en de aanwending van nieuwe media (videorecorders, bijvoorbeeld). In het voorliggende boek zijn deze recente verschuivingen opgenomen. Gerbner zelf belijft in een nawoord nog eens zijn geloof in zijn onderzoek, dat, hoe dan ook, een van de voornaamste onderzoeksparadigma's is in het hedendaags massacommunicatie-onderzoek.

G.D.M.

Hans-Georg SOEFFNER (Ed.),
Kultur und Alltag.

Göttingen, Otto Schwartz und Co, 1988, 459 blz.

De jongste jaren bereiken ons uit het Duitse taalgebied bijdragen aan de studie van populaire cultuur, die veel doen denken aan de Amerikaanse readers, althans wat veelzijdigheid van thematiek betreft. De Duitse bijdragen ogen wel wat grondiger. Degelijk én veelzijdig is Sonderband 6 van het tijdschrift *Sociale Welt*, dat handelt over alledaagscultuur. Het bevat zowel theoretisch interessante artikels (zo onder meer een indeling van de Bondsrepubliek in levensstijlen à la Bourdieu), als historische bijdragen (zo onder meer over de adellijke hoffelijkheid, zondvloedprognoses). Maar minstens even boeiend om lezen zijn de bijdragen onder de hoofding 'pragmatiek van de alledaagscultuur' (kleine private

advertenties, doe-het-zelf-cultuur, geven voor een goed doel, huisdieren als communicatiepartners...) en onder de hoofding 'verschijningsvormen van alledaagse cultuur' (autoklevers, georganiseerde eendagsuitstapen naar dancings...).

G.D.M.

Sanford KAYE,

Writing under pressure. The quick writing process.

New York, Oxford University Press, 1989, 190 blz.

Kaye gaat ervan uit dat schrijven meestal onder druk gebeurt, maar dat, desondanks, goed werk kan worden geleverd - op voorwaarde dat de taak systematisch wordt opgevat en de beschikbare tijd op zinvolle wijze wordt verdeeld over de diverse stadia in het schrijfproces. Hij noemt zijn systeem "Quick Writing Process". Aan de hand van een voorbeeld doorloopt hij alle fasen in dat QWP.

Daarnaast komt ook het schrijven in meer specifieke situaties aan bod: het beantwoorden van examenvragen, het schrijven van research papers, schrijven in de zaken- en de politieke wereld - telkens aan de hand van voorbeelden.

O.l. kan dit boek vooral verhelderend en motiverend werken voor wie weinig schrijffervaring heeft en/of zelden plezier beleeft bij het schrijven.

M.J.D.R.

Johannes Ndesihala AMUPALA,

Developmental radio broadcasting in Namibia and Tanzania: a comparative study.

University of Tampere (Finland), Department of Journalism and Mass Communication, 1989, serie B (27), 119 blz.

Het gebruik van radio als hulpmiddel voor ontwikkeling heeft in het recente internationale communicatiedebat al meermaals ter discussie gestaan. J.N. AMUPALA wil met zijn Master's Thesis een steentje bijdragen tot het onderzoek naar het gebruik van het medium radio als hulpmiddel bij het realiseren van sociale veranderingen en nationale ontwikkeling in uiteenlopende socio-politieke en ideologische omstandigheden. Hij gaat op zoek naar gelijkenissen en verschillen in de programmering en programma-inhouden tussen de radiostations van het toen nog koloniale Namibië en het reeds vrijgevochten Tanzania. Hiervoor onderzocht hij het radioprogramma-aanbod van drie volledige dagen van The South West African Broadcasting Corporation (SWABC) en van Radio Tanzania Dar es Salaam (RT).

Na een korte inleiding in het ontwikkelingsdenken en de verschillende invalshoeken, bespreekt hij uitvoerig de resultaten van zijn kwantitatieve en kwa-

litatieve analyse. Hij komt tot twee belangrijke conclusies. Ten eerste blijkt dat radio in het algemeen wel degelijk wordt gebruikt als medium om ontwikkeling te promoten, zij het dan alleen volgens de in het land geldende ontwikkelingsideologie, namelijk de koloniale racistische ontwikkelingsfilosofie in Namibië of het socialistisch geïntereerde ontwikkelingsdenken in het onafhankelijke Tanzania. Ten tweede toont hij aan dat men dit resultaat niet kan bekomen met een kwantitatief onderzoek alleen. Bovenstaande conclusie is niet af te leiden uit de programmavormen, de dagschema's voor de programma's, de training van het personeel of de produktietechnieken, noch uit het louter kwantitatief analyseren van de programmatie, d.w.z. het uitsluitend tellen van welke programmacategorieën aan bod komen en hoeveel tijd ze in beslag nemen. Op dit niveau zijn de twee radiostations grotendeels gelijk.

De verschillen komen maar tot uiting als men naast deze kwantitatieve methode ook een kwalitatieve methode gebruikt, namelijk als men op de programma's een tekstanalyse doorvoert. Zo spoorde J.N. AMUPALA met behulp van een lijstje sleutelwoorden op hoe de omroepen staan ten opzichte van ontwikkeling, en besteedde daarbij extra aandacht aan het nieuws. Ook ging hij na welke soort muziek bij de radiostations de voorkeur kreeg, westerse of traditionele. Hieruit leidt hij af dat Radio Owambo racisme en etniciteit propageert, weinig aandacht besteedt aan landbouwproductiviteit en gericht is op het westen, zowel inzake muziek als wat betreft economisch denken. Radio Tanzania legt eerder de klemtoon op de idee van nationale eenheid, promoot het nationale beleidsprincipe van de "self-reliance" en speelt alleen plaatselijke en Afrikaanse muziek. Om dus "developmental radio-broadcasting" te bestuderen pakt men het best zowel kwantitatief als kwalitatief aan.

