

Afgiftekantoor
3001 Heverlee 1

SBIB
COMMUN

20 (4)
1991

UNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur



FIRST AMENDMENT : 200 JAAR PERSVRIJHEID IN AMERIKA • MEDIA
EN MIGRANTEN : DE SYMBOLISCHE DIMENSIE • DOUBLE
INDEMNITY EN DE FILM NOIR • VTM IN HET CULTUURDEBAT •
KRONIEK VAN DE MEDIAWERELD • BOEKEN OVER COMMUNICATIE

DEPARTEMENT COMMUNICATIEWETENSCHAP
E. VAN EVENSTRAAT 2A
3000 LEUVEN

JAARGANG 20, Nr. 4
feb.-maart-april 1991
driemaandelijks

**COMMUNICATIE
TIJDSCHRIFT VOOR MASSAMEDIA EN CULTUUR**

Een uitgave van het Departement Communicatiewetenschap K.U.Leuven
E. Van Evenstraat 2A
B-3000 Leuven
Verschijnt vier maal per jaar

ISSN 0771-7342

**Jaargang 20, nr. 4
februari - maart - april 1991**

Redactieraad: J.C. Burgelman (V.U.Brussel), E. De Bens (R.U.Gent), G. Fauconnier (K.U.Leuven), F. Saeys (R.U.Gent), W. Van der biesen (K.U.Leuven), H. Van Pelt (U.I.Antwerpen), H. Verstraeten (V.U.Brussel)

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

Hoofdredacteur: W. Van der biesen

Redactiesecretariaat: P. Milo

Administratie: A. Willems, I. De Wachter

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

Abonnees in **Nederland** schrijven **Fl. 30** over (verzendingskosten inbegrepen) op rekeningnr. 10.38.86.737 (Rabobank-Nederland) van Communicatie, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven. Losse nummers kosten **Fl. 10**. Voor betaling vanuit **andere landen** worden enkel cheques aanvaard van **880 BF** (BTW, 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**, Departement 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. 20, nr. 4

- 1 **Ten geleide:**
Twintig jaar Communicatie
Wim Van der biesen
- 3 **First amendment: 200 jaar persvrijheid in Amerika**
Jan Van Den Bulck
- 15 **Media en migranten: de symbolische dimensie**
Hans Verstraeten
- 25 **Double indemnity en de film noir**
Patrick Cattrysse
- 38 **In de marge:**
VTM in het cultuurdebat
Gust De Meyer
- 53 **Feiten en meningen uit de mediawereld**
- 59 **Boekbesprekingen**
- 69 **Ingezonden boeken**
- 72 **Colofon**

Deze publikatie kwam tot stand mede dank zij de financiële steun van de Vlaamse Gemeenschap, Ministerie van Onderwijs.

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

twintig jaar communicatie

In het "Ten geleide" van het eerste nummer, d.d. oktober 1969, schreef de toenmalige departementsvoorzitter, prof. Dr. J.M. Peters : "Het redigeren en vooral in stand houden van een communicatietijdschrift is in het verleden reeds meermalen een hachelijke zaak gebleken : meestal door het ontbreken van voldoende financiële middelen en soms eenvoudig omdat er geen mensen waren om het blad te redigeren. Dit is het eerste nummer van een nieuw probeersel...".

Dit "probeersel" wordt vandaag twintig jaar !

Sinds dat eerste nummer heeft het blad heel wat wijzigingen ondergaan; meer naar de vorm dan naar de inhoud. Aanvankelijk verscheen het - onder de titel "Informatiebulletijn CeCoWe" - als een goedkope, gestencilde publikatie. Na drie jaar werd overgestapt naar een gedrukte vormgeving, en na vijf jaar kreeg het blad z'n huidige "kleur" en titel : "Communicatie, Tijdschrift voor Massacommunicatie en Cultuur". In 1987 kreeg ons blad een grondige "face-lift" en een meer "klassiek" en handzaam formaat. Wat de inhoud betreft, zijn we steeds proberen trouw te blijven aan het oorspronkelijk concept : "de lezer de garantie bieden dat men redelijk

georiënteerd is en blijft in het breed terrein van de evoluerende communicatiewetenschappen en van de massamedia". Ten bewijze werd in dit nummer een systematisch inhoudsoverzicht opgenomen van de 450 artikels die de voorbije twintig jaar in "Communicatie" verschenen.

Dit twintigjarig jubileum is er slechts kunnen komen door de inspanning en de medewerking van velen die we hier oprecht willen danken: de respectieve departementsvoorzitters, die ons "carte blanche" gaven en de publikatie ook financieel mogelijk maakten, de kernredactieleden, waarvan enkelen ook mee aan de wieg van het blad hebben gestaan, de ijverige mensen van het secretariaat en de administratie, de leden van de pas dit jaar opgerichte redactieraad en tenslotte de abonnees en de lezers, want zij vooral hebben die twintig jaar mogelijk gemaakt. Voor hen en voor allen die begaan zijn met de (massa)communicatie en haar maatschappelijke implicaties, blijven we ons dan ook graag inzetten. We kijken dan ook reeds uit naar 1996 wanneer we - hopelijk - ons zilveren jubileum zullen kunnen vieren.

Wim VAN DER BIESEN

Hoofdredacteur.

first amendment : 200 jaar persvrijheid in amerika

jan van den bulck

In 1787, drie dagen voor de 'Federal Convention' tot een voorstel zou komen dat, indien het geratificeerd werd door de deelstaten, de Grondwet zou worden van de Verenigde Staten van Amerika, stelde iemand voor er een soort 'Bill of Rights' in te verwerken. Er werd in de ontwerptekst immers met geen letter verwezen naar *persoonlijke vrijheden*.

Toch werd de discussie nauwelijks ernstig genomen, en drie dagen later was er dan ook geen spoor van een 'Bill of Rights' te vinden in het voorstel dat aan de deelstaten werd voorgelegd. De reden hiervoor was niet dat deze rechten door de samenstellers van de grondwet niet belangrijk werden gevonden, eerder integendeel. Er bestonden immers grondige juridische en filosofische argumenten *tegen* zo'n inclusie. Vooreerst was het de opinie van de samenstellers van de constitutie dat elke mens zulke persoonlijke vrijheden van nature had. Men diende dit dus niet meer te vermelden, vooral niet omdat, ten tweede, de grondwet het handelen en de organisatie van *de staat* regelde, wat in principe volledig los stond van het handelen en de vrijheid van het individu (de pers had daarbij geen behoefte aan bescherming, omdat '*the power of congress does not extend to the press*' [Hudon 1963 : 1]), en ten derde was er een sterke strekking die er van uitging dat het expliciet beschermen van zekere rechten gevaarlijk was, omdat het *omschrijven* van een recht vrijwel automatisch het *beperken* ervan inhield. Dat dit onder meer een gevaar in zou houden voor de *vrijheid van de pers*, werd toen expliciet aangehaald (Hudon 1963 : 3).

HET EERSTE CONGRES

In de discussie die volgde op het voorleggen van het voorstel, dook de 'Bill of Rights' steeds weer op. De angst voor een staat die persoonlijke vrijheden zou kunnen aantasten, hing nauw samen met de basisideeën die aan de grondslag lagen van de Amerikaanse staat en van de Revolutie die ze loscheurde van het Engelse thuisland. In Engeland, onder '*common law*', werd de staat gezien als onaantastbaar en soeverein, als '*a supreme, irresis-*

tible, absolute, uncontrolled authority' (Hudon 1963 : 20). Het staatsbelang had daarbij steeds voorrang op de rechten van het individu. *Persvrijheid* was in zo'n systeem onmogelijk : alle kritiek op de staat werd, vooral in de kolonies, uitermate streng vervolgd als onaanvaardbare, strafbare *laster*. Als reactie op de ervaring die men onder Britse heerschappij had opgedaan, werd dan ook aangedrongen op een garantie waardoor de pers gevrijwaard zou blijven van despotische controle door de federale overheid (Zuckman en Gaynes 1983 : 3). In het licht van deze discussie werden in het Eerste Congres van de Verenigde Staten van Amerika twaalf amendementen op de grondwet voorgesteld. Het derde uit de lijst had betrekking op de persvrijheid. Uiteindelijk werden tien amendementen aangenomen zodat het derde het eerste werd. Op 15 december 1791 werd zodoende het *First Amendment to the Constitution of the United States* van kracht dat luidde :

Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof, or abridging the freedom of speech, or of the press, or the right of the people peaceably to assemble and to petition the government for a redress of grievances.

BEPERKINGEN VAN DE VRIJHEID

Het amendement hield een sterke uitspraak vóór persvrijheid in, en werd dan ook een populaire mythe. In tal van culturele uitingen en vooral dan in de populaire cultuur (waaronder de film) kwam en komt het First Amendment als dramatisch thema of als legitimatie regelmatig voor.

Tegelijkertijd zijn de Verenigde Staten ook een zeer intollerante samenleving met allerlei conservatieve, religieuze, en andere groepen, die op allerlei niveaus met allerlei middelen trachten het 'uitzenden' van zekere communicatieve 'boodschappen' te verhinderen. Clark en Hutchison (1970 : 271) geven een opsomming van pogingen om boeken, toneelvoorstellingen, films etc. te bannen, wat blijkbaar evenzeer een basiselement van de Amerikaanse samenleving is. Zo hebben zelfs verenigingen van verkopers getracht de film *'Death of a Salesman'* aan zekere banden te leggen, omdat daarin een verkoper in een slecht daglicht wordt geplaatst.

Zelfs door de personen die het First Amendment opstelden en aannamen, werd met *vrijheid* nooit de vrijheid *eender wat* te zeggen, bedoeld. Hocking (1947 : 10) wijst er bijvoorbeeld op dat de religieuze vrijheid, die door het amendement wordt beschermd, een duidelijke reactie was tegen de opvattingen over staatsgodsdienst zoals die in Engeland heersten, maar bijvoor-

beeld niet inhield dat atheïsme niet langer strafbaar zou zijn. Het enige wat veranderde, was dat er niet langer een bepaald godsbeeld werd opgelegd van bovenaf.

De vrijheden die werden vooropgesteld, waren met andere woorden niet onbeperkt. Censuur werd in principe uitgesloten, maar elke auteur bleef wel verantwoordelijk voor zijn uitingen. Hij kon met andere woorden gestraft worden, als die uiting in strijd werd geacht met bepaalde andere grondwettelijke rechten of vrijheden (zoals het recht op een eerlijk proces).

Wat de beperkingen waren die aan meningsuitingen konden worden opgelegd, hing in de eerste plaats af van de rechters van het hooggerechtshof, die in laatste instantie uitspraken deden (en doen) over de betekenis van grondwettelijke teksten en de juridische geldigheid van uitspraken van lagere rechters. De opvattingen van deze rechters bepaalden en bepalen hoe het first amendment werd/wordt geïnterpreteerd. Hun opvattingen worden doorgaans in een aantal periodes opgedeeld.

Tot aan Wereldoorlog Twee werd een onderscheid gemaakt tussen 'gebruik' en 'misbruik' van het grondwettelijk recht. Sommige vormen van meningsuiting werden als aanvaardbaar beschouwd, zelfs als sommige delen van de bevolking het met zulke uitspraken niet eens waren, of als ze enigszins tegen de overheid en diens belangen ingingen. Andere uitingen werden als een duidelijk misbruik bestempeld en daarom verboden. Men ging ervan uit dat het mogelijk was een duidelijk onderscheid te maken tussen uitingen die 'goed' waren en uitingen die een duidelijk voorbeeld van 'misbruik' waren (Hudon 1963 : 57). Om de theorie in praktijk om te zetten diende men een beroep te doen op een aantal voor interpretatie vatbare begrippen zoals 'slechte bedoelingen' of 'rechtstreekse' versus 'onrechtstreekse' opruiing. Op die manier werd het verboden om tijdens de Eerste Wereldoorlog met opzet valse berichten in omloop te brengen, die militaire operaties van de Verenigde Staten zouden kunnen bemoeilijken, of die van de vijand zouden kunnen helpen, en werd het onmogelijk speeches te houden waarbij de bevolking werd aangeraden geen dienst te nemen in het Amerikaanse leger (Hudon 1963 : 59).

In het verlengde van de Tweede Wereldoorlog en de snel aan belang winnende koude oorlog kwam een andere opvatting naar de voorgrond. De vrijheden van het First Amendment mochten daarbij alleen beperkt worden, als er een 'clear and present danger' kon worden aangetoond. Oorspronkelijk hield dit in dat meningsuitingen enkel strafbaar waren, als ze een duidelijk en onmiddellijk gevaar inhielden voor de nationale veiligheid.

Deze opvatting overleefde echter slechts tot 1950, toen het groeiende anti-communisme en de daaraan verbonden paranoia ertoe leidden dat de rechters vonden dat het niet langer voldoende was een onmiddellijk en duidelijk gevaar in te roepen. Men ging er van uit dat veel sneller moest kunnen

worden ingegrepen, zodat eventuele negatieve invloed op de bevolking in de kiem gesmoord kon worden. Met name het communisme moest volgens hen op alle mogelijke manieren worden tegengewerkt, ook wanneer het ging om verenigingen of meningsuitingen waarvan niet meteen duidelijk was hoe ze een gevaar konden inhouden. Op die manier werd het mogelijk bepaalde categorieën van mensen het recht op vereniging gedeeltelijk te ontzeggen door communistische verenigingen te verbieden en in andere organisaties een clause toe te laten die het communisten verbod lid te worden (Hudon 1963 : 171).

Nadat het meest acute anti-communisme enigszins geluwd was, werd weer een stap teruggedaan. Tijdens de Reagan-administratie waren de laatste rechters van de oude generatie vervangen, zodat er ruimte kwam voor nieuwe ideeën. Sindsdien bestaat er een trend die *het afwegen van belangen* wordt genoemd. De theorie daarbij is dat het hooggerechtshof elk geval afzonderlijk dient te bestuderen, en dat een algemene regel moeilijk op te stellen is. Met het afwegen van belangen wordt verwezen naar de plaats van de persvrijheid tussen de andere vrijheden en plichten van de burgers. Zo is het eveneens een grondwettelijk recht dat elke burger recht heeft op een eerlijk proces. Bepaalde uitspraken in kranten kunnen ertoe leiden dat de jury niet langer onpartijdig kan beslissen, waardoor een eerlijk proces in het gedrang komt. Zulke artikels kunnen dus verboden worden (Zuckman en Gaynes 1983 : 10). Dezelfde auteurs merken echter op dat zo'n *ad hoc* benadering ernstige gevaren inhoudt. Eens immers het principe aanvaard is dat bepaalde uitingen verboden kunnen worden, zonder dat een expliciet beginsel daarvoor wordt vooropgesteld, wordt het gevaar groot voor een escalatie, waarbij steeds meer uitingen steeds sneller onder beperkende maatregelen vallen.

PROBLEMEN

Clark en Hutchison (1970 : 3) sommen de domeinen op waarin persvrijheid soms als een probleem wordt ervaren. Het gaat hem over (1) pornografie en obsceniteit; (2) het openbaar maken van geheimen die de overheid tracht te bewaren; (3) het schenden van privacy en het uiten van laster, en (4) het in gevaar brengen van het eerlijk verloop van een proces. In de praktijk blijkt dat veel van de rechtszaken die verband houden met de media, zich rond deze knelpunten afspelen. Een theorie die er van uitgaat dat het recht op vrije meningsuiting daarom geval per geval moet worden afgewogen tegen andere grondwettelijke vrijheden en rechten of tegen bepaalde belangen van de staat, wordt tegen die achtergrond begrijpelijk. Het beeld wordt echter waziger als een aantal andere problemen eveneens in overweging wordt genomen.

Wat bedoelt men bijvoorbeeld met *vrijheid van de pers*. Met andere woorden: wat is 'pers'? Slaat deze vrijheid op alle media? Niet alle betrokken partijen zijn het daar altijd over eens (Blanchard 1974: 401). De *Radio Act* uit 1927 en later, wanneer ook televisie daaronder moet vallen, de *Communications Act* uit 1934 voeren een voorafgaandelijk te bekomen zendvergunning in voor eender wie een omroep wil beginnen. De vergunning moet om de vier, later vijf jaar worden hernieuwd, en kan altijd geweigerd worden door de F.C.C. (de Federal Communications Commission). Hoewel het in de praktijk vrijwel onmogelijk is voor een omroep om zijn zendvergunning te verliezen, is dit toch een duidelijk geval waarbij media *voorafgaandelijke toestemming* nodig hebben, alvorens tot de 'uiting van meningen' kan worden overgegaan (Powe 1987: 49). 'De Pers' is dus blijkbaar niet voor iedereen en niet altijd hetzelfde.