Dit werk past helemaal in het huidige denkpatroon inzake communicatie en ontwikkeling, waarin men steeds meer aandacht heeft voor de culturele kant van het probleem. "Developmental Radio Broadcasting in Namibia and Tanzania: a comparative study" is een van de weinige concrete onderzoeken die zich toeleggen op omroepen in Afrika. J.N. AMUPALA draagt op deze wijze bij om de nood aan case-studies van omroepen in de derde wereld te lenigen. In dit opzicht is dit dan ook een nuttig werk voor al wie zich met communicatie in ontwikkelingslanden bezighoudt, al was het maar om te lezen hoe de schrijver zijn onderzoek concreet heeft aangepakt, welke methoden hij heeft toegepast en waarom.

G.C.

Kaarle NORDENSTRENG & Wolfgang KLEIN-WACHTER (eds.),

Human rights, communication and culture.

University of Tampere (Finland), Department of Journalism and Mass Communication, 1989, serie B (28), 111 blz.

'Human rights, communication and culture' bevat de papers die werden voorgesteld op het tweede seminarie rond "confidence-building in the non-military field", dat werd georganiseerd door de Karl Marx Universiteit van Leipzig (D.D.R.) in samenwerking met de Universiteit van Tampere (Finland) op 30/11 en 1/12/1988. Dit tweede seminarie, en dus ook dit boek, draait vooral rond UNESCO en "The World Decade on Cultural Development". Uitgaande van de algemene problematiek rond mensenrechten en ontwikkeling, heeft men aandacht voor twee domeinen waar het grensoverschrijdend effect een zeer grote rol speelt, met name cultuur en communicatie. Men heeft hierbij enerzijds te maken met het bewaren en ontwikkelen van een eigen nationale en culturele identiteit, anderzijds is er de voortdurende interactie met de identiteit van andere landen, zij het vooral buurlanden. Dit alles leidde tot een internationale uitwisseling, die voor W.O.II nauwelijks denkbaar was.

De bijdragen in dit boek draaien rond deze ontwikkelingen. Aan bod komen: de internationale samenwerking op het vlak van de mensenrechten als een kwestie van vertrouwen scheppen en de versteviging van de internationale veiligheid, de vestiging en versteviging van de mensenrechten in "Oost" en "West", het ontstaan van het artikel 19 van de U.V.R.M., het recht om te communiceren als UNESCO-slogan, culturele rechten en de internationale culturele samenwerking en intra-groep voorwaarden in verband met vijandbeelden.

Dit boek komt in zijn geheel wat verwarrend over. Het is een samenbundeling van uiteenlopende bijdragen en dat maakt het voor de lezer moeilijk om er een zekere lijn in terug te vinden en er de essentie uit te halen, temeer daar een overkoepelende inleiding en besluit ontbreken. Niettemin vraagt dit boekje terecht aandacht voor de nauwe band tussen mensenrechten, cultuur en communicatie. Het speelt daarmee handig in op de huidige internationale belangstelling voor deze thematiek.

G.C.

Hans ROSEBOOM & René STEGERHOEK m.m.v. Jorien BAKX,

Voorlichting aan migranten, het kiezen van methoden en middelen.

Culemborg, Lemma, 1989, 119 blz.

Voorlichting aan migranten houdt heel wat meer in dan het letterlijk laten vertalen van een Nederlands-

talige folder. Het Bureau Voorlichting Gezondheidszorg Buitenlanders en het Nederlands Centrum Buitenlanders bieden voorlichters van migranten hulp bij het kiezen van methoden en middelen voor hun voorlichtingsactiviteiten. Hun ervaringen hebben ze nu neergepend in een praktische handleiding voor al wie dagelijks met migranten bezig is.

In elf beknopte hoofdstukjes wordt de lezer stap voor stap wegwijs gemaakt in de manier waarop men een voorlichtingscampagne opzet. In eenvoudige begrippen wordt uitgelegd wat het belang is van migrantenvoorlichting, hoe men kan opsporen welke problemen bij migranten leven en welke daarvan in aanmerking komen voor een informatiecampagne, hoe men doelstellingen formuleert, de inhoud van de campagne opbouwt en daarbij etnocentrisme moet/kan vermijden, welke methoden aangewezen zijn voor individuele, groeps- en/of massamediale voorlichting, het gebruik van audiotieve, visuele en audiovisuele middelen en hoe men aan de nodige financiën geraakt. Tot slot wordt het belang benadrukt van een afsluitende evaluatie en wijst men op het nut van een checklist om systematisch te (blijven) werken. In een reeks bijlagen krijgt men nog enkele korte lijstjes tips aangeboden, die er voor zorgen dat de lezer meteen aan de slag kan: tips voor het schrijven van een folder, het maken van een vertaling, het inspreken van een boodschap op cassette, het werken met een tolk, aandachtspunten bij het gebruik van audiovisuele middelen, literatuursuggesties en nuttige adressen.

'Voorlichting aan migranten' wil een praktische leidraad zijn voor al wie zich inlaat met het overbrengen van informatie bij migranten, die hen in staat moet stellen zich in onze maatschappij te integreren. Het is geschreven voor een zeer breed publiek en verlangt van de lezer geen enkele voorkennis gezien het duidelijke taalgebruik en het gebrek aan getheoretiseer, zoals het volgens het boekje zelf een goede voorlichting betaamt. De erg didactisch gerichte aanpak maakt het werkje zelfs bruikbaar voor het opleiden van mensen die zich voor de migranten (willen) inzetten, maar dan wel alleen in Nederland: het boekje is immers louter op de Nederlandse situatie gericht. De Vlaamse lezer kan wel leren uit de manier van aanpakken die er in wordt aangeprezen, maar voor praktische tips als adressen en financiering b.v. zal die ergens anders zijn licht moeten opsteken.

G.C.

UNESCO,

World Communication Report.

Paris, Unesco, 1989, 551 blz.

In 1980 startte de Unesco met het IPDC of International Programme for the Development of Commu-

nication. Een van de eerste doelstellingen van dit programma was het opstellen van een algemeen rapport over communicatie in de wereld, bedoeld voor al wie te maken heeft met communicatie. 'World Communication Report' biedt up-to-date informatie bruikbaar zowel voor onderzoek als voor beleid, met bijzondere aandacht voor de specifieke kenmerken van verschillende landen en streken op het vlak van de communicatie.

Dit basisdocument hoort thuis in het boekenrek, of nog beter binnen handbereik, van elkeen die bezig is met communicatie zowel op beleids- als onderzoeksvlak, individueel of institutioneel, elkeen die zich inlaat met communicatie en ontwikkelingsplanning, communicatiemanagers, onderwijspersoneel, studenten en wetenschappers. Dit naslagwerk over communicatie in de wereld is een must voor organisaties, bibliotheken en documentatiecentra die iets met communicatie te maken hebben.

Het is belangrijk te weten dat in dit werk het begrip "communicatie" is opgevat in een beperkte betekenis. Er wordt voorrang gegeven aan het domein van de massacommunicatie of massamedia, hetgeen eveneens centraal staat in het IPDC, met inbegrip van de telecommunicatie en informatietechnologie, omdat deze laatsten recent enorm aan belang hebben gewonnen.

Het World Communication Report is samengesteld uit negen hoofdstukken. De eerste zeven zijn beschrijvend, de laatste twee zijn informatief opsommend.

De thema's die in het beschrijvend deel aan bod komen, behandelen enkele fundamentele topics in verband met de ontwikkeling van communicatie: technische coöperatie, communicatietechnologie, economische en industrieële organisatie, tewerkstelling en opleiding, informatiestromen, wettelijke en regulatieve aspecten en nieuwe of alternatieve benaderingen van communicatie (experimentele projecten, vrouwen programma's en media-opvoeding). Hierbij kan opgemerkt worden dat het rapport op twee manieren aandacht heeft voor vrouwen. In de eerste plaats wordt "het vrouw zijn" behandeld in elk hoofdstuk afzonderlijk als een onafhankelijke variabele (b.v. in relatie tot tewerkstelling en opleiding in de communicatiesector). Ten tweede komen de vrouwen aan bod in het hogergenoemde specifieke hoofdstukje, waarin de verschillende acties, programma's en organisaties worden besproken die bestaan dankzij, met, door of ten behoeve van vrouwen. Als een rode draad doorheen de zeven eerste hoofdstukken loopt eveneens de voortdurende aandacht voor het regionale aspect, hetgeen op een zodanige wijze wordt toegelicht dat vooral het unieke van regionale ontwikkelingen tot uitging komt.

Vanaf hoofdstuk acht is het rapport een echte communicatie-databank. Men vindt er gegevens zoals adressen, doelstellingen, activiteiten en leden van de belangrijkste communicatie-organisaties en -instituten, de internationale en regionale onderzoeksinstellingen en -organisaties (alfabetisch gerangschikt volgens continent), uitleg over het COMNET (een internationaal netwerk van documentatiecentra in verband met communicatie-onderzoek en -beleid) met een opsomming van de leden ervan, een uitgebreide lijst wetenschappelijke tijdschriften, boeken en bibliografieën en een bibliografie per onderwerp. Het afsluitend hoofdstuk negen is een 220 bladzijden tellende verzameling van statistische gegevens van over heel de wereld. Hierin werden lijsten en tabellen opgenomen omtrent gedrukte media, cinema, radio en televisie, post en telegraaf, telecommunicatie en nog enkele andere onderwerpen. Een mogelijk probleem is echter dat, omdat de Unesco deze gegevens heeft gekregen van plaatselijke organisaties, de cijfers niet altijd even correct (objectief) zijn, denken we b.v. maar aan de oplagecijfers van kranten en het feit of men krantentitels telt of redactioneel zelfstandige uitgaven. Uit de voetnoten kan men wel af en toe opmaken of het cijfer vermoedelijk over- dan wel onderschat is, omdat men daarin vermeldt wat het cijfer exact dekt.

Het feit op zich echter dat men al deze wetenswaardigheden verzameld heeft, maakt dat dit werk enig is in zijn soort. Dit huzarenstuk is een eerste geslaagde poging om een overzicht te geven van alle bestaande gegevens inzake communicatie, maar evenzeer van de hiaten in de informatieverzameling en -verspreiding over dit multidisciplinaire wetenschapsdomein. Op het einde van de inleiding meldt de Unesco dat ze uiterst dankbaar zou zijn als ze respons zou krijgen onder de vorm van commentaar, correcties en "up-datings" van hetgeen ze nu gepubliceerd heeft in haar World Communication Report. Misschien heeft ze zich al een nog vollediger versie van dit werk tot doel gesteld, hetgeen alleen maar aangemoedigd kan worden.

G.C.

J.V. VILANILAM,
Reporting a revolution. The Iranian Revolution and the NIICO Debate.

New Delhi, SAGE publications, 1989, 203 blz.

In "Reporting a revolution" gaat J.V. VILANILAM op zoek naar verschillen inzake presentatie en selectie van nieuws tussen de kranten van twee geografisch en cultureel erg uiteenlopende landen, India en de V.S.A. Door middel van een uitgebreide inhoudsanalyse onderzoekt de auteur hoe The Times of India en The New York Times verslag uitbrachten over de

Iraanse revolutie. De periode waarin deze revolutie plaatsgreep, viel samen met het debat over de New Information and Communication Order (NIICO), een reactie op het onevenwicht, de wanverhoudingen, de vertekeningen en andere gebreken van de internationale nieuwsstroom. Heel het werk werd dan ook geschreven in het kader van deze problematiek. De analyse van de auteur bewijst dat het buitenlandse beleid van het vaderland een grote invloed heeft op de wijze waarop de twee nationale kranten over de Iraanse revolutie berichtten. De onderwerpen die werden geselecteerd en gepresenteerd, en wat werd verzwegen, wat men beklemtoonde of hoe men de leiders van de revolutie beschreef en hoe dit rapporteergedrag van belang is in het NIICO debat zijn de onderwerpen die in dit boek worden behandeld. In zijn besluit benadrukt de auteur de noodzaak voor de massamedia, zowel in "ontwikkelde" als "ontwikkelings"-landen, om zich opnieuw onafhankelijker op te stellen tegenover alerhande manipulatoren en managers van nieuws, zowel op nationaal als internationaal niveau. Dit werk is als concrete gevalstudie een nuttige bijdrage tot het vaak erg abstracte NIICO debat. Het originele van dit werk zit hem in de relativering: door de pers van een (het) typisch eerste-wereld-land (de V.S.A.) te plaatsen tegenover de pers van een typisch derde-wereld-land komt men tot het besluit dat ze allebei beïnvloed worden.