Verder wijst Barron er op dat discussies over persvrijheid het altijd hebben over de vrijheid van de pers om meningen te uiten. Discussies over persvrijheid gaan altijd over repressieve acties van de overheid tegenover de pers (Barron 1973: 7). De gewone burger komt daarbij echter niet ter sprake. Barron (zie b.v. Barron 1970, 1973) is vooral bekend omwille van zijn mening dat persvrijheid in de eerste plaats een *recht van de burger* is. Het is *de burger* die een recht op vrije meningsuiting heeft. Zoals het medialandschap er nu uitziet, heeft iedereen misschien wel recht op een eigen mening, maar kunnen alleen diegenen die bij een persorgaan horen *ze uitdrukken*. Voor Barron wordt de persvrijheid dan ook niet alleen door de staat of door uitspraken van het hooggerechtshof beperkt, het feit dat de gewone burger in feite nauwelijks toegang heeft tot de media, beperkt de uitingsvrijheid minstens even erg. Barron vertolkt de vrees van die critici die vrezen dat het feit dat de pers en de media bevolkt worden door mensen met een gelijkaardige sociaal-economische positie en achtergrond, ertoe leidt dat vooral de opinies die binnen die 'klasse' leven, in de media tot uiting komen. De meningen die de media verspreiden, zouden dan ook niet representatief zijn voor de gehele bevolking, waarvan zij het recht op meningsuiting beweren te vertegenwoordigen. Vooral in de Amerikaanse maatschappij is dit een ernstige kritiek. De samenlevings- en regeringsvorm van de Verenigde Staten is sterk gebaseerd op het idee van *pluralisme*. Op politiek vlak houdt dit in dat verschillende belangengroepen, waarvan wordt aangenomen dat ze een doorsnede van de maatschappij vertegenwoordigen, strijden om erkenning door de politieke overheid (lobbying). Er wordt van uitgegaan dat er geen tussenlaag is die er de oorzaak van is dat bepaalde groepen geen toegang hebben tot de politieke arena, zodat elke burger die een politiek belang heeft, vrijelijk deel kan nemen aan het politieke leven en kan trachten het besluitvormingsproces in zijn voordeel te beïnvloeden (zie b.v. Cox e.a. 1986: 106vv.). Een gelijkaardige opvatting ligt aan de basis van het First Amendment. Ook daar ging men

er van uit dat met het amendement de 'fair trade of ideas' werd gewaarborgd. Men neemt daarbij aan dat uit het ongehinderd publiek maken van opvattingen een discussie voortvloeit die automatisch tot 'waarheid' leidt, dat met andere woorden in de 'public discussion of ideas' automatisch die idee 'wint', die de hoogste waarde vertegenwoordigt (Zuckman en Gaynes 1983 : 5). Uiteraard gaat deze opvatting niet meer op als blijkt, zoals Barron aanhaalt, dat niet alle ideeën toegang hebben tot het publieke forum.

Een laatste probleem dat in verband wordt gebracht met de persvrijheid, is de bescherming van de journalist en, meer nog, van zijn bronnen. Graham en Landau (1979 : 447) wijzen erop dat veel journalisten beweren hun werk niet te kunnen doen (en met andere woorden dus niet over persvrijheid beschikken), tenzij hen het recht wordt toegekend wanneer ze dat nodig achten hun bronnen te beschermen. De meeste auteurs gebruiken hiervoor de term *Shield Legislation*, wetgeving die het journalisten mogelijk maakt bepaalde bronnen af te schermen. Voor Bennet (1979 : 456) is het basisargument tegen zo'n 'scherm' dat persvrijheid een recht is dat aan alle burgers wordt toegekend. De pers ageert daarbij als vertegenwoordiger van het publiek in de uitoefening van zijn recht op informatie. Volgens de auteur kan men aan journalisten daarom geen bijzondere rechten toekennen zonder ze op die manier te onderscheiden en dus af te zonderen van de gewone burgers. Graham en Landau (1979 : 447) brengen daar tegenin dat heel wat andere burgers zelfs geheimhoudingsplicht hebben, dat het, met andere woorden, dus niet om een erg uitzonderlijke maatregel gaat. Anderzijds is het wel zo dat het achterhouden van bepaalde vormen van informatie in tegenspraak kan zijn met het, eveneens grondwettelijke, recht op een eerlijk proces, waarbij informatie die een journalist bezit soms van belang kan zijn. Voor Bennet (1979 : 455) is de oplossing eenvoudig. Hij verwijst naar de onthullingen in verband met onder andere Watergate en My Lai, die er kwamen zonder beschermende 'Shield Legislation', om aan te tonen dat journalisten zo'n 'scherm' niet nodig hebben om perfect te functioneren. Volgens hem is de pers uitstekend in staat om zichzelf te beoordelen en automatisch de juiste beslissingen te nemen in gevallen waarbij er een conflict optreedt tussen de pers en bepaalde overheden. Tenslotte verwijst hij ook nog eens naar de reeds herhaaldelijk geciteerde opvatting dat het omschrijven van een recht automatisch het beperken ervan zou inhouden. Zuckman en Gaynes (1983 : 238) verwijzen naar de ervaringen in de ruim 25 deelstaten waar regionale Shield Legislation bestaat om een aantal van de problemen aan te tonen die daaruit voortvloeien. De vragen die daarbij moeten worden opgelost zijn : (1) wie wordt er beschermd door zulke wetgeving? Beroepsjournalisten? Elke persoon in dienst van een medium? Elke persoon die een uiting publiek maakt ? (2) Welke media kunnen deze bescherming inroepen? (3) Welke informatie mag men achterhouden, welke niet? (4) Welke rechtbank kan

het recht eventueel opheffen? En tenslotte, (5) gaat het om een recht of een plicht? Met andere woorden : kan de journalist eigenmachtig beslissen wanneer hij het recht uitoefent of er van afziet?

TWEE RECENTE TRENDS

In de laatste decennia zijn twee problemen naar de voorgrond gekomen, die voordien ofwel nauwelijks bestonden ofwel weinig aandacht kregen. In beide gevallen werd er echter reeds geschreven over de evolutie voor ze als een probleem werden beschouwd.

In 1947 merkte Hocking (1947 : 18) reeds op dat de obsessie van de Verenigde Staten voor de massa tot een vernietiging van de persvrijheid leidde. Hij verwees daarmee naar de toenemende commercialisering van de Amerikaanse media, waarbij alleen nog meningen konden worden geuit als ze een groot publiek konden aanspreken. Er werd reeds hoger verwezen naar het feit dat alle aandacht in verband met persvrijheid doorgaans gaat naar pogingen van de staat om die vrijheid te beperken. Een even groot gevaar gaat echter uit van de media-industrie, die sommige vormen van meningsuiting (en sommige meningen) helemaal niet *rendabel* vindt en er daarom geen ruimte voor vrijmaakt. Een klassieke, anti-elitaire repliek op deze kritiek is uiteraard dat er een democratisch element zit in de afwijzing door het publiek van bepaalde soorten informatie. Met andere woorden : als het publiek bepaalde zaken niet *wil* zien, horen of lezen, dan is het niet de taak van een aantal intellectuele snobs om hun elitaire voorkeur de massa op te dringen. Verwijzend naar een vorige paragraaf zou men kunnen stellen dat bij de *fair trade of ideas* sommige ideeën blijkbaar het onderspit hebben moeten delven en zijn afgevoerd, niet door de media, maar door het publiek. Terwijl men zou kunnen aanvoeren dat ook minderheidsopvattingen recht zouden moeten hebben op toegang tot de media (zie Barron!), is er echter nog iets anders aan de hand.

Het is inderdaad in vele commerciële media niet in de eerste plaats het publiek dat bepaalt wat het aanbod is, maar wel de adverteerder. Zo dienden heel wat media tijdens de Golfoorlog hun oorlogsverslaggeving (die enorme kijkcijfers haalde) ernstig te beperken, omdat de adverteerders enerzijds afgeschrikt werden door de uitstraling van oorlogsnieuws, waardoor hun reclameboodschap in een negatieve psychologische 'omgeving' zou kunnen komen te staan, en anderzijds door het feit dat bepaalde doelgroepen niet meer werden bereikt, omdat uitlopende journaals en onderbroken uitzendingen het onmogelijk maakten nog te timen wanneer een spot tot bij het publiek geraakte.

Als onderdeel van dezelfde trend wordt eveneens vaak verwezen naar de invloed van *concentratie*, waarbij steeds minder corporaties steeds grotere delen van de media onder hun controle krijgen (zie b.v. Clark en Hutchison 1970 : 3). Over dit aspect is overigens wel reeds een zeer uitgebreide literatuur ontstaan.

Een tweede trend verwijst naar een herinterpretatie van het First Amendment, een opvatting die vrij recent is, maar in feite terug aansluit bij één van de basisideeën die door dat amendement werden uitgedrukt. Voordien werd persvrijheid in de eerste plaats gedefinieerd als het recht van de pers om mee te delen wat het te weten was gekomen. Een probleem daarbij was dat de overheid (de bureaucratie) een natuurlijke drang tot geheimhouding lijkt te hebben. De administratie is er van nature snel van overtuigd dat het onthullen van bepaalde vormen van informatie de staat en - in haar ogen - dus de maatschappij als zodanig schade zou berokkenen. Het probleem daarbij is dat bureaucraten en politici zulke beperkingen meestal liefst zo ruim mogelijk interpreteren (Brant 1970 : 81). De pers aan de andere kant raakte er meer en meer van overtuigd dat ze niet alleen het recht had mee te delen wat ze wist, maar dat ze ook, en zelfs in de eerste plaats, met recht de toegang tot bepaalde informatie kon *opeisen*. Dit principe van *vrijheid van informatie* werd in 1966 zelfs expliciet bevestigd door de 'Federal Public Records Law', die tot 'Freedom of Information Act' werd omgedoopt en bepaalde onderdelen van het overheidsapparaat tot openbaarheid dwong. De wet was echter in de eerste plaats symbolisch en slechts gedeeltelijk effectief. Bovendien wees hij nog maar eens aan hoe het vastleggen van een recht tegelijkertijd de beperking ervan inhoudt, toen bleek dat de *Act* een aantal overheidsdiensten die voordien toegankelijk waren voor de pers plotseling afschermden (Blachard 1974 : 402). Brant (1970 : 75) wijst er op dat de Vrijheid van Informatie niet expliciet wordt gegarandeerd door het First Amendment, maar dat het hele artikel in feite gebaseerd is op dat principe, zoals overigens blijkt uit de verslagen van de debatten die werden gevoerd door de samenstellers van de grondwet. De idee achter de *Fair Trade of Ideas* was immers het zorgen voor een geïnformeerde burgerij, die door zijn toegang tot de nodige informatie zou kunnen komen tot verstandig en verantwoord zelfbestuur (Zuckman en Gaynes 1983 : 5).

Het voorbije decennium heeft een krachtige heropleving gezien van deze opvatting, met name in de discussie die volgde op de Amerikaanse inval in Granada. Tijdens die inval bestond er een volledige informatie-stop. Het werd de pers, die totale vrijheid gewoon was uit de Vietnam-periode, zelfs fysiek verhinderd zelfs maar in de buurt van het conflict te komen. Aanvankelijk waren een aantal media dan ook van plan naar de rechter te stappen om formeel toegang tot dit gebeuren en dit nieuws te eisen. Alleen de angst voor het precedent dat zou worden geschapen mochten ze zo'n pro-

ces verliezen, weerhield de uitgevers er uiteindelijk van hun actie door te zetten (Denniston 1985 : 357). Denniston wijst er op dat met deze claims de houding van de pers definitief gewijzigd is. Waar persvrijheid vroeger werd gezien als de vrijheid verslag uit te brengen en opinies te uiten over de handelswijze van de overheid, ziet de Amerikaanse pers zichzelf aan het einde van de twintigste eeuw zeer duidelijk als een instantie die de overheid effectief controleert en in die zin dan ook expliciet recht heeft op toegang tot eender welke informatie die verband houdt met het handelen van de bureaucratie en de politieke overheid (Denniston 1985 : 358).

BESLUIT

Tot besluit kan men voor wat betreft de persvrijheid in de Verenigde Staten van Amerika twee negatieve en twee positieve trends signaleren.

Vooreerst valt op dat de overheid grote inspanningen levert om bepaalde informatie voor het publiek verborgen te houden. Het zou verkeerd zijn te beweren dat dit soort overheidsingrijpen is toegenomen, zonder harde onderzoeksgegevens. De recente gebeurtenissen in de Golf leken weliswaar sterk op een escalatie van censuur, maar waren in de realiteit veeleer een reactie op de abnormale afwezigheid van censuur tijdens de Vietnamoorlog. (Men kan in Denniston [1985 : 361] lezen dat na de inval in Granada overleg tussen overheid en pers heeft plaatsgevonden, op basis waarvan het 'pooling'-systeem is ontwikkeld dat tijdens de Golfoorlog is toegepast en dat de journalisten dus eigenlijk niet zo had mogen verrassen.) Bepaalde onderwerpen zijn vrijwel steeds aan censuurregelingen onderhevig geweest. Elke periode heeft bovendien zijn eigen gevoeligheden. Zo trachtte men in de zeventiger jaren zoveel mogelijk om rassenrellen en -conflicten uit de pers te houden (Clark en Hutchison 1970 : 11).

Een tweede negatieve ontwikkeling die evenmin nieuw is, is de economische concentratie. Hoe en in welke mate deze concentratie de verscheidenheid in de pers en in de media in het algemeen beïnvloedt, is ondertussen uitgebreid onderzocht en becommentarieerd. Een tweede economisch element is de toenemende commercialisering en de daarmee samenhangende rationalisering van de media, waarbij minderheidsopvattingen of opvattingen die een voor adverteerders oninteressant publiek aanspreken, het moeilijk vinden zich nog te laten representeren in/via de media.

Een positieve evolutie is het feit dat men het begrip persvrijheid steeds meer is gaan vertalen als een *recht op informatie*. De burger en, dus, de journalist heeft in die optiek niet alleen het recht zijn mening te uiten en

te publiceren wat hij weet, het First Amendment geeft hem ook het recht actief informatie te zoeken en zelfs op te eisen.

In die zin biedt, ten tweede, het commerciële karakter van de Amerikaanse pers ook een zekere garantie voor de persvrijheid. Het belang hoge publicatiescijfers te halen, heeft geleid tot een wedloop voor primeurs, een cultuur van onthullingen, waarbij het bekendmaken van schandalen een garantie is geworden voor een stijging van de omzet. Terwijl het uiteraard nog steeds zo blijft dat bepaalde minderheidsopvattingen slechts moeilijk toegang verkrijgen tot de massamedia, garandeert deze 'cultuur van onthullingen' een zekere onafhankelijkheid ten opzichte van (en dus controle op) de overheid.

Of de, door deze commercialisering gecreëerde, oppervlakkigheid van sommige Amerikaanse media niet eveneens een bedreiging inhoudt van de uitingsvrijheid, en of dit het soort pers is dat de makers van de Amerikaanse grondwet voor ogen hadden toen ze hun 'First Amendment' aan de basistekst toevoegden, blijft natuurlijk de vraag, net zoals men zich kan afvragen wat er gebeurd zou zijn indien de stichters van de Amerikaanse staat het - zoals eerst de bedoeling was - toch niet nodig hadden gevonden zo'n clause in de constitutie op te nemen.

LITERATUURLIJST

- Barron, J. A. (1970), Access to the press : A new first amendment right, pp. 421-461 in Clark, D. G. en Hutchison, E. R. (Eds.), *Mass media and the law : Freedom and restraint*. New York, Wiley-Interscience.
- Barron, J. A. (1973), *Freedom of the press for whom? The right of access to mass media*. Bloomington, Indiana University Press.
- Bennet, C. L. (1979), The potential dangers of shield legislation, pp. 455-457 in Blanchard, R. O. (Ed.), *Congress and the news media*. New York, Hastings House.
- Blanchard, R. O. (Ed.) (1979), *Congress and the news media*. New York, Hastings House.
- Brant, I. (1970), The constitution and the right to know, pp. 73-85 in Clark, D. G. en Hutchison, E. R. (Eds.), *Mass media and the law : Freedom and restraint*. New York, Wiley-Interscience.
- Clark, D. G. en Hutchison, E. R. (Eds.) (1970), *Mass media and the law : Freedom and restraint*. New York, Wiley-Interscience.
- Cox, A., Furlong, P. en Page, E. (1986), *Power in capitalist society : Theory, explanations and cases*. Sussex, Wheatsheaf.
- Denniston, L. (1985), Planning for future Grenadas, pp. 355-362 in Hiebert, R. E. en Reuss, C. (Eds.), *Impact of mass media : Current issues*. New York, Longman.

- Graham, F. P. en Landau, J. C. (1979), The federal shield law we need, pp. 447-445 in Blanchard, R. O. (Ed.), *Congress and the news media*. New York, Hastings House.
- Hocking, W. E. (1947) *Freedom of the press : A framework of principle*. Chicago, University of Chicago Press.
- Hudon, E. G. (1963), *Freedom of speech and press in America*. Washington D.C., Public Affairs Press.
- Powe, L. A. (Jr.) (1987), *American broadcasting and the first amendment*. Berkeley, University of California Press.
- Zuckman, H. L. en Gaynes, M. J. (1983), *Mass communications law in a nutshell*. St. Paul (Minn.), West Publishing.