G.C.

R. CARNEY,
Speaking the language of desire. The films of Carl Dreyer.
Cambridge University Press, 1989, 363 blz.

P. COWIE,
Coppola.
London, Deutsch, 1989, 270 blz.

Carney is in zijn werk over de films van de Deense cineast Dreyer één van diegenen die luidop zijn afkeer verkondigt van de theoretische complexiteit die zoveel filmstudies tegenwoordig kenmerkt. Vaststellend dat het belang van Dreyer als cineast tot nu toe niet naar behoren tot uitdrukking is gekomen in studies over zijn werk, vervolgt hij dat ook het recente werk van een Bordwell, Burch of Schrader nauwelijks iets aan deze situatie heeft veranderd, aangezien 'it has invariably been with the terminology and methods of severely abstract, stylistic analysis. The result is that, even when Dreyer's films have been praised, it is in terms so austere or repellent to the normal range of human interests and sympathies that it makes them seem even less accessible and more forbidding than ever'. Van de weeromstuit heeft Carney daarop blijkbaar be-

sloten om zijn studie zonder één enkele substantiële bibliografische verwijzing te voltooien. Daarmee plaatst hij zichzelf terug in het kamp van de klassieke, impressionistische kunstcritiek, die haar objecten zonder enige vorm van geëxpliciteerde methode en zonder enige intertekstuele referentie wenst te benaderen. Hetgeen wellicht vooral aangeeft dat de filmwetenschap van dit moment nauwelijks te lijden heeft van een eenzijdig-dogmatische aanpak. Een goed voorbeeld van de kwaliteit die een klassieke biografie kan opleveren, is Cowie's boek over Francis Coppola. Opnieuw geen noemenswaardig gebruik van bestaande literatuur, maar toch bijzonder goed gedocumenteerd, op basis van persoonlijke interviews en de enorme hoeveelheid kennis en ervaring die de auteur jarenlang als o.m. editor van de *International Film Guide* heeft opgedaan. Bijzonder fraai uitgegeven door André Deutsch en vergezeld van een reeks weinig gepubliceerde foto's.

W.H.

A. INSDORF,
François Truffaut. Le cinéma est-il magique ?
Paris, Ramsay Cinéma, 1989, 354 blz.

B. KNAPP,
Jean Cocteau. Die Lebensgeschichte eines Universalgenies.
München, Heyne, 1989, 252 blz.

TH. VAN HOUTEN,
Leonid Trauberg and his films. Always the unexpected.
Den Bosch, Art and research and graduate press, 1988, 202 blz.

Alhoewel biografieën van belangrijke cineasten altijd een belangrijk deel van de film literatuur hebben uitgemaakt, zouden we sedert enkele jaren toch kunnen wagaven van een zekere heropleving van het genre. Wellicht enigszins in het gedrang gekomen in de drukte rond meer structurele, tekstanalytisch georiënteerde studies, waarin niet zelden een loflied werd geheven op de 'dood van de auteur', zien we, met het wat in de achterhoede terecht komen van de zuivere filmtheorie en filmanalyse, 'de biografie' binnen een meer algemene, hernieuwde belangstelling voor filmgeschiedenis terrein terug winnen.

Knapp schrijft zijn studie over Cocteau in de vorm van een goed gedocumenteerde samenvatting van bestaande feiten en meningen, waarbij alle terreinen die door de meester bestreken zijn (schilderkunst, literatuur, theater, film, dans en mode), kort aan bod komen. Een zoveelste, enigszins voorspelbare titel in de zo langzamerhand imposant uitdijende Heyne-filmreeks.

Ongeveer in dezelfde lijn ligt Insdorfs tekst over Truffaut (het gaat hier trouwens om een bijgewerkte heruitgave van een reeds in 1977 verschenen studie), zij het dat de auteur zich hier iets meer op het gladde ijs van de interpretatie durft te wagen aan de hand van een aantal dominante thema's bij de Franse regisseur: de vrouwen, de liefde, het kind en de taal.

Bijzonder goed gedocumenteerd is Van Houtens studie over de cinema van de Russische cineast Leonid Trauberg, een cineast die binnen de filmgeschiedenis (te) lange tijd in de schaduw heeft moeten verkeren van tijdgenoten als Eisenstein, Pudovkin en Dovzhenko, en pas recentelijk via heropvoeringen van zijn epos *The New Babylon* terug in de belangstelling is gekomen. Het belang van het boek is daarom ook zo groot, omdat het hier om de eerste studie in een westerse taal gaat, die volledig gewijd is aan de figuur van Trauberg. Jammer wel dat lay-out en typografie niet helemaal gelijke pas houden met de inhoudelijke kwaliteiten van het boek.

W.H.

N. SIMSOLO,

Conversations avec Sergio Leone.

Paris, Stock Cinéma, 1987, 237 blz.

"Conversations avec Sergio Leone" is een zeer uitgebreid interview met de onlangs overleden 'vader' van de spaghetti-western. Eén van de weinige teksten rond een cineast die weliswaar bij het grote publiek succes heeft weten te boeken, maar die bij vele critici pas met zijn laatste film *Once upon a time in America* erkenning heeft gekregen.

Leone spreekt over zijn jeugd, zijn ervaringen tijdens het fascisme in de jaren dertig, het ontstaan van het neorealisme, de komst van de Amerikaanse runaway-producties in Cinecittà en zijn twee grote voorbeelden: John Ford en Charles Chaplin. Zonder foto's, met een uitgebreid zaken- en namenregister.

W.H.

J. GERBER,

Souvenir écran. Anatole Dauman. Argos Films.

Paris, Editions Centre Georges Pompidou, 1989, 317 blz.

"Souvenir écran. Anatole Dauman. Argos Films" is een bijzonder fraai uitgegeven en zeer informatief werk over de Franse filmproducent Anatole Dauman. In 1949 van start gegaan met Argos-films als producent van kortfilms (met als bekendste *Nuit et brouillard* van Alain Resnais), is Dauman de producent die vanaf het eind van de jaren vijftig ruimte creëert voor het werk van Franse cineasten als Chris Marker, Alain Resnais, Roger Leenhardt, Ro-

bert Bresson, Jean-Luc Godard, Alain Robbe-Grillet, maar ook Nagisa Oshima, Volker Schlöndorff, Wim Wenders, Andrei Tarkovsky en Elia Kazan. Eén van de weinige teksten die met recht aandacht schenken aan de cruciale rol die de producent, ook in Europa, bij het tot stand komen van een film speelt.

W.H.

TH.W. BENSON en C. ANDERSON,

Reality fictions. The films of Frederick Wiseman.

Carbondale, Southern Illinois University Press, 1989, 404 blz.

"Reality fictions. The films of Frederick Wiseman" is een zeer lijvige en grondige studie over de bekendste Amerikaanse documentaire cineast van de laatste 25 jaar. Het boek is tamelijk uniek in de zin dat niet vaak aan één enkele documentaire cineast zoveel aandacht wordt geschonken (Ivens en Flaherty zijn vanzelfsprekend notoire uitzonderingen), waarbij de aandacht dan ook nog eens vrijwel uitsluitend op een analyse van de films zelf gericht is. Veel nieuwe en originele informatie. Pièce de résistance is het uitgebreide dossier over Wiseman's eerste film *Titicut follies*, een documentaire uit 1967 over de behandeling van mentaal gestoorde misdadigers in Massachusetts Correctional Institution at Bridgewater. Datgene wat de film aan het licht bracht was voor de Amerikaanse overheid zo aanstootgevend, dat *Titicut follies* de enige Amerikaanse film zou worden waarvan de verspreiding beperkt werd (enkel visioneerbaar door een professioneel publiek) op andere gronden dan obsceniteit of nationale veiligheid.

W.H.

David E. MORRISON en Howard TUMBER,

Journalists at War. The Dynamics of News Reporting during the Falklands Conflict.

Londen/New York, Sage, 1988, 369 blz.

Het Falkland conflict heeft al heel wat literatuur opgeleverd. Het onderzoek waarop "Journalists at War. The Dynamics of News Reporting during the Falklands Conflict" gebaseerd is, gebruikt het conflict om inzicht te krijgen in de wereld van de journalistiek. Tijdens de Falkland crisis mocht een beperkt aantal journalisten mee met het leger als oorlogsverslaggevers. Die journalisten waren min of meer afgesloten van hun thuisredacties, hadden een beperkte bewegingsvrijheid door de oorlogsomstandigheden en waren allemaal aangewezen op dezelfde nieuwsbronnen, wat leidt tot een soort laboratoriumsituatie van nieuwsgaring. De onderzoekers hebben alle journalisten (van pers en om-

roep) geïnterviewd, en de eerste acht hoofdstukken, die op die gesprekken gebaseerd zijn, geven een inzicht in de problemen en werkwijzen van journalisten bij de nieuwsgaring, maar geven ook de interpersoonlijke spanningen weer en de typisch menselijke kleine kantjes van de journalisten. Deze hoofdstukken lezen dan ook als een oorlogsroman. De rest van het boek geeft weer wat de thuisredacties met het nieuws deden, hoe het ministerie van defensie en het leger zich gedroegen ten opzichte van de media en hoe die reageerden op de berichtgeving. Er werd een inhoudsanalyse gemaakt van de media over de Falklandcrisis, en de publieke opinie omtrent de berichtgeving over het conflict werd gemeten.

M.W.

J.M. VAN BOL en W. UGEUX,
Les Relations Publiques.

Brussel, Editions Labor, 1987, 384 blz.

Van Bol en Ugeux zijn bekende namen in de Franstalige wereld van public relations. In "Les relations publiques" willen zij het hele veld van de PR omschrijven. Dat doen zij in een lange doorlopende, bijna literaire tekst vol metaforen en vergelijkingen, en met voor een wetenschappelijk boek bijzonder weinig voetnoten. Helaas ontbreekt een duidelijke structuur. Snel iets opzoeken in dit boek is dan ook moeilijk doenbaar. Wie echter de tijd en de moeite neemt om het hele boek te lezen, zal vaststellen dat het een goed overzicht geeft van principes, technieken en problemen in de PR. Er wordt echter weinig aandacht besteed aan de onderzoeken die op dit terrein verricht werden, en ook uitgewerkte praktijkvoorbeelden zijn schaars. Interessant is het hoofdstuk over de geschiedenis van PR met bijzondere aandacht voor de PR in België.

M.W.

David SILVERMAN,

Communication and Medical Practice. Social Relations in the Clinic.

Londen/New York, Sage, 1987, 279 blz.

Gedurende negen jaar heeft Silverman veldwerk gedaan in verschillende afdelingen van verschillende ziekenhuizen en daar de communicatie tussen dokter, patiënt en (aangezien de patiënten meestal kinderen zijn) ouders. De resultaten daarvan worden verwerkt in de artikelen van "Communication and medical practice. Social relations in the clinic".

Door de lange periode varieert de invalshoek van het onderzoek en de visie van de auteur op interpersoonlijke communicatie. Het thema blijft echter steeds hetzelfde. Ook het feit dat de patiënten bijna steeds kinderen zijn, geeft coherentie aan het boek. Silverman beschrijft de 'decision-making discourse' in de verschillende fasen van de klinische loopbaan van de patiëntje al dan niet privé-patiënt is, wordt belicht. Sociale en psychologische aspecten komen aan bod, en verder zaken zoals het controleren ('policing') van diabetes-patiënten. Het boek bevat interessante - en zeer herkenbare - gegevens over interpersoonlijke communicatie in deze specifieke situatie, maar houdt ook een spiegel voor aan professionals in de medische sector.