Mediacentrum K.U.Leuven

Opleidingen in het domein van de communicatietechnologie

Het Mediacentrum K.U.Leuven werd in oktober 1988 door het Departement Communicatiewetenschap opgericht, met het doel opleidingen te verzorgen in het domein van de communicatietechnologie, zoals het gebruik van elektronische post (telex, teletex, telefax), de beeldplaat, de CD-ROM, satellietcommunicatie, desktop publishing, online-databanken, videotex, enz. Meestal worden de cursussen 'op maat' gemaakt; d.w.z. dat de inhoud wordt bepaald in functie van de vragen van de organisatie die de cursus wil organiseren voor haar werknemers of klanten.

Het Mediacentrum beschikt bovendien over de volledige infrastructuur aan hard- en software om de cursussen zeer praktijkgericht te kunnen verzorgen.

Geïnteresseerden kunnen meer informatie verkrijgen op het volgende adres:



Mediacentrum K.U.Leuven

t.a.v. dhr. J. Sluyts

E. Van Evenstraat 2A

3000 Leuven

tel.:016/28.32.09

Fax:016/28.32.10

media en migranten : de symbolische dimensie (*)

hans verstraeten

INLEIDING

Sedert de installatie van de Koninklijke Commissaris voor het Migrantenbeleid werd voor het eerst de mogelijkheid gecreëerd om van overheidswege op een systematische en gecoördineerde wijze aandacht te besteden aan de migrantenproblematiek. Al kan er nog flink gediscussieerd worden of de bevoegdheden en de financiële middelen die aan Paula D'Hondt werden toegekend, daartoe wel toereikend zijn. Hoe dan ook, het is ongetwijfeld positief dat er vanwege de overheid meer aandacht en meer middelen vrijgemaakt worden voor sociaalwetenschappelijk onderzoek in verband met de migrantenproblematiek. Op basis hiervan zou dan een solied en efficiënt migrantenbeleid gevoerd kunnen worden. Het is vooral op het vlak van het wetenschappelijk migrantenonderzoek dat ik graag één en ander onder de aandacht zou willen brengen.

HET BELANG VAN DE MEDIA-DIMENSIE

De problematiek van de migranten is erg veelzijdig en een beleid terzake dient dan ook met zeer veel factoren rekening te houden. Uiteraard dient de migrantenproblematiek zich op de eerste plaats aan als een *sociaal-economisch* probleem, al was het maar omdat dit zich onder de meest schrijnende vorm voordoet. De weinig rooskleurige situatie van de migranten op het vlak van huisvesting, onderwijs, gezondheidszorg en werkgelegenheid spreekt hier voor zichzelf. Het is dan ook nodig dat hier zowel onderzoeksmatig als beleidsmatig dringend werk van gemaakt wordt. Daarnaast heeft de migrantenproblematiek onmiskenbaar ook een *culturele* dimensie : de culturele verschillen tussen de migranten en de "autochtone" bevolking zijn vaak groot, en het samenleven gebeurt dan ook niet altijd probleemloos. Deze culturele verschillen zijn even reëel als de sociaal-economische problemen die voordien werden opgesomd.

Het lijkt me echter belangrijk erop te wijzen dat elk maatschappelijk probleem, naast zijn objectief waarneembare en vaak materiële bestaansvorm, ook een "symbolische" bestaansvorm heeft. Hoe wordt het probleem namelijk "in beeld gebracht" naar de publieke opinie toe, hoe wordt het "voorgesteld". Het spreekt vanzelf dat de media hierin een centrale rol vervullen. Deze symbolische bestaansvorm is zeer essentieel, omdat het in grote mate zal bepalen hoe het probleem door de bevolking zal beoordeeld worden en welke oplossingen naar voren kunnen worden geschoven. Vooral in verband met de migrantenproblematiek is deze *symbolische dimensie* van bijzonder belang, en dit om drie redenen.

- 1) Een van de wezenlijke kenmerken van het migrantenprobleem is dat er nauwelijks rechtstreeks contact en interactie is tussen de autochtonen en de allochtonen. Het weinige dat wij van de migranten weten, hebben we niet van henzelf vernomen, maar is in de meeste gevallen gebaseerd op wat anderen over de migranten te vertellen hebben (politici, pressiegroepen, de media, enz.). De publieke opinie i.v.m. migranten is dan ook grotendeels gebaseerd op informatie die communicatief en discursief van aard is. Niet de eigen ervaringen met migranten is hierbij doorslaggevend, maar wel het symbolisch discours dat door anderen over migranten wordt gevoerd.
- 2) Deze symbolische dimensie is nog om een andere reden van belang. We hebben hier namelijk te maken met een probleem waarbij de culturele verschillen tussen de bevolkingsgroepen een grote rol spelen. In heel wat gevallen zijn het echter niet de culturele verschillen op zich, maar wel de beeldvorming over die culturele verschillen, die het probleem veroorzaken.
- 3) Tenslotte is de migrantenproblematiek de laatste jaren meer en meer uitgegroeid tot een *politiek* probleem: door extreem-rechts wordt het blijkbaar met enig succes politiek uitgebuit, racistische gevoelens blijven niet langer onderhuids, maar komen meer en meer aan de oppervlakte, de intolerantie neemt toe, enz. Het feit dat de migrantenproblematiek zich meer en meer voordoet als een probleem van racisme en rassendiscriminatie, duidt er precies op dat de symbolische dimensie van de migrantenproblematiek als maar belangrijker is geworden. Racisme is immers veelal gebaseerd op vooroordelen die het gevolg zijn van onjuiste of onvolledige informatie. De "beeldvorming" van de migrantenproblematiek speelt hierin dus een cruciale rol.

Om deze redenen zou ik er ten zeerste willen voor pleiten dat bij het onderzoek in verband met migranten de aandacht niet alleen zou gaan naar de sociaal-economische en culturele probleemvelden, maar dat men tevens oog zou hebben voor de erg belangrijke symbolische dimensie die aan het probleem verbonden is. M.a.w.: het migrantenprobleem is ook een media-probleem.

MEDIA EN MIGRANTEN : WELK ONDERZOEK ?

In het buitenland, met name vooral in de Verenigde Staten, Groot-Brittannië, Duitsland en Nederland, werd in de voorbije jaren reeds heel wat onderzoek verricht over media en migranten. In België daarentegen is het op dit vlak zeer pover gesteld. Afgezien van enkele licentiaatsverhandelingen (Colin 1987; Doens 1989; Siebens 1990), een deelonderzoek van de UIA en een beluisteringspeiling van de BRT, is er van enig systematisch onderzoek in dit verband nauwelijks sprake. De onderzoeksmogelijkheden zijn nochtans veelvuldig. In de desbetreffende internationale vakliteratuur kunnen een drietal onderzoeksterreinen onderscheiden worden.

Beeldvorming van migranten in de media

Dit is een onderzoeksthema dat in het buitenland reeds veelvuldig werd onderzocht. In de Verenigde Staten werd reeds in 1946 door B. Berelson en Patricia J. Salter een inhoudsanalyse verricht op de fictieverhalen die in de Amerikaanse magazines verschenen (Berelson en Salter 1946). De belangrijkste conclusies waren de volgende :

- De minderheidsgroepen waren zeer zelden aanwezig in de fictieverhalen. Ongeveer 90 % van de personages waren "autochtone" Amerikanen, terwijl dezen in werkelijkheid slechts 60 % van de totale populatie vertegenwoordigden.
- Als minderheidsgroepen dan wel vermeld werden, was dit steeds in ondergeschikte rollen, en werden ze vrijwel altijd op een erg stereotiepe wijze voorgesteld (de Italiaanse maffioso, de domme en luie neger, de gierige en sluwe jood, de emotionele Ier, e.d.).

Vanaf de jaren zestig komt er echter wel enige verandering in de beeldvorming over migranten. Fischer en Lowenstein wijzen erop dat vooral sedert de acties van de Civil Rights Movement de migranten meer aan bod komen in de media, maar dan wel telkens vanuit een negatieve belangstelling (Fischer en Lowenstein 1967). Minderheidsgroepen komen in de media omdat ze via hun demonstraties voor meer burgerrechten problemen vormen voor de autochtone bevolking, terwijl de problemen waar de migranten zelf mee te maken hebben, nauwelijks aan bod komen. De latere Amerikaanse studies (Knopf 1975; Roberts 1975; Greenberg en Mazingo 1976; Greenberg en Atkin 1978; Wilson en Gutierrez 1985), en ook de Britse (Hartmann en Husband 1974; Critcher, Parker en Sondhi 1977) en de Nederlandse studies (Van Dijk 1983, 1987a, 1987b) komen allen tot sterk gelijkaardige conclusies : migranten komen slechts in de media als ze geassocieerd kunnen worden met problemen die ze voor de autochtone

bevolking zouden veroorzaken. Het feit dat de migranten voor de westerse landen ook een belangrijk economisch voordeel betekenen, komt in de berichtgeving nauwelijks naar voor.

Omwille van het feit dat in het buitenland reeds dergelijke inhoudsanalyses voorhanden zijn, en omdat er weinig redenen zijn waarom de beeldvorming over migranten in de Vlaamse media fundamenteel anders zou zijn, lijken in het kader van het onderzoek over media en migranten dergelijke inhoudsanalytische studies me niet meer zo prioritair te zijn. Het zou voornamelijk verlies van tijd en energie betekenen om een onderzoek op te starten waarvan de eindresultaten reeds voorspelbaar zijn op basis van buitenlands onderzoek. In de huidige context lijkt de benadering die o.a. door Frank Reeves in Groot-Brittannië werd ontwikkeld, me heel wat relevanter (Reeves 1983). Reeves analyseerde niet de beeldvorming in de media, maar wel het politieke discours van de twee grote Britse politieke partijen (Konservatieve partij en de Labour partij) i.v.m. raciale aangelegenheden. Zeer doelbewust heeft Reeves de extreem-rechtse politieke partij National Front uit zijn analyse gehouden. Aantonen dat het National Front een racistisch discours hanteert, zou alleen maar neerkomen op het intrappen van open deuren. Hij richt zijn aandacht dus vooral naar de twee gevestigde politieke partijen, die trouwens ook het meest hun stempel drukken op het beleid. Voornamelijk op basis van parlementaire verslagen toont hij aan hoe deze partijen, zonder gebruik te maken van een expliciet racistisch woordgebruik, hun discours zodanig opbouwen dat het een legitimatie vormt voor een migrantenbeleid dat in zijn consequenties duidelijk discriminatoir is. Een dergelijk onderzoek zou ook in ons land hoogst nodig eens uitgevoerd moeten worden.

Het belang van dergelijke beeldvorming naar het publiek toe moet echter op zijn juiste waarde geschat worden. Het is mijns inziens totaal onterecht om te stellen dat het publiek racistisch zou worden, omdat het in de media regelmatig met een vertekende beeldvorming over migranten geconfronteerd zou worden. Dergelijke stelling is immers gebaseerd op een media-centrisme, waar te veel media-onderzoekers zich spijtig genoeg toe laten verleiden. Het belang van de media schuilt hem niet in het feit dat de media racistische vooroordelen zouden veroorzaken. Het onaangepast of onbestaand beleid van de lokale, regionale en gewestelijke overheid is ongetwijfeld op dit vlak een veel sterkere oorzakelijke factor. De media spelen in deze problematiek om andere redenen een belangrijke rol. Het is namelijk in de media dat het publiek de argumenten vindt om een xenofobe houding te verantwoorden en te legitimeren. De recente studie van Teun A. Van Dijk is op dit vlak betekenisvol (Van Dijk 1987b). In zijn boek "Communicating Racism" onderzoekt hij hoe mensen in hun interpersoonlijke communicatie racistische vooroordelen voortdurend repro-

duceren. Daaruit blijkt overduidelijk dat, als mensen gevraagd wordt hun racistische houding te argumenteren, zij in de meeste gevallen verwijzen naar zaken die ze in de media gezien, gehoord of gelezen hebben. Een gelijkaardige conclusie was trouwens ook al terug te vinden in de studie van Paul Hartmann en Charles Husband (Hartmann en Husband 1974). De beeldvorming over migranten in de media verschaft het publiek dus een legitimatiekader voor eventuele racistische vooroordelen, maar is er zeker niet de oorzaak van.

Rol van de media bij integratie

Een ander onderzoeksperspectief heeft te maken met de vraag hoe de media kunnen worden gehanteerd om te voorkomen dat zich racistische houdingen ontwikkelen. In dit verband zou het bijzonder interessant zijn om eens te onderzoeken welke de weerslag is van twee uiteenlopende journalistieke werkmethodes in de berichtgeving over migranten. Aanleiding hiertoe is de veelbesproken Panorama-uitzending van enige tijd geleden over de migrantenproblematiek, die de publieke opinie toen zeer sterk heeft beroerd. In deze uitzending stonden twee journalistieke werkmethodes tegenover elkaar: het publiekelijk tonen van de meest rabiate racistische uitspraken met het oog op het bereiken van een schokeffect, en het aantonen dat migranten bereid en in staat zijn zich in de maatschappij te integreren. Het zou bijzonder boeiend zijn om eens grondig na te gaan welke journalistieke aanpak welke weerslag heeft bij welk soort publiek. Zo'n onderzoek zou trouwens zeer goed aansluiten bij het kwalitatief receptie-onderzoek, een onderzoeksperspectief dat de laatste jaren binnen het media-onderzoek een snelle ontwikkeling kent. Hierbij staat niet de vraag centraal hoeveel kijkers men met een bepaald programma bereikt, maar wel hoe verschillende soorten publieken uiteenlopende betekenissen toekennen aan een welbepaald programma.

Een ander belangrijk aspect heeft te maken met het programmabeleid dat de media-organisaties zelf op dit vlak voeren. Het is voldoende bekend dat het creëren van specifieke migrantenprogramma's, die ongetwijfeld hun nut hebben voor de migranten zelf, niet onmiddellijk de integratie tussen autochtonen en allochtonen bevorderen. Het is veel belangrijker dat in de gewone programmatie ook de stem van de migranten gehoord wordt, ook en vooral over onderwerpen die niet migrant-specifiek zijn. Dit zou zelfs zeer eenvoudig aangepakt kunnen worden. Ik ben er sterk van overtuigd dat de onderlinge integratie al een flink stuk zou bevorderd worden als de omroep een migrant als omroeper of nieuwslezer zou aanwerven (zoals dit in Nederland al een hele tijd het geval is). Alleen dit al zou een veel sterker integrerend effect hebben dan eender welke zeer dure sensibiliseringscampagne. Uit het recent onderzoek van prof. Billiet

blijkt trouwens dat de publieke opinie daar zeker niet negatief tegenover staat : wat Vlaanderen betreft zou ongeveer 48 % dit goedkeuren, voor 32 % blijft dit om het even en slechts een kleine 20 % van de onder-
vraagden keurden dit expliciet af (Billiet, Carton en Huys 1990). Een niet
onbelangrijke diversificatie hierbij : de BRT-kijker zou hier heel wat posi-
tiever tegenover staan dan de VTM- en RTL-kijker.

Onderzoek naar mediagebruik, -gedrag en -behoeften bij migranten

Het onderzoek i.v.m. "cross-cultural adaptation", een onderzoeksperspec-
tief dat vooral in de U.S.A. is ontstaan, maar de laatste jaren ook in
Europa tot ontwikkeling is gekomen (Kim en Gudykunst 1988), heeft
naast de psychologische en de sociologische aspecten ook een niet onbe-
langrijk communicatief luik (Gudykunst en Hammer 1988). Hoewel dit
onderzoek op conceptueel vlak nogal vaag en vaak ook discutabel is, opent
het echter ook een aantal interessante onderzoeksmogelijkheden. Eénn
ervan is het onderzoek naar het mediagebruik, -gedrag en -behoeften van
migranten. Het gebruik van de "autochtone" media kan ongetwijfeld een
belangrijk element vormen voor de cross-culturele integratie. Vooral op
dit onderzoeksvlak is het in ons land wel zeer pover gesteld. Twee jaar
geleden hebben Els Schakenbos en Gerard Marsman het onderzoek i.v.m.
mediagebruik van migranten in zes Westeuropese landen geïnventariseerd
(Schakenbos en Marsman 1988). België schittert hierbij eens te meer door
een bijna totale afwezigheid van enig diepgaand onderzoek. Wel kan ik
hierbij verwijzen naar een verdienstelijke eindverhandeling die zeer
onlangs door Yannick Siebens werd gerealiseerd. Zij onderzocht het
mediagebruik van Marokkaanse jongeren in de gemeente Willebroek (Sie-
bens 1990). Hoewel haar onderzoek kleinschalig van opzet was en dus
zeker geen totale representativiteit beoogde, geven haar eindresultaten
toch een aantal belangrijke indicaties. Vooral omdat haar studie heel wat
van het stereotiep denken i.v.m. het mediagebruik van migranten door-
prikt :

- Wat de keuze van de televisiekanalen betreft, is het zeker niet zo dat de
vader van de familie dit volledig eigenmachtig zou beslissen. In de
meeste gevallen wordt er op een democratische wijze gekozen.
- In tegenstelling tot wat vaak gedacht wordt, is het niet zo dat in migran-
tengezinnen de televisie voortdurend aanstaat.
- De migrantenjongeren kijken naar dezelfde zenders als de Vlaamse
jongeren (met een lichte uitzondering voor RTL).
- Er is echter wel een belangrijk verschil tussen het mediagebruik van de
migranten van de eerste en de tweede generatie, vooral op het vlak van
radio en video.