M.W.

Jan BAETENS,
Hergé écrivain.

Bruxelles, Labor, 1989, 135 blz.

Hoewel Hergé de meest uitgeplozen stripauteur is, weten sommige onderzoekers toch weer nieuwe, ongekende facetten van zijn werk te belichten. Het talige en de visualisatie daarvan staan in de focus van Jan Baetens. Deze romanist is niet langer geïnteresseerd in een realistische lezing van de avonturen van Kuifje. Hij graaft naar verborgen betekenissen en structuren in de tekst. Hij gaat op zoek naar formele schema's en ontdekt vaak revelerende dingen in minuscule details, die de doorsnee lezer ontgaan.

Een dergelijke lezing is complementair. Diverse lezingen en interpretaties van éénzelfde werk zijn dus best mogelijk. De lezer is immers geen passieve ontvanger van een door de maker gecodeerde boodschap. De lezer speelt een belangrijke rol in de lezing, dat bewijst Jan Baetens ontegensprekkelijk. Maar of Hergé dit nu allemaal bewust in zijn werk heeft gelegd, is een andere vraag. Baetens' lezing is meer dan een subjectieve onderneming, omdat hij met argumenten komt aandraven. Zijn 'tekstuele' lezing (naar de methode van Ricardou) mag dan nog op een taalspelletje lijken, het blijft toch vrij logisch en aannemelijk. "Hergé écrivain" is een aangename uitnodiging om kwalitatief waardevolle strips op een andere manier te lezen. Dat sommige albums van Hergé een dergelijke lezing waard zijn, bewijst Baetens.

P.L.

ingezonden boeken (Bespreking naar mogelijkheid)

- BENSON, Thomas W. en ANDERSON, Carolyn, *Reality fictions. The films of Frederick Wiseman*. Carbondale, Southern Illinois University Press, 1989, 404 blz., \$ 45.
- BOERSMA, S.K.Th., *Beslissingsondersteunende systemen. Een praktijkgerichte ontwikkelingsmethode*. Schoonhoven, Academic Service, 1989, 209 blz.
- BUCHSBAUM, Jonathan, *Cinema engagé. Film in the Popular Front*. Champaign, The University of Illinois Press, 1988, 308 blz., \$ 29,95.
- BUDDECKE, W. en HIENGER, J., *Phantastik in Film und Literatur*. Frankfurt am Main, Peter Lang, 1987, 186 blz., s.Fr. 45.
- BURGOON, BULLER en WOODALL, *Nonverbal communication. The Unspoken Dialogue*. London, Harper & Row, 1989, 544 blz., £ 13, 95.
- CARR, Robert E. en HAYES, R.M., *Wide screen movies. A history and filmography of wide gauge filmmaking*. Jefferson, McFarland, 1988, 502 blz., \$ 39,95.
- CAYFORD, Joel, *Computer media. Living and working with computers*. London, Comedia Publishing Group, 1987, 107 blz., £ 6,99.
- CLEAVELAND, J. Craig, *Een inleiding tot gegevenstypen*. Schoonhoven, Academic Service, 1989, 292 blz.
- COMSTOCK, George, *The evolution of American television*. London, Sage Publications, 1989, 312 blz., £ 16,75.
- CRIDER, Janet, *Wordperfect. Leer- en oefenboek*. Schoonhoven, Academic Service, 1989, 216 blz.
- DALGLEISH, D.I., *An introduction to satellite communications*. Herts, The Institution of Electrical Engineers, 1989, 338 blz., £ 39.
- DE COSTA, Denise, *Sprekende stiltes. Een postmoderne lezing van het vrouwelijk schrift. Irigaray, Kristeva, Lyotard*. Kampen, Kok Agora, 1989, 144 blz., Fl. 24,90.
- DELAGE, Christian, *La vision nazie de l'histoire. Le cinéma documentaire du Troisième Reich*. Paris, L'Age d'Homme, 1989, 252 blz.
- DESCAMPS, Marc-Alain, *Le langage du corps et la communication corporelle*. Paris, Presses Universitaires de France, 1989, 242 blz., FF 148.
- DICKER, L.M.M., *Probleem oplossen met PSD's*. Schoonhoven, Academic Service, 1989, 228 blz.
- DOUGLAS, Ian, *Film and meaning. An integrative theory*. Murdoch, Murdoch University, 1988, 293 blz.
- EISENHAUER, H.R. en HUFEN, Fritz, *Millionen-Spiel. Programme zwischen Soll und Haben*. Fernseh Kritik, Band XX. Mainz, v. Hase & Koehler Verlag, 1989, 262 blz., DM 28.
- ELSAESSER, Thomas, *New german cinema. A history*. London, Macmillan Education, 1989, 430 blz., £ 10,95.
- ESSINK, Lea en ROMKEMA, Harry, *Ontwerpen van informatiesystemen*. Schoonhoven, Academic Service, 1989, 456 blz.
- FEENSTRA, L. e.a., *Waarnemen*. Meppel, Boom, 1989, 171 blz., BF 570.
- FELL, John L. e.a., *Before Hollywood. Turn-of-the-century American film*. New York, Hudson Hills Press/American Federation of Arts, 1987, 169 blz., £ 25.