Migranten van de eerste generatie gebruiken radio en video vooral om contact te houden met het thuisland, terwijl de migranten van de tweede generatie dit vooral hanteren om het contact met het gastland te bevorderen.

- Uiteraard zijn er ook een aantal frappante verschillen in vergelijking met de Vlaamse bevolking, die vooral hun oorsprong vinden in de cultureel-religieuze verschillen. De bioscoop is voor Marokkaanse migranten enkel toegankelijk voor mannen en gehuwde vrouwen.

Hoe voorzichtig men met deze gegevens ook moet omspringen, het toont reeds voldoende het nut aan van meer systematisch en diepgaand onderzoek naar het mediagebruik bij migranten.

CONCLUSIE

Dit zijn slechts enkele ideeën via dewelke de symbolische dimensie van de migrantenproblematiek onderzoeksmatig aangepakt kan worden. Uiteraard dient dit nog verder gesystematiseerd en uitgediept te worden. Ik hoop dat het migrantenbeleid van de overheid, zeker als het een strategie op lange termijn wil uitbouwen, ook aandacht zal besteden aan dergelijke media-aspecten die verbonden zijn aan de migrantenproblematiek. Tot nu toe werd in ons land daaraan bijzonder weinig aandacht besteed. Ook in de twee uitvoerige en trouwens erg verdienstelijke beleidsrapporten van het Koninklijk Commissariaat voor het Migrantenbeleid wordt het media-aspect grotendeels over het hoofd gezien (Koninklijk Commissariaat voor het Migrantenbeleid 1989, 1990). Zonder te willen vervallen in het reeds hierboven bekritiseerde mediacentrisme en zonder de bedoeling te hebben een louter opportunistisch pleidooi te houden "voor eigen winkel", hoop ik toch duidelijk te hebben gemaakt dat op dit vlak een niet onbelangrijke leemte werd gelaten.

- (*) Paper gepresenteerd op de studiedag "Buitenlandse minderheden in Vlaanderen/België. Evoluties, opinies en beleid." Georganiseerd door N.F.W.O.-contactgroep "Wetenschappelijk onderzoek inzake buitenlandse minderheden in Vlaanderen/België", 19 oktober 1990, UFSIA, Antwerpen.

LITERATUURLIJST

- Berelson, B. en Salter, P.J. (1946), Majority and minority Americans : An analysis of magazine fiction, *Public Opinion Quarterly*, (10) : 169-190.
- Billiet, J., Carton, A. en Huys, R. (1990), *Onbekend of onbemind ? Een sociologisch onderzoek naar de verhouding van de Belgen tegenover migranten*. Leuven, Sociaalwetenschappelijk Onderzoeksinstituut K.U. Leuven.
- Colin, V. (1987), *Radio- en televisieprogramma's voor etnisch-culturele minderheden*. Eindverhandeling K.U. Leuven.
- Critcher, C., Parker, M. en Sondhi, R. (1977), Race in the provincial press : A case study of five West Midlands papers, pp. 25-192 in Unesco, *Ethnicity in the media*. Paris, Unesco.
- Doens, E. (1989), *Rol van de media bij de integratie van etnisch-culturele minderheden. Case-study : De BRT en de uitzendingen voor migranten*. Eindverhandeling R.U. Gent.
- Fischer, P.L. en Lowenstein, R.L. (Eds.) (1967), *Race and the news media*. New York, Praeger.
- Greenberg, B.S. en Atkin, C. (1978), *Learning about minorities from television*. Seattle, Paper gepresenteerd op het jaarlijks congres van de Association for Education in Journalism.
- Greenberg, B.S. en Mazingo, S.L. (1976), Racial issues in mass media institutions, pp. 309-340 in Katz, P.A. (Ed.), *Towards the elimination of racism*. New York, Pergamon Press.
- Gudykunst, W.B. en Hammer, M.R. (1988), Strangers and hosts : An uncertainty reduction based theory of intercultural adaptation, pp. 106-139 in : Kim, Y.Y. en Gudykunst, W.B., *Cross-cultural adaptation. Current approaches*. Beverly Hills/London, Sage.
- Hartmann, P. en Husband, C. (1974), *Racism and the mass media*. London, Davis-Poynter.
- Kim, Y.Y. en Gudykunst, W.B. (1988), *Cross-cultural adaptation. Current approaches*. Beverly Hills/London, Sage.
- Knopf, T.A. (1975), *Rumors, race and riots*. New Brunswick NJ, Transaction Books.
- Koninklijk Commissariaat voor het Migrantenbeleid (1989), *Integratie(beleid) : een werk van lange adem*. Brussel, 3 delen.
- Koninklijk Commissariaat voor het Migrantenbeleid (1990), *Voor een harmonische samenleving*. Brussel, Inbel.
- Reeves, F. (1983), *British racial discourse. A study of British political discourse about race and race-related matters*. Cambridge/London, Cambridge University Press.
- Roberts, C. (1975), The presentation of blacks in television network newscasts, *Journalism Quarterly*, (52) : 50-55.
- Schakenbos, E. en Marsman, G. (1988), *Migranten en de media. Een literatuurstudie naar trends in het mediagebruik van etnische minderheden in zes Westeuropese landen*. Nijmegen, Masusa.

- Siebens, Y. (1990), *Media en migranten. Een exploratief onderzoek naar het mediagebruik, het -gedrag en de -behoeften van Marokkaanse migrantenjongeren van de tweede generatie in Willebroek*. Eindverhandeling V.U. Brussel.
- Van Dijk, T.A. (1983), *Minderheden in de media*. Amsterdam, Socialistische Uitgeverij Amsterdam.
- Van Dijk, T.A. (1987a), *News analysis. Case studies of international and national news : Lebanon, ethnic minorities, refugees and squatters in the press*. Hillsdale NJ, Erlbaum.
- Van Dijk, T.A. (1987b), *Communicating racism. Ethnic prejudice in thought and talk*. London, Sage.
- Wilson, C.C. en Gutierrez, F. (1985), *Minorities and the media*. Beverly Hills/London, Sage.

Garant
Leven-Apelboom

Guido Fauconnier

MENS EN MEDIA

Een introductie tot de massacommunicatie

- * Presenteert het zeer brede terrein van de massacommunicatie op een overzichtelijke wijze : met een heldere structuur en een logische systematiek.
- * Is een vlot te raadplegen handboek dat een totaalbeeld geeft van de snel evoluerende wereld van de massamedia.

244 blz., geïllustreerd - 590 BF/f 36,90

Garant
Leven-Apelboom

Willem Hesling (Red.)

BILLY WILDER

Tussen Weimar en Hollywood

- * Eerste Nederlandstalige publikatie over Billy Wilder ('Sunset Boulevard', 'Irma la Douce', 'The Front Page', ...).
- * Met bijdragen van N. Brederoo, P. Cattrysse W. Hesling, E. De Kuyper, R. Du Mee, N. Smedley en een recent, exclusief interview met Wilder zelf.

248 blz., rijk geïllustreerd - 720 BF/f 45,-

verkrijgbaar in de boekhandel en bij de uitgever
(in België : tel. 016/25.31.31 - in Nederland : tel. 055/22.06.25)

double indemnity en de film noir

patrick cattrysse

INLEIDING

Filmwetenschappers hebben de film *Double Indemnity* (Paramount; 1944) reeds vanuit diverse hoeken benaderd. Sommigen hebben de film bestudeerd als een literatuurverfilming en hem vergeleken met de roman van James M. Cain. Anderen hebben een analyse geboden van *Double Indemnity* als film noir of als onderdeel van het oeuvre van de auteur Billy Wilder. Nog anderen hebben de voor hen waardevolle kwaliteiten van de film beschreven. In deze bijdrage benaderen wij de film *Double Indemnity* eveneens als een literatuurverfilming, maar in tegenstelling tot de voorgaande studies vergelijken wij deze literatuurverfilming met een reeks andere verfilmingen die ook in het genre van de film noir zijn gemaakt. Uit deze vergelijkende studie blijkt dat de film een reeks gemeenschappelijke kenmerken vertoont, die eigen zijn aan wat men een politiek (of een *poëtië*) van de klassieke Hollywoodverfilming zou kunnen noemen. Anderzijds wordt ook duidelijk dat de adaptatie van *Double Indemnity* op sommige punten afwijkt van deze algemene verfilmingpolitiek. Binnen de perken van een artikel is het uiteraard onmogelijk een omstandige studie van deze verfilmingpolitiek en de positie van *Double Indemnity* tegenover deze politiek uiteen te zetten. Daarom beperken wij ons hier tot enkele voorbeelden van gemeenschappelijke en bijzondere kenmerken.

DOUBLE INDEMNITY : EEN FILM NOIR

Met de term *film noir* verwijzen critici meestal naar een reeks van Amerikaanse misdaadfilms die vooral gerealiseerd zijn tijdens de jaren 1940 en 1950. De term vindt zijn oorsprong in de Franse filmkritiek van kort na de Tweede Wereldoorlog, waar hij gebruikt wordt naar analogie met de *Série noire* van Marcel Duhamel. In deze reeks kan men op narratief vlak vier basiscategorieën onderscheiden :

1. het detectiveverhaal of het politieverhaal, dat dus verteld wordt vanuit het standpunt van de onderzoeker.
2. Het misdadigersverhaal, dat verteld wordt vanuit het standpunt van de misdadiger. Deze misdadiger is doorgaans geen beroepsmisdadiger (zoals de gangster), maar een personage dat op een eerder toevallige wijze verleid wordt door sex (cf. het personage van de *femme fatale*) en/of geld.
3. Het slachtofferverhaal, dat verteld wordt vanuit het standpunt van het slachtoffer van een misdaad. De 'wrong man'-film is hier een typisch voorbeeld van. Een personage wordt ten onrechte van een misdaad beschuldigd en wordt zodoende verplicht ofwel zelf op zoek te gaan naar de ware misdadiger (wat het verhaal in de richting van het detectieverhaal duwt), ofwel zelf misdaden te plegen (waardoor het verhaal in de tweede categorie terecht komt). Het 'pure' slachtofferverhaal, waarin het slachtoffer zelf niets onderneemt, is op zich dus eerder zeldzaam.
4. Een vierde, meer perifere groep van verhalen betreft enkele spionageverhalen. Hierbij gaat het helemaal niet om verhalen waarbij het hoofdpersonage de onderkoelde beroepsspion is, maar om een man of vrouw die in zijn/haar dagelijkse leven niets met spionage te maken heeft en, opnieuw, eerder toevallig in het web van een spionagenet verstrikt geraakt. Het hoofdpersonage van deze verhalen is dus een anti-heroïsche spion, die sterk verschilt van latere helden als James Bond.

Hoewel heel wat meningsverschillen bestaan omtrent de chronologische afbakening van de film noir en het wel of niet behoren van sommige titels tot de serie, zijn er ook heel wat film noir kenmerken en titels waar alle specialisten het over eens zijn. Met name *Double Indemnity* is zo'n film waarvan iedere filmwetenschapper stelt dat het een film noir is. Men herkent bijvoorbeeld het sub-genre van het misdadigersverhaal, - een type verhaal dat nieuw was voor die tijd (1). Men herkent eveneens de typische fotografische stijl : het spel met licht en schaduw, de vaak terugkerende visuele motieven zoals de strepen afkomstig van jaloezieën, van trappentijlen of van tralies, de nat beregende straten, de donkere steegjes, de schuine camera hoeken, het functionele gebruik van de dieptescherpte en zo meer. *Double Indemnity* sluit eveneens nauw aan bij de literaire origines van de film noir. Raymond Chandler (de co-scenarist) en James M. Cain (de auteur van het verfilmde boek) worden meestal in één adem vermeld wanneer men het heeft over de 'tough guy writers' van de jaren '30 en '40 en de zogenaamde 'hardboiled literature', die van bij het begin steeds sterk is geassocieerd met de Amerikaanse film noir. Deze algemene eigenschappen maken dus dat filmcritici *Double Indemnity* unaniem als een film noir hebben beschouwd.

SELECTIE VAN EEN CORPUS

Om de verfilming van *Double Indemnity* te vergelijken met enkele andere filmadaptaties hebben wij een keuze gemaakt uit de honderden films noirs die gerealiseerd zijn tussen 1940 en 1960. Wij hebben ons tot deze periode beperkt, omdat de filmhistorici het er in het algemeen over eens zijn dat de meeste films noirs tijdens deze periode zijn gemaakt. Bovendien is het belangrijk, wanneer men probeert een min of meer coherente verfilmingpolitiek te ontdekken, een corpus te selecteren uit een min of meer beperkte periode.

De keuze van de films zelf is op een weinig systematische manier gebeurd. Een eerste criterium was de beschikbaarheid van zowel de films als de boeken. Verder hebben wij ervoor gezorgd dat de vier (narratieve) basiscategorieën in het corpus vertegenwoordigd waren. Dit betekent dat de onderzoeksresultaten enkel geldig zijn voor de onderzochte films. Verder onderzoek zal derhalve moeten uitwijzen of de hierna geformuleerde hypothesen ook geldig zijn voor andere films noirs, en eventueel voor andere filmgenres.

De combinatie van de twee bovenvermelde criteria heeft uiteindelijk geleid tot het volgende corpus (2) :

	FILMS		ROMANS
1941	The Maltese Falcon (WB)	1930	id. (Dashiell Hammett)
	Suspicion (RKO)	1932	Before the Fact (Francis Iles)
1942	Street of Chance (P)	1941	The Black Curtain (Cornell Woolrich)
	This Gun for Hire (P)	1936	id. (Graham Greene)
1944	Christmas Holiday (U)	1939	id. (Somerset Maugham)
	Double Indemnity (P)	1936	id. (James M. Cain)
	Laura (TCF)	1942	id. (Vera Caspary)
	Murder My Sweet (RKO)	1940	Farewell, My Lovely (Raymond Chandler)
	Phantom Lady (U)	1942	id. (Cornell Woolrich)
1945	Confidential Agent (WB)	1939	id. (Graham Greene)
	Hangover Square (TCF)	1941	id. (Patrick Hamilton)
	Mildred Pierce (WB)	1941	id. (James M. Cain)
	Ministry of Fear (P)	1943	The Ministry of Fear (Graham Greene)
1946	The Big Sleep (WB)	1939	id. (Raymond Chandler)
	Black Angel (U)	1943	The Black Angel (Cornell Woolrich)
	Deadline at Dawn (RKO)	1944	id. (Cornell Woolrich)
	Dragonwyck (TCF)	1943	id. (Anya Seton)
	The Postman Always	1934	id. (James M. Cain)
	Rings Twice (MGM)		

1947	The Brasher Doubloon (TCF)	1942	The High Window (Raymond Chandler)
	Dark Passage (WB)	1946	id. (David Goodis)
	Lady in the Lake (MGM)	1943	The Lady in the Lake (Raymond Chandler)
	Out of the Past (RKO)	1946	Build My Gallows High (Geoffrey Homes)
	Ride the Pink Horse (UI)	1946	id. (Dorothy B. Hughes)
1948	The Big Clock (P)	1946	id. (Kenneth Fearing)
	The Lady from Shanghai (C)	1938	If I Die Before I Wake (Sherwood King)
	Pitfall (UA)	1947	The Pitfall (Jay Dratler)
1950	In a Lonely Place (C)	1947	id. (Dorothy B. Hughes)
1952	On Dangerous Ground (RKO)	1945	Mad with Much Heart (Gerald Butler)
	Sudden Fear (RKO)	1948	id. (Edna Sherry)
1953	The Big Heat (C)	1951	id. (William P. McGivern)

ENKELE GEMEENSCHAPPELIJKE KENMERKEN

Alvorens over te gaan tot de eigenlijke vergelijkende studie willen wij eerst opmerken dat men literaire en filmische teksten op verschillende niveau's kan vergelijken. Om praktische redenen hebben wij ons echter beperkt tot het narratieve niveau. Wanneer men de verfilming van *Double Indemnity* op dit vlak vergelijkt met de andere filmadaptaties van het corpus, dan stelt men meteen vast dat het verfilmingsproces niet op een willekeurige manier is gebeurd, en dat de filmadaptaties verschillende kenmerken met elkaar gemeen hebben. Bij wijze van voorbeeld citeren wij drie gemeenschappelijke eigenschappen :

1. Het verminderen van het aantal scènes
2. Het veranderen van karaktertrekken van personages in functie van identificatie en empathie
3. Het explicieter karakteriseren van personages

Vermindering van het aantal scènes

Wanneer men aanneemt dat een scène bestaat uit handelingen, personages en ruimten, dan stelt men vast dat alle films noirs het aantal handelingen, personages en ruimten (of verplaatsingen) verminderen. Deze reductie gebeurt opnieuw niet op een willekeurige manier. Wanneer men de verschillende filmadaptaties vergelijkt, kan men minstens drie belangrijke criteria onderscheiden : de *standaardlengte* van de film noir, de *narratieve pertinentie* en de *narratieve redundantie*.