- FIELD, MÄRTHESHEIMER, LÄNGSFELD e.a., *Drehbuchschreiben für Fernsehen und Film. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. München, List Verlag, 1988, 239 blz., DM 36.
- FINKELSTEIN, Joanne, *Dining out*. Oxford, Polity Press, 1989, 200 blz., £ 25.
- FRITH, Simon, *World music, politics and social change*. Manchester, Manchester University Press, 1989, 216 blz., £ 29,95.
- GARVEY, Daniel E. en RIVERS, William L., *L'information radiotélévisée. Principes - exemples - applications*. Bruxelles, De Boeck-Wesmael, 1987, 269 blz., BF 620.
- GERBER, Jacques, *Anatole Dauman, Argos Films. Souvenir-Ecran*. Paris, Centre Georges Pompidou, 1989, 319 blz., FF 180.
- GIARRATANO en RILEY, *Expert systems. Principles and programming*. Boston, PWS-Kent, 1989, 632 blz., £ 16,95.
- GRADDOL, David en SWANN, Joan, *Gender voices*. Oxford, Basil Blackwell, 1989, 214 blz., £ 8,50.
- GREEN, Lucy, *Music on deaf ears. Musical meaning, ideology and education*. Manchester, Manchester University Press, 1988, 165 blz., £ 22,50.
- HATCH, David en MILLWARD, Stephen, *From blues to rock. An analytical history of pop music*. Manchester, Manchester University Press, 1987, 217 blz., £ 7,95.
- HEAD, Anne, *A true love for cinema: Jacques Ledoux, 1921-1988*. Den Haag, Universitaire Pers Rotterdam, 1988, 118 blz.
- HENDLEY, Tony, *CD-ROM and optical publishing systems*. British National Bibliography Research Fund Report no. 25. Herts, Cimtech, 1987, 151 blz.
- INSDORF, Annette, *François Truffaut. Le cinéma est-il magique?* Paris, Editions Ramsay, 1989, 354 blz., FF 135.
- KARPF, Anne, *Doctoring the media. The reporting of health and medicine*. London, Routledge, 1988, 288 blz.
- KAYE, Sanford, *Writing under pressure*. Oxford, Oxford University Press, 1989, 190 blz., £ 12,95.
- KOEBNER, T. en NETENJAKOB, Egon, *Das experimentelle Fernsehspiel - "Das kleine Fernsehspiel" im ZDF. Notate und Referate*. Frankfurt am Main, Peter Lang, 1988, 268 blz., s.Fr. 57.
- KREKELS, M.J.C.M., *Basiscursus computergebruiker*. Schoonhoven, Academic Service, 1989, 172 blz.
- KREKELS, M.J.C.M., *Basiscursus QUATTRO*. Schoonhoven, Academic Service, 1989, 262 blz.
- KREKELS, M.J.C.M., *Basiscursus MS DOS*. Schoonhoven, Academic Service, 1989, 273 blz.
- LAMERS, H.A.J.M., *Handleiding voor PR- en reclameteksten*. Muiderberg, Coutinho, 1989, 190 blz., Fl. 27,50.
- LAMERS, H.A.J.M., *Handleiding voor beleidsteksten*. Muiderberg, Coutinho, 1989, 201 blz., Fl. 24,50.
- LEITH, Dick en MYERSON, George, *The power of address. Explorations in rhetoric*. London, Routledge, 1989, 272 blz., £ 12,99.
- LEUTRAT, Jean-Louis, *Kaleidoscope. Analyses de films*. Lyon, Presses Universitaires de Lyon, 1988, 169 blz.
- LEVY, Mark R., *The VCR age. Home video and mass communication*. London, Sage Publications, 1989, 274 blz., £ 13,95.
- MARC, Edmond en PICARD, Dominique, *L'interaction sociale*. Paris, Presses Universitaires de France, 1989, 239 blz., FF 125.
- MÖLLER, W. en WIMMERSBERG, H., *Public broadcasting in den U.S.A. Nichtkommerzielle Hörfunk- und Fernsehstrukturen in einem kommerziell geprägten Rundfunksystem*. München, Minerva Fachserie, 1988, 286 blz., DM 44.

- OTTO, Gerhard, *Entmonopolisierung der Telekommunikation. Netzträgerschaft und "Dienstleistungen" der Deutschen Bundespost nach Art. 37 EWG-Vertrag*. Fundamenta Juridica : Hannoversche Beiträge zur rechtswissenschaftlichen Grundlagenforschung, nr. 9. Baden-Baden, Nomos Verlagsgesellschaft, 1989, 158 blz., DM 46.
- PEARY, Danny, *Cult movies*. Volume 3, London, Sidgwich & Jackson, 1989, 286 blz.
- PETERS, Jan Marie, *Het filmische denken. Of de binnenkant van de beeldcultuur*. Leuven, Acco, 1989, 235, BF 590.
- PICARD, Robert G., *Media economics. Concepts and issues*. Volume 22, London, Sage Publications, 1989, 136 blz., £ 8,50.
- PIJLS, Fieny en SANDBERG, Jacobijn, *De computer als expert en didacticus. Een introductie in het onderzoek naar intelligente onderwijssystemen*. Muiderberg, Coutinho, 1989, 174 blz., Fl. 29,50.
- ROSEBOOM, Hans en STEGERHOEK, René, *Voorlichting aan migranten*. Culemborg, Lemma, 1989, 119 blz, BF 300.
- RUITENBURG, A.J., *Public relations*. Utrecht, Marka/Het Spectrum, 1989, 184 blz., BF 595.
- RUSSELL, Dave, *Popular music in England, 1840-1914. A social history*. Manchester, Manchester University Press, 1987, 303 blz., £ 10,95.
- SCHATZ, Thomas, *The genius of the system. Hollywood filmmaking in the studio era*. London, Simon & Schuster, 1989, 514 blz.
- SCHMIDBAUER, M. en LÖHR, P., *Jugend und Fernsehen. Plädoyer für ein jugendgeeignetes Programm*. Schriftenreihe Internationales Zentralinstitut für das Jugend- und Bildungsf Fernsehen, nr. 23. München, Sauer, 1989, 100 blz., DM 32.
- SCHMIDT-SASSE, Joachim, *Wege der Filmanalyse. Igmarm Bergman: Das Schweigen*. Augen-Blick, nr. 6. Marburg, Philipps-Universität, 1988, 86 blz.
- SHNEIDERMAN, B., *Designing the user interface. Strategies for effective human-computer interaction*. Amsterdam, Addison-Wesley, 1987, 448 blz.
- SHORT, K.R.M. en DOLEZEL, Stehpan, *Hitler's fall. The newsreel witness*. London, Croom Helm, 1988, 188 blz., £ 30.
- SIMON, Will, *Opsporing verzocht. Resultaten, feiten en achtergronden*. Bussum, Strengholt's Boeken, 1989, 152 blz., Fl. 19,90.
- SIMSOLO, Noël, *Conversations avec Sergio Leone*. Paris, Editions Stock, 1987, 237 blz.
- SLOT, Pim, *Gids voor historisch beeld- en geluidsmateriaal in Nederland*. Amsterdam, Stichting Film en Wetenschap, 1988, 188 blz.
- SOLOMON, Aubrey, *Twentieth Century-Fox. A corporate and financial history*. Metuchen, Scarecrow Press, 1988, 285 blz., \$ 29,50.
- STEPHENS, Mitchell, *Geschiedenis van het nieuws. Van de tamtam tot de satelliet*. Utrecht, Het Spectrum, 1989, 428 blz.
- STEWART III, Charles O. e.a., *Werken met WordPerfect 5. Speciale editie - deel 1 en deel 2 in één boek*. Schoonhoven, Academic Service, 1988, 952 blz.
- STOLTE, Dieter, *Die Rolle der Medien in einer freiheitlichen Gesellschaft*. Eichstätter Hochschulreden, nr. 65. München, Saur, 1988, 19 blz., DM 9,80.
- TAYLOR, Richard, S.M. *Eisenstein. Writings 1922-1934*. Volume 1, London, British Film Institute, 1988, 334 blz., £ 19,95.
- TURIM, Maureen, *Flashbacks in film. Memory and history*. London, Routledge, 1989, 278 blz., £ 10,95.
- VAN DER LANS en VERBAAN, *dBase IV: het SQL leerboek*. Schoonhoven, Academic Service, 1989, 417 blz.
- VAN GOGH, Theo, *Mijn favoriete graftak (en ander onheil)*. Amsterdam, Gerard Timmer Productions, 1989, 183 blz., Fl. 19,50.
- VANHECKE, Johan, *Heimwee naar huis. De herwaardering van het Vlaamse levenslied*. Antwerpen, Dedalus, 1989, 159 blz., BF 498.

- VAN RIEMSDIJK, J., *Basisboek filmschrijven. Kunst en ambacht van het scenario*. Groningen, Wolters-Noordhof, 1989, 164 blz., Fl. 32,50.
- VILANILAM, J.V., *Reporting a revolution. The Iranian revolution and the NIICO debate*. London, Sage Publications, 1989, 203 blz., £ 12,95.
- VIRILIO, Paul, *Het horizon-negatief. Essay over dromoscopie*. Amsterdam, Uitgeverij Duitzend & Een, 1989, 293 blz., Fl. 37,50.
- VON JACOBSEN, Wolfgang, *Erich Pommer. Ein Produzent macht Filmgeschichte*. Berlin, Argon Verlag, 1989, 204 blz., DM 38.
- WANDERS, André, *Systeemontwikkelingsmethoden: vergelijken en kiezen*. Schoonhoven, Academic Service, 1989, 289 blz.
- WAPENAAR, H. e.a., *Basisboek voorlichtingskunde*. Meppel, Uitgeverij Boom, 1989, 317 blz., Fl. 44,50.
- WEISCHENBERG, Siegfried, *Nachrichtenschreiben. Journalistische Praxis zum Studium und Selbststudium*. Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 1988, 250 blz., DM 29,80.
- WIRTH, Niklaus, *Algoritmen en datastructuren*. Schoonhoven, Academic Service, 1986, 380 blz.
- WOBER, J. Mallory, *The use and abuse of television. A social psychological analysis of the changing screen*. Hove, Lawrence Erlbaum, 1988, 252 blz., £ 26,50.
- X, *L'Histoire à la télévision. Dossiers de l'audiovisuel, nr. 24*. Paris, La Documentation Française, 1989, 54 blz., FF 52.
- X, *Jaarboek mediageschiedenis 1*. s'-Gravenhage, SDU Uitgeverij, 1989, 279 blz.

De bijdragen in dit nummer zijn van :

Els WITTE, gewoon hoogleraar aan de Vrije Universiteit Brussel

Stefaan DESMET, assistent aan de Universitaire Faculteiten Sint Aloysius te Brussel

Danny JACOBS, licentiaat in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Christel VANDENBOSCH, licentiate in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Elvire VLIEGEN, licentiate in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Joan HEMELS, gewoon hoogleraar aan de Universiteit van Amsterdam en gasthoogleraar aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Guido FAUCONNIER, gewoon hoogleraar aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

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.

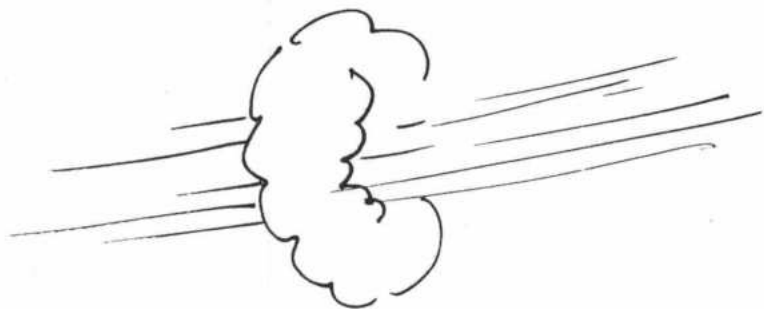
Bernstein, B. (1971), Class, codes and control, vol. 1: Theoretical studies towards a sociology of language. London, Routledge & Kegan Paul.

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.

3,75% + 1,25% premie.*

Uw depositoboekje wint aan snelheid.



Het Gemeentekrediet besliste om uw spaarcenten veel meer vaart te geven. Bovenop de 3,75 % basisinterest van uw Depositoboekje, kan u genieten van een bijkomende aangroepremie van 1,25 %.

Deze premie wordt toegekend op alle bedragen die gestort worden tussen 1 juni 1989 en 31 mei 1990 en die minstens 6 opeenvolgende maanden belegd blijven.

Stap eens binnen bij het Gemeentekrediet. En schakel uw spaargeld in een hogere versnelling.

* Aangroepremie



Gemeentekrediet
de bank op z'n best