De standaardlengte van de Amerikaanse film noir bedraagt 89 minuten (3). Op dit vlak echter neemt *Double Indemnity*, die 106 minuten duurt, wel een bijzondere plaats in, te meer daar de roman (sommigen noemen

het zelfs een novelle) van James Cain korter is dan de gemiddelde verfilmde roman.

Op basis van de narratieve pertinentie stelt men vast dat handelingen die in de roman herhaald worden of een gelijkaardige (narratieve of andere) functie vervullen, het meeste kans lopen weggelaten te worden in de verfilming. Ook de zogenaamde *katalyses* (Barthes 1977), d.i. de handelingen die niet rechtstreeks van belang zijn voor het verdere verloop van het verhaal, worden doorgaans weggelaten. Pas in laatste instantie worden de zogenaamde *kardinale functies* (of handelingen die wel van belang zijn voor het verdere verloop van het verhaal) weggelaten.

Double Indemnity vormt geen uitzondering op deze algemene praktijk. De verfilming vermindert onmiskenbaar het aantal handelingen, personages en ruimten. In het boek begeeft Huff zich bijvoorbeeld tot drie keer toe naar Long Beach om met Mr. Nirdlinger (Dietrichson in de film) te praten. Dit drievoudig bezoek wordt in de film weggelaten. In het boek komen heel wat meer personages voor, die niet altijd van belang zijn voor het hoofdverhaal. Denken we maar aan de directeur van het viticultuurbedrijf, de cliënt Jack Christoff, de personages in het theater aan het einde van het verhaal, enz. Ook het aantal locaties en ruimtelijke verplaatsingen wordt (samen met de bijbehorende handelingen) gereduceerd. We vermeldden reeds de verplaatsingen naar Long Beach. Ook de locatie van het theater waar Huff zijn alibi construeert vooraleer hij Phyllis wil vermoorden, en de daaropvolgende scènes in het Griffith Park en in het hospitaal zijn weggelaten. Deze weglatingen stemmen dus helemaal overeen met de algemene verfilmingpolitiek van de Hollywoodfilm, die in de eerste plaats geïnteresseerd lijkt te zijn in de belangrijkste narratieve momenten van het te verfilmen boek.

'Transkarakterisatie' in functie van empathie

De term 'transkarakterisatie' komt uit de narratologie en slaat op intertekstuele verschuivingen die plaatsvinden op het vlak van het karakter van de personages. Ook hier stelt men dus weer vast dat de verschuivingen in het onderzochte corpus niet willekeurig gebeuren, maar volgens bepaalde patronen of normen verlopen. Eén van deze normen lijkt de identificatie of de empathie van de kijker voor bepaalde personages te beogen. Deze verschuiving vindt men terug in alle films noirs van het corpus. Ook *Double Indemnity* vormt hierop geen uitzondering. Zo ziet men bijvoorbeeld dat het literaire personage van Phyllis in de film menselijker wordt voorgesteld. In de roman van Cain is Phyllis een bijna mythische, paranoïde figuur, die zichzelf ziet als de dood die de mensheid bevrijdt uit de ellende en de sleur van het dagelijkse leven. Alvorens de eerste vrouw van Nirdlinger te vermoorden doodt zij eerst nog haar drie kinderen. In de roman is het Phyllis die het lijk van haar man op haar rug (!) naar de rails van het

treinspoor draagt. In de film heeft men deze onwezenlijke en bijna boven-natuurlijke karakteristieken van het personage achterwege gelaten. De paranoia van Phyllis is hoogstens impliciet verfilmd in het koele acteespel van Barbara Stanwyck. Er is geen sprake meer van de drie kinderen van de eerste mevrouw Nirdlinger, en in de film is het Neff die het lijk van Dietrichson naar de sporen sleept. Phyllis durft nauwelijks naar de dode man te kijken, en ze beperkt zich tot het dragen van zijn hoed.



Phyllis Dietrichson (Barbara Stanwyck) en Walter Neff (Fred Mac Murray) voeren hun moorddadig plan uit.

Bovendien wordt het filmische personage van Phyllis voorgesteld als een onbeminde en verwaarloosde vrouw. Om het personage van Phyllis menselijker voor te stellen wordt dus ook het personage van Dietrichson aangepast. In de roman komt Nirdlinger slechts een paar keer voor, maar in deze scènes is de man vriendelijk, joviaal en begripvol. Nergens wordt gezegd dat hij niet houdt van zijn vrouw. In de film wordt deze relatie

helemaal omgekeerd. Phyllis beklagt er zich over dat haar man niets voor haar over heeft, en dat hij alleen maar aan zijn dochter Lola denkt. Wat later in de film worden deze woorden ook bewaarheid. Dietrichson is inderdaad een norse vent die na een vermoeiende werkdag met de whiskeyfles naar bed gaat, en tegen Phyllis enkel zeurt dat ze te veel geld uitgeeft voor kleren en voor hoeden.

Via dit complexe spel van transkarakterisaties kan de kijker derhalve, beter dan de lezer, begrijpen dat een echtgenote als Phyllis er op een gegeven moment genoeg van krijgt, en het plan beraamt om zich van zo'n echtgenoot te ontdoen.

Explicietere karakterisering van de personages

Een andere terugkomende praktijk bestaat erin de karaktertrekken van de literaire personages in de film sterker van elkaar te onderscheiden. Dit gebeurt meestal wanneer belangrijke personages, die dus behouden dienen te worden in de film, zich niet op voldoende wijze tegenover elkaar profileren. Men stelt bijvoorbeeld vast dat bij de verfilming van *Double Indemnity* de personages van Keyes en Norton sterker uit elkaar zijn gehaald. In de roman is Keyes een ambivalent personage. Geestelijk is hij intelligent en efficiënt, maar lichamelijk is hij weerzinwekkend: hij is dik, hij transpireert overvloedig en hij lijdt onder de warmte. Norton daarentegen is klein, mager en lang niet zo dom als Keyes ons wil doen geloven. In de film worden de negatieve kenmerken van het literaire personage van Keyes weggewerkt, en de positieve kenmerken worden meer in de verf gezet. Daarbij wordt het personage van Norton op een complementaire wijze bijgewerkt. De filmische Keyes is dus lichamelijk niet meer afstotelijk en zijn efficiëntie wordt nog sterker beklemtoond. Anderzijds wordt het filmpersonage van Norton voorgesteld als een 'fils-à-papa', die van de ene dag op de andere op de directeurszetel van het bedrijf is gedropt. In tegenstelling tot de roman wordt Nortons incompetentie beklemtoond en zelfs via een redundante spreekstijl belachelijk gemaakt. Deze verschuivingen houden onder meer in dat bepaalde ontdekkingen die Norton doet in het boek, in de film op het adres van Keyes worden geschreven. In de roman is het bijvoorbeeld Norton die Jackson, - de man die Nirdlinger het laatst levend zag -, terugvindt; in de film is het Keyes die Jackson naar zijn kantoor laat komen. In de roman is het eveneens Norton die opmerkt dat Nirdlinger een ongevalenpolis had, en geen uitbetaling had gevraagd wanneer hij zijn been brak. In de film is het Keyes die deze bedenking maakt, en daarmee de zaak echt aan het rollen brengt.

ENKELE BIJZONDERE KENMERKEN

Maar naast deze meer algemene kenmerken waar de verfilming van *Double Indemnity* zich volledig inpast in de adaptatiepolitiek van de film noir en de klassieke Hollywoodfilm, laat een vergelijkende studie zoals deze ook toe enkele bijzondere, 'afwijkende' praktijken op te merken. We beperken ons opnieuw tot drie voorbeelden :

1. De selectie van een roman van James M. Cain
2. Het gebruik van de buitenbeeldse stem met de flash-back
3. De veranderingen in functie van de suspense

De selectie van een roman van James M. Cain

Double Indemnity is de eerste roman van James M. Cain die in de Verenigde Staten werd verfilmd. Men mag stellen dat zelfs in 1943 de keuze van een roman van James M. Cain niet vanzelfsprekend was. Cain had zich sinds de publikatie van zijn eerste roman, *The Postman Always Rings Twice* (1934), een erg dubieuze reputatie bezorgd, zowel in de literaire als in de filmische kringen. Deze roman lokte een ware lastercampagne uit, en werd verboden in diverse Amerikaanse steden en staten. Wanneer het jaar daarop, in 1935, Cain een kopie van zijn nieuwe roman, *Double Indemnity*, opstuurt naar de studio's, veroordeelt *The Hays Office*, het centrale censuurapparaat, de verfilming 'in toto'. Het is overigens tekenend dat Cain ook in het literaire milieu zijn verhaal niet in boekvorm gepubliceerd krijgt. *Double Indemnity* verschijnt eerst als een feuilletonreeks in het tijdschrift *Liberty*. Pas acht jaar later, in 1943, wordt *Double Indemnity*, samen met twee andere verhalen overigens (nl. *Career in C Major* en *The Embezzler*), onder de titel *Three of a Kind* in boekvorm gepubliceerd. Het is eveneens in datzelfde jaar dat Paramount een tweede poging onderneemt om het verhaal te verfilmen.

Dit belet echter niet dat Cain het misdaadverhaal in belangrijke mate heeft vernieuwd. Cain is namelijk één van de eersten geweest om verhalen te schrijven waarin niet heroïsche personages op een soms toevallige wijze verleid worden tot de misdaad. Hiermee werd zoals gezegd een nieuw (sub)genre gecreëerd, dat zich situeert tussen het detective- of het politieverhaal enerzijds en het gangsterverhaal anderzijds (cf. supra). Door deze en andere verhalen van auteurs zoals Jay Dratler en Dorothy B. Hughes te verfilmen, heeft de cinema een parallel nieuw (sub)genre vanuit de literatuur geïmporteerd.

Buitenbeeldse vertelling met flash-backs

De vertelling via een buitenbeeldse stem gecombineerd met flash-backs is een verteltechniek die in de wetenschappelijke literatuur veel is besproken (Kozloff 1988; Telotte 1989; Turim 1989). Ze wijkt sterk af van de dominante vertelwijze van de klassieke Hollywoodfilm, en ze is bovendien vaak beschreven als typisch voor de film noir. Een vergelijkende studie van *Double Indemnity* met de andere films noirs uit het corpus laat echter toe ook deze bewering te nuanceren. In de eerste plaats blijkt dat de dominante klassieke vertelwijze, nl. de heterodiëgetische (4) rechtlijnige vertelling, ook de meest toegepaste verteltechniek is in de films noirs van het corpus, en men mag zelfs stellen in de film noir in het algemeen (cf. infra). Wanneer men de dertig films noirs van het corpus op dit punt analyseert, dan stelt men vast dat 17 films de heterodiëgetische vertelling van de roman overnemen en dat 5 films de homodiëgetische vertelling van de roman zelfs transformeren in een heterodiëgetische vertelling. Slechts 6 films noirs nemen de homodiëgetische vertelling van de roman over, en slechts één film noir verandert de heterodiëgetische vertelling van de roman in een homodiëgetische vertelling, nl. *Mildred Pierce*. Deze uitzondering is des te interessanter omdat de producer Jerry Wald zich volgens de overlevering (La Valley 1980) zou hebben laten inspireren door het voorbeeld van *Double Indemnity*. Eén film noir, namelijk *Dark Passage*, verandert de heterodiëgetische vertelling van de roman in een combinatie van een homodiëgetische en een heterodiëgetische vertelling in de film.

Het belang van de buitenbeeldse vertelling met flash-backs dient men dus als relatief voor te stellen. Wanneer men de bovenvermelde studies van Telotte (1989) en Turim (1989) hierop naslaat, dan stelt men vast dat de auteurs ongeveer 50 à 60 voorbeelden citeren die deze verteltechniek toepassen. Wanneer men deze voorbeelden echter plaatst in het totaal van de meer dan 600 films die tussen 1940 en 1960 zijn geproduceerd (Cattrysse 1990), dan maken die 50 à 60 films hoogstens tien procent uit van de film noir. Tegenover het totale corpus van films noirs vormt de buitenbeeldse vertelling met flash-backs dan nog steeds een vrij perifere verteltechniek. In vergelijking met de toepassing van deze verteltechniek in andere filmgenres kan men echter vermoeden dat de techniek van de buitenbeeldse vertelling met flash-backs in geen ander genre zo ver is ontwikkeld en zo vaak is gebruikt. In dit opzicht zou men dan wel kunnen spreken van een (relatief) belangrijke nieuwe verteltechniek.

Veranderingen in functie van de suspense

Een laatste bijzondere adaptatiepraktijk die we hier vermelden, betreft eigenlijk een oude dramatische techniek die erin bestaat antagonist samen te brengen in dezelfde of in een aanpalende ruimte, om zo suspense

te creëren. Zeker in de thriller kan de confrontatie van de tegenstrevers in het verhaal de spanning verhogen, omdat in die situatie de misdadigers dreigen te worden ontmaskerd en het mysterie (vroegtijdig) dreigt te worden opgelost. *Double Indemnity* biedt verschillende voorbeelden van scènes die in die optiek in de film zijn aangepast of toegevoegd. In de film komt Keyes op een gegeven moment bij Neff op zijn kantoor. Keyes vraagt Neff of hij zijn verkopersjob wil opgeven om bij hem te komen werken. Maar terwijl Keyes Neff probeert te overtuigen, belt Phyllis Neff op om hem te vertellen dat de moord op haar man diezelfde nacht moet gebeuren. Via de telefoon worden de antagonisten hier dus met mekaar geconfronteerd. De spanning wordt bovendien nog opgedreven doordat het Keyes is die de hoorn opneemt als Phyllis belt. Vermits Keyes tijdens het telefoongesprek in het kantoor blijft wachten, kan Neff niet voluit praten. Om uiteindelijk aan Keyes toch een soort van verklaring te geven, verzint hij een smoes en vertelt hij dat het zijn vriendin 'Margie' was die hem opbelde. De betekenis van de confrontatie van de antagonisten beperkt zich in deze scène trouwens niet tot het creëren van suspense. Neff krijgt hier namelijk voor de laatste keer in het verhaal de kans om te kiezen tussen de weg van het goede (de job die Keyes hem aanbiedt) en de weg van het kwade (de moord en de oplichting die Phyllis hem voorstelt). Neff kiest uiteindelijk voor de laatste weg, en Keyes trekt dan ook zijn conclusies: 'You're not smarter, Walter. You're just a little taller'.

Een ander voorbeeld vinden we terug in de confrontatiescène die volgt na de moord op Dietrichson. Norton roept Neff en Keyes bij zich, omdat hij denkt dat Dietrichson zelfmoord heeft gepleegd. In de roman komt een gelijkaardige scène voor, maar Phyllis is in deze scène niet aanwezig. In het boek heeft Huff Phyllis namelijk strikt geboden thuis te blijven en de telefoon niet op te nemen. In de film wordt de suspense, die reeds aanwezig is in het boek, dus nog wat opgedreven. De kijker en Neff vragen zich niet alleen af wat Norton en Keyes in het schild voeren, maar zij kijken bovendien vol spanning uit naar de manier waarop Phyllis deze eerste test zal doorstaan.

Het meest frappante voorbeeld van deze confrontatietechniek tenslotte komt in de scène die hier onmiddellijk op volgt. Keyes gelooft niet in de zelfmoordtheorie, en hij overtuigt Norton ervan dat Dietrichson nooit van de trein kan gesprongen zijn met het opzet zichzelf te doden, te meer daar de trein op dat moment slechts vijftien mijl per uur reed. Neff keert dan ook gerustgesteld naar huis terug, want Keyes, hun meest geduchte tegenstander, is zich van geen kwaad opzet bewust. Van zodra Neff op zijn appartement thuiskomt, belt Phyllis hem op. Neff vertelt haar dat alles nu wel in orde komt en nodigt haar uit de goede afloop van hun complot bij hem te komen vieren. Wanneer Neff echter de hoorn neerlegt, belt iemand aan de deur. Niet Phyllis maar Keyes komt Neffs appartement binnen om te zeggen dat zijn instinct ('his little man') en zijn ervaring hem

vertellen dat er 'iets' niet in orde is met de Dietrichson-zaak. Hierdoor wordt de spanning uiteraard opnieuw opgedreven. In de eerste plaats blijkt dat Keyes lang niet meer overtuigd is dat Dietrichson op een onschuldige manier is omgekomen, maar bovendien weten de kijker en Neff dat Phyllis ieder ogenblik het appartement kan binnenstappen. Wanneer Phyllis de gang opkomt en op het punt staat de deur van Neffs appartement open te trekken, hoort zij echter 'gelukkig' net op tijd Keyes' stem. Keyes komt op dat moment net naar buiten, en de voor de gelegenheid praktisch naar buiten zwaaiende deur laat Phyllis toe zich op het laatste nippertje voor Keyes te verbergen.



Een confrontatie van antagonisten: Phyllis Dietrichson (Barbara Stanwyck) verbergt zich voor verzekeringsinspecteur Barton Keyes (Edward G. Robinson).

Dat deze 'confrontatie'-techniek spanning creëert, mag dus uit deze enkele voorbeelden wel duidelijk zijn. Overigens is *Double Indemnity* niet de enige verfilming uit het corpus, die deze techniek toepast. Men vindt ze eveneens terug in andere verfilmingen zoals bijvoorbeeld *Deadline at dawn*. Toch onderscheidt deze narratieve techniek zich van de meeste andere, vaak reductionistische en vereenvoudigende narratieve veranderingen door haar additieve en doorgaans complicerende karakter.

CONCLUSIE

Het is zoals gezegd onmogelijk om binnen het bestek van een artikel een exhaustieve studie te brengen van een genre of van een film. Het was er ons dan ook enkel om te doen aan de hand van enkele voorbeelden een nieuwe methode voor te stellen om het verschijnsel van de filmadaptatie te bestuderen. Bij het vergelijken van één verfilming met een reeks andere adaptaties die bijvoorbeeld behoren tot hetzelfde genre, blijkt al gauw dat de reproductie van de brontekst lang niet de enige bekommernis is van de filmmakers, en vaak zelfs lang niet de belangrijkste. Naast de brontekst kunnen tal van andere factoren een rol spelen. Deze factoren kunnen zich binnen het filmmedium of het filmgenre bevinden, maar zij kunnen zich evenzeer buiten de filmwereld situeren, binnen de algehele socio-culturele, politieke en economische context. Aan de hand van enkele voorbeelden is gebleken dat verschillende adaptaties gemeenschappelijke kenmerken kunnen vertonen. Dit wijst erop dat gemeenschappelijke normen of dwangfactoren het selectie- en verfilmingsproces kunnen bepalen. Anderzijds laat het zoeken naar gemeenschappelijke factoren tegelijk toe individuele kenmerken van een werk of van een auteur te onderzoeken. Het individuele laat zich namelijk precies definiëren op de achtergrond van het niet-individuele. Ook hier hebben we in de film *Double Indemnity* enkele voorbeelden van gezien. Door de literatuurverfilming niet alleen meer in functie van de reconstructie van een brontekst te bestuderen, maar ze in een ruimere context te plaatsen van andere gelijkaardige of andere producties, kunnen dus heel wat 'nieuwe' aspecten aan bod komen, d.w.z. aspecten van de filmadaptatie die tot op heden weinig of niet zijn bestudeerd.

De voordelen en gebreken van de methode kunnen echter niet worden 'bewezen' via de analyse van één film of één genre. Verder onderzoek op andere en grotere corpora zal eerst tot interessante vernieuwende resultaten moeten leiden, vooraleer men met zekerheid zal kunnen stellen dat deze nieuwe aanpak een stap in de goede richting is geweest.

NOTEN

- (1) In dit verband publiceert Nino Frank in 1946 een artikel in het Franse tijdschrift *Ecran* met als titel 'un nouveau genre policier : l'aventure criminelle'.
- (2) De namen van de studio's hebben wij als volgt afgekort : Twentieth Century-Fox (TCF), Warner Brothers (WB), Metro-Goldwyn-Mayer (MGM), Paramount (P), Universal (U), Universal-International (UI), Eagle-Lion (EL) en Columbia (C).

- (3) Deze standaardlengte is berekend op basis van een groter corpus van 604 films noirs die geselecteerd zijn uit de belangrijkste filmografieën van de film noir. Voor meer informatie hierover verwijzen wij naar Cattrysse (1990).
- (4) Deze terminologie is ontleend aan Genette (1972). Een *heterodiëgetische* vertelinstantie verwijst naar een vertelinstantie die niet aanwezig is als personage in het verhaal. Een vertelinstantie die wel als personage in het verhaal aanwezig is, noemt men een *homodiëgetische* vertelinstantie.

LITERATUURLIJST

- Barthes, R. (1977), Introduction à l'analyse structurale des récits, pp. 7-57 in Barthes, R., Kayser, W., Booth, W.C. en Hamon, Ph., *Poétique du récit*. Paris, Editions du Seuil.
- Cattrysse, P. (1990), *L'adaptation filmique de textes littéraires. Le film noir américain*. Leuven, doctoraatsthesis.
- Genette, G. (1972), *Figures III*. Paris, Editions du Seuil.
- Kozloff, S. (1988), *Invisible storytellers. Voice-over narration in American fiction film*. Berkeley, University of California Press.
- La Valley, A.J. (1980) (ed.), *Mildred Pierce*. Madison-Wisconsin, University of Wisconsin Press.
- Telotte, J.P. (1989), *Voices in the dark. The narrative patterns of film noir*. Chicago, University of Illinois Press.
- Turim, M. (1989), *Flashbacks in film. Memory & history*. London, Routledge.

**in
de
marge**

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

**vtm in het
cultuurdebat**

gust de meyer

Sinds 1990 is een hevige discussie gevoerd over het aanbod van VTM, de commerciële zender, die vanaf 1989 op de kabel te bekijken is, in vergelijking met wat de openbare omroep, BRT, te bieden heeft. De verwijten die aan het adres van VTM gericht zijn, betreffen onder meer de nadruk die daar op amusement zou liggen en het gebrek aan enige belangstelling voor vormende programma's; de verwijten die aan de BRT gericht zijn, betreffen de overigens mislukte pogingen (althans voor 1990) van deze zender om het VTM-pad te betreden. De stelling die in dit artikel verdedigd wordt, is dat onder deze polemiek in feite een andere schuilgaat. Waar het in feite om gaat, is om een discussie over wat cultuur is. Voor de komst van VTM is deze discussie trouwens gevoerd over BRT-programma's, maar sinds VTM is de tegenstelling tussen 'goede' en 'slechte' BRT-programma's vergleden naar de discussie tussen BRT en VTM. De BRT staat nu vrijwel buiten discussie, maar wordt nu, en bloc, geplaatst tegenover VTM, eveneens en bloc. In hun ijver om de commerciële zender te bekritisieren ontgaan de critici voor de hand liggende en onbediscussieerbare positieve gevolgen van

de komst van VTM, zoals de opleving van een Vlaamse beeldindustrie, de heropleving van de Belgische muziekindustrie..., de heropleving van een Vlaamse gevoeligheid ook. Televisie is immers een wij-medium, niet een medium van distantie zoals het geschreven woord dat wel kan zijn; en VTM is een wij-Vlamingen medium; in tegenstelling tot wat de verdedigers van de hoge cultuur beweren, is de populaire (tv-)cultuur het cement van een natie; het is in populaire dramatische series dat de Vlaming zich herkent, wat deze series ook zo populair maakt.

ENKELE CIJFERS

De discussie aan de oppervlakte - zoals gezegd niet de ter zake doende discussie - is te doen om het volgende. Uit een practicumwerk, gemaakt in de tweede kandidatuur aan het Departement Communicatiewetenschap, zijn onderstaande cijfers naar voren gekomen (zie tabel 1).

De zaak is duidelijk gesteld: VTM biedt geen educatie aan, waar nochtans het decreet van 28 januari 1987

voorziet dat de programma's van de niet-openbare televisieverenigingen tot taak hebben in een evenwichtig zendschema een verscheidenheid van informatie, vorming en ontspanning te brengen. Men kan redetwisten over wat precies bedoeld wordt met de evenwichtigheid van het zendschema, maar de afwezigheid van 'vorming' kan natuurlijk nooit tot evenwichtigheid leiden: om evenwichtig te zijn dient de categorie tenminste voor te komen! Alles hangt natuurlijk af van wat onder 'vorming' bedoeld wordt. Het categorieënschema, gebruikt in het bovengenoemde onderzoek, is het zogeheten Escort-schema, waarmee de programma's onder meer naar de "kennelijke (belangrijkste) bedoeling van het programma" worden gecatalogeerd. Hier beginnen de moeilijkheden: afgezien van de vraag of men die intentie niet beter peilt bij de programmamakers dan die proberen af te leiden uit de programma's, kan men moeilijkheden bij de interpretatie van het categorieschema verwachten, met name wanneer men zich concentreert op de 'belang

TABEL 1

	BRT			VTM	
	Feb. '88	Feb. '89	Nov. '89	Feb. '89	Nov. '89
Informatie	30,65	38,02	35,00	16,87	20,28
Educatie	14,52	6,27	6,92		
Amusement	50,11	51,27	52,32	83,13	79,72
Religie	0,58	0,47	0,50		
Over. intent.	4,14	3,97	5,25		

rijkste' intentie. Het zou kunnen dat een aantal programma's ongetwijfeld (ook) vormende intenties hebben, maar alle onder één verstikken-de noemer van amusement of informatie terecht komen. Karikaturaal voorgesteld zou een programma-schema waarvan alle programma's voor 49 % de intentie hebben te vormen, maar voor 51 % de intentie hebben te ontspannen, uiteindelijk als 100 % ontspannend uit het onderzoek komen. Vervolgens: er wordt in het Escort-programma in een categorie 'educatie' voorzien. Educatieve programma's worden gedefinieerd als: "programma's die primair educatief bedoeld zijn en waarin het onderwijzend element fundamenteel is"; ze zijn "speciaal gericht op de vermeerdering van kennis en de vaardigheid op een onderwijzende manier, alsmede programma's die gericht zijn op bevordering van inzicht en een eigen mening d.m.v. gesprekken, fora (zgn. vorming)". Als voorbeelden worden genoemd: schooltelevisie, Teleacursussen - het gaat om de Nederlandse versie van het internationale codeerschema - , open school-cursussen, bridgecursus ... maar niet om medische rubrieken en populair wetenschappelijke programma's, omdat ze geen didactisch opzet hebben; "criterium voor de indeling onder educatie is de didactische instructie in de programma's of de gerichte vormende aanpak. Vaak is het kenmerk ook de participatie: cursusmateriaal, opgaven, huiswerk, enz.". Het moet duidelijk zijn dat, wanneer de wetgever in het decreet

over vorming heeft gesproken, hij niet kan bedoeld hebben VTM nog eens een strikt educatief-didactische opdracht mee te geven in de zin van schooltelevisie, zoals de BRT, als openbare omroep, die wel toegedicht mag worden. De vraag is trouwens of er nog veel aan 'vormende' programma's overblijven, wanneer men van de 6 à 7 % 'educatieve' programma's van de BRT (toch ook al niet zo'n fenomenaal percentage) alle strikt didactische aftrekt. Het vermoeden bestaat dat de BRT dan evenmin veel 'vormende' (maar niet strikt educatieve) programma's brengt. De uitslagen van een onderzoek hangen onder meer af van het gehanteerde categorieënsysteem: indien men het percentage 'vorming' zou opsporen in alle programma's die op het eerste gezicht informatief of zelfs ontspannend zijn, zal men al vlug tot de aanwezigheid van 'vorming' komen in de VTM-programma's (natuurseries, kinderprogramma's, duidingsprogramma's, nieuws in de marge, Wies Andersen Show, financieel economisch magazine vanaf 1 januari 1991 ...). Een andere bedenking in verband met het categorieënsysteem: de jongste tijd hoort men, meer bepaald in kringen van software-producenten van de interactieve CD, geregeld de term edutainment vallen, waarmee bedoeld wordt: ontspannend leren een omgekeerd. Waarom zou de categorie vorming per definitie zo 'zuiver' mogelijk dienen gepresenteerd, waarom zou vorming op een ontspannende manier bij voorbaat verdacht dienen te zijn?

Hoe relatief cijfermateriaal wel is, blijkt uit een andere studie door E. De Bens (1990 : 657), waarin telkens de twee laatste weken van de maand januari van 1989 en 1990 - voor en na VTM - voor de BRT en de twee laatste weken van 1990 voor VTM is geanalyseerd, en waarin de categorie educatie niet eens voorkomt, wel, en in overdreven hoge mate, de restcategorie. Eens te meer : de uitslagen van een onderzoek worden bepaald door de gehanteerde categorieën : nu ziet men categorieën opduiken als entertainment, films, series, (ernstig ?) tv-drama, muziek en waarbij, bijvoorbeeld, de vraag gesteld kan worden in hoever deze mekaar uitsluiten. Uit de laatstgenoemde studie blijkt, op enkele percentages na, niet zo'n grote discrepantie tussen BRT en VTM voor 1990 - wat nu evenwel wordt aangegrepen om te betogen dat de BRT voor de verkeerde strategie heeft gekozen (zie tabel 2).

In de kritiek dat de BRT de weg van VTM is ingeslagen, beluistert men een nostalgische ondertoon : voor de komst van VTM was alles nog goed. De conclusie dat de BRT door de knieën is gegaan, wordt trouwens tegengesproken; op het Dertiende Vlaams Congres voor Communicatiewetenschap (Gent, 28 februari 1991), handelend over 'Strategieën van Openbare Omroepen versus Commerciële Omroepen', is met cijfermateriaal aangetoond dat de BRT met zijn twee netten geen toegeving heeft gedaan aan VTM; er zou - na hooguit één jaar VTM weliswaar en dus niet voor de huidige situatie - wel meer amusement geboden worden door VTM, waaronder meer fictie, Amerikaanse programma's - maar de BRT scoort dan weer hoog op Australische import - en aangekochte programma's (zitten daar ook de in opdracht van VTM door productiehuizen gemaakte bij ?). Er is op het Con-

TABEL 2

	BRT		VTM
	1989	1990	1990
Nieuws	17 %	20,7 %	14 %
Entertainment	7 %	15 %	19 %
Kinderprogramma's	11 %	7,2 %	7 %
Films	9 %	15,3 %	14 %
Series	13 %	17 %	34 %
Tv-drama	1 %	0 %	0 %
Muziek	5 %	1,5 %	5,8 %
Andere	37 %	23 %	5 %

gres wel gewaarschuwd voor getto-vorming op één van de twee BRT-zenders - wat de tendens lijkt: meer amusement op TV1, meer educatieve, informatieprogramma's op TV2; terloops: een omroep met slechts één net staat in een moeilijker positie qua programma-differentiëring dan een omroep met twee netten; in feite is de BRT, met zijn twee netten, niet eens vergelijkbaar met VTM met zijn ene net.

Tenslotte, voor wat de discussie betreft over vorming op VTM, past nog een waarschuwend woord uit de algemene communicatietheorie dat zegt dat elke boodschap per definitie verschillende functies heeft, en dat de ene functie gemakkelijk kan ontsporen in een niet bedoelde andere: het is niet uitgesloten dat mensen in tv-series, die gedoodverfd worden als de meest verderfelijke ontspanning, meer leren - inderdaad: in de zin van educatie opdoen - over hoe het leven sociaal en psychologisch in mekaar zit, dan uit een didactisch opgezet panelgesprek met deskundigen.

HET CULTUURDEBAT

Wanneer de discussie over vorming op VTM dus in feite om niets wordt gevoerd - en ook niet kan gevoerd worden, omdat de spreekwoordelijke appels niet kunnen vergeleken worden met peren - waarom is het dan wel te doen? De tweede genoemde studie (De Bens 1990) geeft het antwoord. Op onderstaande regels worden vragen gesteld bij de beweringen in het artikel dat de studie bekom-

mentarieert. In de inleiding wordt gezegd dat "het tv-aanbod dat via de kabel de Vlaamse huiskamer binnenstroomt, steeds meer evolueert naar banale, triviale ontspanning". Daarvoor wordt N. Postman geciteerd. Het is goed te bedenken dat Postman (1986: 16) evenwel geen bezwaar maakt tegen televisie-junk: "de beste dingen op televisie", aldus Postman, "zijn junk en niemand en niets wordt er ernstig door bedreigd. ... Televisie is meest triviaal en, daarom, meest gevaarlijk wanneer zijn aspiraties hoog zijn, wanneer hij zichzelf presenteert als drager van belangrijke culturele conversaties. De ironie is dat het dit precies is wat intellectuelen en critici constant verwachten dat televisie zou doen".

Omdat commerciële tv-zenders hun inkomsten uit reclame moeten halen, willen ze - de theorie is voldoende bekend - zoveel mogelijk kijkers aantrekken via, aldus De Bens, "enkel populaire programma's, bij voorkeur fictie, (k)luchtige quizzen, spelletjes en shows". Het Interdiocceaan Pastoraal Beraad heeft gelijkaardige kritiek geleverd in evenmin mis te verstaan termen en symboliek, meer bepaald op de gouden kalffpolitiek van VTM, waarbij winnaars "in een wouwelsfeer stofzuigers, haardrogers, koelkasten en als het lukt de heilige auto toegeslingerd krijgen, deze ijzeren hoer van onze consumptiemaatschappij". Naar aanleiding van een studiedag over 'Verwenning, een nieuw probleem' (Kortrijk, 23 februari 1991) doet een nieuwe term zijn intrede: het verwenningseffect, waarmee bedoeld wordt dat kinderen door de commer-

ciële televisie, maar ook door BRT's Kwislijn, de indruk zouden kunnen krijgen dat in het dagelijks leven ook een minimale inspanning een maximale beloning oplevert. Afgezien van de verouderd-causalistische redenering in dit soort van uitspraken wordt nooit de vraag gesteld welk plezier de tv-kijker beleeft aan deze quizzes en spelletjes, en in welke mate hij ook echt participeert aan het spel; deze spelletjes worden in de huiskamer actief meegespeeld en duidelijk in relatie met de andere aanwezige tv-kijkers, bijvoorbeeld, in de wedstrijd om als eerste het antwoord te geven; in tv-quizzes en tv-spelletjes amuseren de tv-kijkers zich met de spelleider, met de deelnemers op televisie én met de overige tv-kijkers in de huiskamer op een subtiel en actieve manier. Het publiek van deze populaire programma's - zo gaat het verder aldus De Bens - hoe heterogeen ook, zou daarbij als een eenheid worden beschouwd, van 7 tot 70 jaar. Zijn informatie of vormende programma's dan niet voor alle leeftijden? En zou het niet kunnen dat de honderdduizenden kijkers van de meest populaire programma's voor een groot gedeelte verschillen van programma tot programma? Men kan niet aannemen dat, bijvoorbeeld, een populair programma als de Wies Andersen Show door dezelfde ongedifferentieerde massa wordt bekeken als Den Bomp of Tien om te Zien. Zelfs indien mocht blijken dat het steeds om dezelfde kijkers gaat, zullen dezen niet in dezelfde mate genieten en zullen zij hun voorkeur voor bepaalde programma's boven andere weten te

verwoorden. U. Eco wordt erbij gehaald om te zeggen dat tv-pulp niet enkel het gevolg is "van de amusementsobsessie maar ook van een 'kitsch'-aanpak. Kitsch werkt met clichés, met voorspelbare plots en expliciete, éénduidige emoties. Kitsch, als lichtverteerbare Ersatz, is door zijn nadrukkelijkheid geschikt voor een lui, passief tv-publiek", aldus De Bens. Het is goed te bedenken dat precies U. Eco (1988) gewaarschuwd heeft tegen fetisj-begrippen, als massamens, cultuurindustrie (of pulp, dallasificatie, pretzender, uniformisering, trivialisering...) waarvan de apocalyptici van de cultuur zich bedienen: in de illusie dat ze de wereld voor de ondergang behoeden, werpen ze zich op als dissonante rustverstoorders, terwijl ze in feite alleen maar hun lezers troosten: op de achtergrond van de catastrofe vermoedt de lezer dankzij de kritische analyse van de apocalyptici het bestaan van een gemeenschap van Übermensen die in staat zijn boven de gemiddelde banaliteit uit te stijgen, al was het maar door niet mee te doen met de anderen; de lezer van hun lectuur kan zich uitgekozen achten tot het selecte clubje van 'wij tweeën zijn de enigen die het begrepen hebben en die gered zijn'. Kenmerkend voor een fetisj-begrip is dat het een betoog blokkeert en zo een gesprek doet verstarren tot een pure uitwisseling van emotionele reacties; dergelijke fetisj-begrippen ontslaan de apocalyptici van elke concrete analyse van de media-produkten en van de manier waarop ze werkelijk worden geconsumeerd; hun kritiek is een nauwe-

lijks verhulde uiting van teleurgestelde hartstocht, het neurotisch tentoonspreiden van onderdrukte zinnelijkheid: de moralist die de obsceniteit van een produkt aanklaagt door er zich zolang verlekkerd bij op te houden dat hij, onder het laagje puriteins vernis, zijn werkelijke, wel lustige aard verraadt, aldus U. Eco. Of: "de economische behoeften van de zenders prevaleren op de kwaliteit en de originaliteit. Commercie banaliseert; de adverteerders huiveren trouwens voor controversiële, avant-garde, grensverleggende produkties... Bij commerciële zenders wordt het nieuws eveneens als ontspanning gebracht (infotainment) ...", aldus De Bens. Het zijn alle fetisj-begrippen, die de discussie over televisie bij voorbaat afsluiten: zijn in het verleden (en vandaag de dag) op de openbare omroep, die niet onder commerciële druk staat, niet evenzeer 'banale' programma's (om in dezelfde terminologie te spreken) geprogrammeerd zoals nu op VTM? Wat zijn 'grensverleggende' produkties? Wat is 'kwaliteit' en wat is 'origineel': is het aanbod van de BRT, lang voordat sprake was van VTM, altijd even 'origineel' geweest? Het is nodig de termen 'kwaliteit' en 'origineel' uit hun mythische dimensie te halen. Televisie heeft geen behoefte aan het romantische ideaal van originaliteit en genialiteit (avant-garde!), in die zin dat tv-series, sitcoms of spelletjes dienen verworpen te worden omdat ze 'elke week hetzelfde zijn' (maar daardoor wel uitermate geschikt, aldus de kritiek, om de kijkers aan zich te blijven binden). Wie dit

beweert kijkt over de originaliteit die in elke aflevering opnieuw zit: men kan niet aanvaarden, tenzij met de grootste minachting voor het tv-publiek, dat het publiek week na week, dag na dag opnieuw voor de buis zit voor steeds dezelfde programma's zonder dat het zich daarvoor persoonlijk voelt aangesproken. Het kan aangetoond worden dat binnen de populaire produkties meer variëteit zit dan de critici kunnen zien, gewoon omdat zij met de verkeerde bril naar deze produkties kijken: Dallas is geen Dynasty - dat hebben de kijkcijfers bewezen - evenmin als dat de ene popsong in Tien om te Zien gelijk zou zijn aan de andere. Het is het spookbeeld van het gemanipuleerde, passieve publiek van de massamaatschappijtheorie dat hier blijft rondwaren: de baronnen van de cultuurindustrie slagen er met allerhande truukjes in om het weerloze publiek aan escapistische programma's te binden. De effectenleer van massacommunicatie heeft reeds lang afgerekend met dergelijke opvatting over het publiek om er een actief publiek tegenover te plaatsen dat selecteert, dat niet alles zo maar slikt, dat zich eventueel wel identificeert met bepaalde personages en daarmee niet alleen in een fictief avontuur terecht komt, maar daaruit ook de nodige levenswijsheid haalt. Sitcoms als Family Ties en de Cosby Show worden zo nodig nog meer met de vinger gewezen dan tv-series, waarin tenminste nog enige evolutie in het verhaal waarneembaar is, terwijl sitcoms stilstaan in de tijd, inderdaad altijd om dezelfde personages

draaien in dezelfde lokaties, 'altijd hetzelfde zijn'. Door met dergelijke blik naar deze programma's te kijken gaat men voorbij aan de relevante boodschap die onder de redundante oppervlaktestructuur verweven zit. Het feit dat spelletjes terug te voeren zijn op enkele steeds terugkerende stramienien die eens te meer in de Verenigde Staten zijn ontworpen, betekent dat in deze spelletjes universele menselijke trekken worden aangesproken. Blijkbaar zijn er niet zo veel varianten op de enkele voor tv uitgedokterde. Ze dienen niet te vergeten - toch nog binnen de nationale context te worden aangepast en waargemaakt. De kritiek dat het hier eens te meer om Amerikaanse import gaat, doet niet ter zake: een Europese zender zal maar wat graag een eigen spel formule introduceren; hij dient dan immers geen kosten te maken voor overnamerechten.

Nog zo'n ongemotiveerde stelling: Europese commerciële zenders programmeren zoveel Amerikaanse series omdat ze goedkoper zijn, en "VTM investeert haast niet in eigen fictie", aldus De Bens, koopt bijna alles in Amerika. Eerlijkheidshalve dient te worden toegegeven dat de grootste kijkdichtheid wordt gescoord door de, "weliswaar zeer schaarse", Vlaamse fictie... op VTM. De BRT wordt terechtgewezen omdat ze onlangs ook meer en meer in Amerikaanse en Australische films en series geïnteresseerd zou zijn en dus - doodzonde - de populistische toer opgaat: "Australië produceert dezelfde pulp als de U.S.A.: dezelfde triviale, repetitieve, narratie-

ve structuren, dezelfde stereotiepen, kortom, dezelfde kitsch-formules. ... Vlamingen slikken gretig de Amerikaanse pulp; is dit de aanzet tot de dallasificatie van de Vlaamse cultuur?", vraagt De Bens zich af. De apocalyptische vermaners dienen in te zien dat Amerikaanse en Australische series worden aangekocht, omdat ze mensen over de hele wereld kunnen boeien met universele thema's. Het is voldoende aange-toond (Ang: 1982) dat het zinloos is zich te blijven concentreren op oppervlaktestructuren van, bijvoorbeeld, feuilletons als Dallas, op hun repetitieve narratieve karakter, op hun gebrek aan realiteitswaarde en dergelijke voor de gewone man (de mooie vrouwen en de mooie wagens), maar dat men er beter aan doet zich te concentreren op het emotionele realiteitsgehalte van dergelijke produkties. Op dat niveau representeren deze programma's de meest menselijke gevoelens en zijn ze voor de kijkers zeer reëel. Ang zegt trouwens dat het vanuit feministisch standpunt een misvatting zou zijn om Dallas onmiddellijk te verwerpen. Ook Fiske (1989a: 10) heeft ingezien dat "semiotische weerstand resulteert uit het verlangen van de onderdrukten om controle uit te oefenen over de betekenissen van hun leven, een controle die hun precies ontzegd wordt in hun materiële bestaanscondities. Dit is eens te meer van politiek cruciaal belang, want zonder enige controle over iemands bestaan kan er geen zelfzekerheid om iets te realiseren of zelfrespect bestaan. En zonder enige vorm van zelfzekerheid en zelfrespect

kan er geen gevoelens van zelfvertrouwen bestaan, nodig voor sociale actie, zelfs op het micro-niveau"; aldus is aangetoond dat "een vrouwelijke lezer van romantische literatuur - maar hetzelfde kan gezegd worden van de vrouwelijke Dallas-fan, GDM - uit haar lectuur de kracht haalt om iets te realiseren in de mate dat zij erdoor bekwaam gemaakt wordt weerstand te bieden aan de patriarchale eisen die haar door haar huwelijk zijn opgelegd", aldus Fiske. Met andere woorden: het kijken naar de verfoeilijke tv-pulp kan emanciperend werken in het dagdagelijkse leven, natuurlijk op een zeer subtiele manier, maar wellicht op een meer efficiënte manier dan de critici van de massacultuur voorstaan in hun traditionele wit-zwart-analyse. Zelfs als men in deze nochtans opgang makende redenering in het studiedomein van de populaire cultuur niet wenst in te komen - daar worden cliché-termen als consumptiemaatschappij, dallasificatie, cultuurindustrie, pulp, verflakkingsproces ... niet meer gehoord - dan dient men te aanvaarden dat de Amerikaanse tv-cultuur ons de jongste tijd pareltjes van amusement, ja 'intellectueel' amusement heeft geleverd: *Married with Children*, *Soap*, *Golden Girls* ... De opvatting dat tv-programma's niet eenduidig te interpreteren zijn op basis van de inhoud alleen, wint meer en meer veld. Programma's dienen ingevuld te worden door de kijker. Deze invulling kan gaan van de meest identificerende - die van de fan - tot de meest distantiërende, waaronder de ironische blik van de

intellectueel: bepaalde programma's vindt hij zo 'slecht' dat hij er toch optimaal kijkgenot uithaalt.

Er wordt door de verdedigers van de ernstige cultuur halsstarrig vastgehouden aan een achterhaalde contradictie tussen kwaliteit, wat dat ook moge zijn, en kijkcijfers: "J. Ceuleers verklaarde openlijk dat een kijkdichtheid van 500.000 een minimum eis werd. Een dergelijk hoog kijkcijfer haalt, met uitzondering van het nieuws, praktisch geen enkel serieus programma ... De lancering van VTM trok dus de kwaliteit van de openbare omroep naar omlaag", aldus De Bens. De uitdaging voor de openbare omroep zou er net kunnen in liggen 'serieuze' programma's te maken die wel hoge kijkcijfers halen. De vernieuwde aanpak van het BRT-nieuws wordt door De Bens als een verwerpelijke paniecreactie afgeschilderd: "Plotseiling ging men meer het accent leggen op het fait divers, het lokale nieuwsje, de human interest. Het decor wordt opgesmukt, een nieuwe begintune, vaste nieuwslezers, die af en toe grappen maken ...". Er wordt tenslotte gepleit voor een eigen profiel voor de BRT, een afzetten tegen het verflakkingsproces: "concurreren met de Vlaamse pretzender - nog zo'n fetisj-woord, GDM - VTM, is een verloren zaak".

In de kritiek van de nostalgische apocalyptici staat één punt altijd centraal, namelijk dat cultuur niets te maken heeft met economie (of niets zou mogen te maken hebben). Immers, het commerciële denken leidt op het vlak van de cultuur tot een inhoudelijke verschraling, zeker

wanneer de bedrijven in die cultuur-industrie alsmaar meer concentreren. Dan komt men tot uitspraken als de nu volgende (Burgelman 1990): "Want binnen een media-concern is het van geen belang wát er gemaakt wordt, als de omzet maar gehaald wordt", zodat de weg gekozen wordt van ofwel "hyperspecialisatie naar gefortuneerde deelmarkten, ofwel, aan de andere kant, naar het mikken op kassuccessen en het minimaliseren van risico's", terwijl wat "als basis voor onze Westerse cultuur wordt beschouwd, bij het verschijnen op de markt bijna telkens behoorde tot de categorie risico's, culturele vernieuwingen, moeilijk produkt, geen markt, geen doelgroep, elitair". Dergelijke analyse steunt nog steeds op een verouderde tegenstelling tussen economie en cultuur, waarin massacultuur op een ondoordachte wijze tegenover elitaire cultuur en eventueel volkscultuur wordt geplaatst via de notie commercialiteit. Wat aan de markt gehoorzaamt zou per definitie risicoloze pulp zijn; 'echte', authentieke, originele cultuur staat (dient) boven de markt (te staan). Het zal weinig inspanning vragen om aan te tonen dat binnen een zelfs sterk geconcentreerde 'cultuurindustrie' een grote mate aan originele, sterk variërende cultuurprodukten wordt geproduceerd. Deze 'cultuurindustriële' producenten zijn er al lang achtergekomen dat mikken op risicoloze produkten op termijn betekent dat het eigen doodvonnis wordt getekend. Wanneer de risicovolle produkten toch niet binnen de (deelbedrijven) van de majors worden gemaakt, dan

zullen independents wat graag het gat in de markt komen vullen. De tegenstelling commercie-cultuur heeft zijn plaats gehad in een achterhaald cultuurdenken waar de culturele bovenbouw als een reflectie van de economische onderbouw wordt gezien. De uitdaging bestaat er eerder in te verklaren hoe het komt dat binnen een zo sterk geconcentreerde en commerciële cultuurproductie nog zo'n diversiteit mogelijk is. De begeleidende vrees van Burgelman dat "als Dallas het enige referentiepunt wordt voor hoe de wereld in elkaar zit, men zich dan niet over de toename van J.R.-praktijken hoeft te verbazen", getuigt van een in de effectenleer van massacommunicatie afgezworen stimulus-responsedenken. Er zou een proces van synchronisatie zijn ingezet. "Dat wil zeggen dat we de weg opgaan van de Amerikaanse cultuur: more of the same", aldus Burgelman. Zoals gezegd is het nog maar de vraag of de apocalyptici wel goed gekeken hebben naar de cultuurprodukten wanneer ze zeggen dat ze uniform zijn, vervolgens, of ze niet behept zijn met een mythische bekommernis om 'het nieuwe', originaliteit, het verschil: "De Europese cultuur is een polycultuur die zijn dynamiek juist haalt uit de onderlinge verschillen ... Een cultuurpolitiek geïnspireerd mediabeleid, waarbij cultuur meer is dan zijn postmoderne vertaling die elke menselijke activiteit op een gelijkwaardig cultureel plan stelt - reclame wordt dan schilderkunst, Dallas - opnieuw Dallas, GDM - een moderne Divina Comedia enzovoort - moet dan ook het behoud

van het Alternatief - met hoofdletter, GDM - vooropstellen", aldus Burgelman. Afgezien van de bedenking dat 'postmodernisme' eens te meer een fetisj-achtige doodoener is, mogen vragen gesteld worden bij de pogingen om het ene cultureel produkt te plaatsen boven het andere: waarom zou een goedge maakte reclamespot niet minstens 'gelijkwaardig' genoemd mogen worden aan slecht gemaakte avant-garde-kunst, zeker wanneer het de perceptie van de ontvanger van deze boodschappen betreft? Daarover blijft trouwens nog een verouderd klasedenken hardnekkig aanwezig: "voor de 'elite' zal altijd wel een goed medium voorhanden blijven... De 'massa' zal het dan maar moeten doen met een compleet vercommercialiseerde en op consumptie gericht tv", aldus Burgelman. Onder deze op het eerste gezicht optimistische gedachte - is de 'hoge' cultuur dan toch niet gedoemd om te verdwijnen? - schuilt een misplaatste bekommernis om het lot van de massa, wiens keuze van cultuurprodukten denigrerend wordt bekeken. De vrees mag bestaan dat een bepaald soort van elite (in de zin van de avant-garde) zich inderdaad steeds opnieuw probeert te distantiëren van de massa, maar het is zeker dat de zich niet elitair opstellende elite al lang geen problemen meer heeft met tv-programma's die op de grote massa heten gericht te zijn.

Apollo's klacht over cultuur in Vlaanderen en elders, die ook de klacht is van Reynebeau (1988), gaat in essentie over dezelfde problematiek: de degradatie van de cul-

tuur tot koopwaar, in de plaats van de meerwaarde die ze vertegenwoordigt: beschaving, geluk, zelfontplooiing, emancipatie, mondigheid, kritische zin, levensverdieping, welke meerwaarde staatsubsidie verantwoordt. De klacht gaat over de gedachte dat alles cultuur is, zowel een gedicht van Baudelaire als een hemd van Versace, over de opkomst van een door de yuppie gedragen parvenu-cultuur, waarbij cultuur niet meer omwille van zichzelf maar omwille van zijn symboliek wordt geconsumeerd, en over - overigens een terechte beschouwing, GDM - de mislukking van de democratiseringsgedachte op het vlak van cultuur. De sociaal beter gesitueerden wenden de gesubsidieerde cultuur immers ten hunnen bate aan. De klacht gaat over de idee dat culturele kwaliteit afgemeten moet worden aan publiek succes, over de teloorgang van de elitecultuur: "inzake culturele kwaliteit bestaat geen democratie, daar heerst alleen de dictatuur van de goede smaak. De kwaliteitsnorm is per definitie onverzoenbaar met de wet van het grootste getal" en "welke minachting voor de gewone mensen die men denkt te verdedigen schuilt er niet in het discrediteren van elitecultuur, als dat misprijzen impliceert dat die gewone mensen zich dan maar moeten tevreden stellen met de volksverlakerij van de massacultuur?", aldus Reynebeau. Na het falen van zowel de dictatuur van het proletariaat als de democratiseringsgedachte op het vlak van de cultuur - precies omdat de laatste door de beschaverselite steeds is opgelegd aan de 'gewone mensen' zonder oog

te hebben voor wat er bij hen werkelijk leeft - is de tijd blijkbaar rijp voor een nieuwe dictatuur. De klacht gaat over de idee dat de cultuurindustrie niet geïnteresseerd is in de geest van de burger, maar uiteindelijk leidt tot waarnemingscorruptie wanneer de mens voortdurend aan dezelfde cultuurvormen wordt blootgesteld (terwijl "cultuur per definitie alles ondermijnt en doorbreekt wat gelijkvormigheid en conformiteit is", aldus Reynebeau). Tenslotte gaat de klacht natuurlijk, zeer specifiek voor televisie, over de gedachte dat commerciële televisie alles doet om kijkers aan zich te binden door kijkgevenning en clichés in de programma's (niet zo de BRT - het is 1988 - die wel op grootmoeders wijze televisie maakt, maar tenminste niet vercommercialiseerd is): "de gecommmercialiseerde televisiewereld is een mentale slavenmarkt, die bovendien geslaagd is in de krachttoer de optimaal verwende en gesuste kijkslaven het idee te geven dat ze de volle vrijheid genieten. De kijker mag vooral niet tegen de haren ingestreken worden - anders houdt hij op met kijken - en zal daarom niet geconfronteerd worden met storende, afwijkende of dissidente vormen, die zijn evidenties bij het kijken naar televisie, en dus in zijn kijk op de wereld, aan het wankelen zouden brengen" ... Het is steeds dezelfde altijd terugkerende jammerklacht, hier en daar met enkele nuances: cultuur als koopwaar kan niet deugen, commerciële televisie is per definitie verdacht. Zo hebben ook het Vermeylen- en het Willemsfonds eind februari 1991 in dezelfde zin

stellingen ingenomen; op de algemene vergadering van de eerste vereniging waarschuwde de voorzitter voor "de afstomping van het denken die via commerciële zenders, bladen en magazines haar intrede deed"; op de algemene vergadering van de laatste vereniging heeft de erevoorzitter de problematiek nog eens samengevat: "De massamedia, ooit beschouwd als cultuuroverdragend, cultuurscheppend en opvoedkundig instrument bij uitstek, zijn verworpen tot inhoudsloze amusementsmiddelen, die zoveel mogelijk kijkers moeten trekken, niet alleen om de publiciteitsinkomsten van de commerciële televisie te doen stijgen, maar zelfs om als openbare omroep nog voldoende dotaties te ontvangen uit de staatskas. Ook voor de openbare omroep immers geldt voortaan in de allereerste plaats, zo verklaarde onlangs de liberale fractievoorzitter in de Vlaamse Raad, de wil van de kijker. Van opvoeding, instructie, en onderwijs via de tv, kortom van cultuur, wil deze kijker echter niet meer horen, want de socio-culturele vorming van de jaren zestig is blijkbaar aan hem niet besteed geweest". Ook het dagblad *De Morgen* biedt graag een forum aan doemdenkers: Gerard Mortier (*De Morgen*, 14 maart 1991): "In wezen is hij (de kunstenaar - GDM) subversief en kunst is pas goed als ze revolutionair is (het volbicen van de buitenmuren van een kasteel, bijvoorbeeld? - GDM) ... Trouwens, waarom wordt kunst van de televisie verbannen? Omdat de kijker niet graag geconfronteerd wordt met iets waarin hij niet in zijn rol

bevestigd wordt. Dat stoort en choqueert ... In onze samenleving is de cultuur op een derderangsplaats beland. De materiële rijkdom is nu zo groot dat het de enige waarde is. Dat gebeurde ook in andere beschavingen, maar ze verdwenen allemaal. Alle elementen zijn aanwezig om te konkluderen dat het einde van de westerse beschaving dichtbij is. Het enige dat moet blijven is de kunst"; Willy Courteaux (De Morgen, 15 maart 1991): "Als de BRT nu alles wat 'cultuur' heet naar de verste hoekjes van het programma-schema drijft, dan marginaliseert hij niet alleen de cultuur in het eigen medium, maar belemmert en bemoeilijkt hij de ontplooiing van het geestesleven in het algemeen".

EEN STANDPUNT

Tegenover deze vermanende en apocalyptische visies kan een andere geplaatst, waarin cultuur en economie niet als tegenpolen worden beschouwd. Dergelijke visie krijgt in volgende termen gestalte - een punt van discussie is dat hier opnieuw toch een niet becommentarieerd onderscheid tussen 'moeilijke' en 'gemakkelijke' kunst wordt gemaakt, tussen Satie enerzijds en The Beatles of een Von Karajan-uitvoering van Beethoven anderzijds (De Grauwe 1990): "De visie die we hier verdedigen over waarde in de kunst, kent een belangrijke rol toe aan de 'consument' ... De Nachtwacht in het donker bestaat niet ... Het echt waardevolle bestaat niet los van het oordeel van de mensen. Het kan wél zo zijn dat een minderheid oordeelt

dat de meerderheid het bij het verkeerde eind heeft. Dat is het recht van elke minderheid. Deze minderheid kan dan twee dingen doen. Om te beginnen, kan ze voor het 'echt waardevolle' betalen, zodat het niet verloren gaat ... Ten tweede kan deze minderheid een poging ondernemen om de meerderheid ertoe te brengen het 'echt waardevolle' te erkennen. Heel dikwijls slaagt een minderheid hierin ... weinig elites kunnen echter aan de verleiding weerstaan om hun gebrek aan overtuigingskracht te maskeren achter de vermeende domheid van het grote publiek. ... Wanneer we nu het marktmechanisme op de kunst loslaten zal deze vercommercialiseren. ... Hieruit kan geen goede kunst voortkomen. Zoals gezegd, is deze opvatting algemeen verbreid. ... Toch willen we hier aantonen dat ze gebaseerd is op een gebrekkig inzicht over de manier waarop een marktmechanisme werkt. Om te beginnen is het contrast tussen de motieven van de ondernemer en van de kunstenaar overtrokken. ... Het argument dat in een marktsysteem de kunst ontaardt tot commerciële gadgets gaat er impliciet van uit dat er in het publiek geen mensen aanwezig zijn die met kennis van zaken over de kwaliteit van kunstproducten kunnen oordelen ... Het marktsysteem geeft natuurlijk ook aan de nog grotere groep van mensen met eenvoudige smaak een stem ... Deze verspreiding van de gemakkelijke kunst is echter geen hinderpaal voor de verspreiding van de moeilijke kunst. ... De markt laat een brede waaier van preferenties toe. Bovendien spreekt ze geen

waarde-oordeel uit over wat de betere kunst is. En hier wringt de schoen. De culturele elite verdraagt het niet goed dat in een marktsysteem gemakkelijke en moeilijke kunst op dezelfde wijze worden behandeld. ... De hogere klassen zullen (in de zin als bedoeld door Bourdieu, GDM) kunstvormen consumeren die niet begrepen worden door de lagere klassen om op die manier hun sociale 'distinctie' te bevestigen. ... Vele consumenten zullen de moeilijke kunstvormen links laten liggen en alleen het gemakkelijke waarderen. Het gevaar is niet denkbeeldig dat het moeilijke en daarom ook waardevolle verdwijnt. In het marktmodel zou dan alleen nog het gemakkelijk bereikbare, het afgevlakte overleven ... Er is in een vrij marktsysteem (echter) geen reden waarom vernieuwing niet gestimuleerd zou worden. Integendeel, het systeem leidt zelfs misschien tot een te grote drang naar artistieke vernieuwing. ... In het paternalistisch wereldbeeld gaan we ervan uit dat er een instantie is buiten het individu, die in staat is om te bepalen wat goed en wat niet goed is voor dat individu .. waar het individu echt behoefte aan heeft, dan het individu dat zelf kan weten. ... Deze paternalistische visie leidt ook tot een grondig scepticisme over de overlevingskansen, zonder overheidssteun, van bepaalde 'moeilijke' kunstvormen. ... (Echter) een groot deel van de kunstsubsidies komt in feite ten goede aan een kleine elite".

Dergelijke cultureconomische opvatting kan als een vruchtbaar model gehanteerd worden bij de dis-

cussie over de omroep, bijvoorbeeld, ook met betrekking tot de taak van een openbare omroep en de verdeling van het kijk- en luistergeld - het gros van de kijkers betaalt voor producten die door een kleine elite gewenst zijn en verkiest gratis aangeboden ontspanning, maar ook informatie en duiding, te consumeren boven diegene waarvoor hij gedwongen is geweest te betalen.

Men zegt wel eens dat het onderscheid tussen de sferen van de cultuur, tussen hoge en lage cultuur, niet meer wordt gevoeld in de huidige tijd. Niets is minder waar. Het debat BRT-VTM is een debat over cultuur in de zogeheten postmoderne tijd, maar gevoerd in het gedachtengoed van de moderne tijd; het gebruik van de term zelf is er een illustratie van. De critici van de postmoderne attitude, toegepast op televisie, hebben het voortdurend over het amusement dat het zou halen op argumentatie; tegenover het volksopvoedende pre-televisietijdperk staat nu de onmiddellijke, hier en nu-tv-consumptie. Tegenover de rationaliteit van het tijdperk van het gedrukte woord staat de onmiddellijke sensatie van de opéenvolgende beelden. Tegenover de hiërarchie van weleer (de laatste decennia van de moderne tijd nochtans betreurd) staat nu relativiteit; tegenover de opdeling in lage en hoge cultuur, in hard en soft news staat nu de stelling dat alles kan. Bovendien zouden de genres vervagen: nieuws wordt entertainment. En televisie wordt nu als een interactief medium gebruikt, televisie treedt in dialoog met de kijker in een ik-jij-relatie,

spreekt hem aan; er wordt niet meer gepraat op televisie maar met de kijker. Men wil het zo voorstellen alsof educatie, informatie, vorming zijn opgeofferd aan entertainment. Niets is minder waar, getuige de kritiek zelf: zelden is een zo belerende toon gehoord als vandaag de dag. De culturele sferen zijn niet vervlakt: zelden heeft men een grotere bekommernis gezien bij de elite om het domein van de hoge en lage cultuur (opnieuw) af te bakenen en van nieuwe rustgevende hiërarchieën te voorzien. Zelden heeft men een zo grote behoefte gezien aan informatie, praatprogramma's allerhande, ook bij 'de gewone man'. Alhoewel televisie nog zeer vele trekjes vertoont van de rationalistische orde, begint zij zich eindelijk los te wringen uit het patroon dat de woordcultuur haar lange tijd heeft opgelegd: televisie is uitermate geschikt voor amusement, onmiddellijke sensaties, thrills en interactiviteit. Dat de televisie zich richt tot de kijkers in een para-sociale interactie, bijvoorbeeld, wanneer de nieuwslezer de kijker aanspreekt of een anekdotisch feit divers meedeelt, staat toch de ernst van de overige berichtgeving niet in de weg. Saai kan toch geen synoniem zijn voor degelijk.

Het debat BRT-VTM gaat om een debat dat door een bepaalde elite wel gevoerd moet worden, wil ze zich nog kunnen handhaven, wil ze zichzelf via een brok cultuur kunnen legitimeren. Tegenover dergelijke houding wordt hier gepleit voor een andere, waarin de populaire cultuur van de man in de straat, zoals de eli-

te die graag blijft noemen, op zijn eigen merites wordt benaderd. Indien het debat gevoerd blijft worden zoals het nu doorgaans wordt gevoerd, staat de uitkomst bij voorbaat vast: de ene pool zal tot gemeenplaatsen als 'dallasificatie' besluiten, de andere tot gemeenplaatsen als 'over smaak valt niet te twisten'.

LITERATUURLIJST

- Ang, I. (1982), *Het geval Dallas. Populaire cultuur, ideologie en plezier*. Amsterdam, SUA.
- Burgelman, J.-C. (1989), *Media-beleid vanuit cultureel perspectief: een noodzaak*, *Van Nu en Toen*, Stichting Ons Erfdeel, 32 (3): 343-351.
- De Bens, E. (1990), *Televisie in Vlaanderen: steeds meer pulp*, *Ons Erfdeel*, 5: 653-657.
- De Grauwe, P. (1990), *De Nachtwacht in het donker. Over kunst en economie*. Tielt, Lannoo.
- Eco, U. (1988), *De structuur van de slechte smaak*. Amsterdam, Bert Bakker.
- Fiske, J. (1989a), *Reading the popular*. Boston, Unwin Hyman.
- Fiske, J. (1989b), *Understanding popular culture*. Boston, Unwin Hyman.
- Postman, N. (1986), *Amusing ourselves to death. Public discourse in the age of show business*. New York, Viking.
- Reynebeau, M. (1988), *Apollo's klacht. Over cultuur in Vlaanderen en elders*. Leuven, Kritak.

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

gerda cammaer
pascale milo
en
wim van der biesen

De Portugese regering heeft de oudste krant van het land, de DIARIO de NOTICIAS, terug geprivatiseerd. Deze kwaliteitskrant van Lissabon werd na de revolutie van 1974 genationaliseerd, en was het laatste blad dat nog door de staat werd beheerd. Belangrijk is wel dat gestipuleerd werd dat buitenlanders maximum slechts tien procent van de aandelen in hun bezit kunnen hebben.

*

Eind december, begin januari ontstond andermaal DEINING in medialand en in de Vlaamse Raad, rond een programma van Maurice DE WILDE. Op 21 december besloot de BRT-top de derde uitzending in de reeks over de repressie op te schorten. De openbare omroep nam deze beslissing, omdat geen overeenkomst kon worden bereikt met de wetenschappelijke commissie die de programmareeks begeleidde. Deze oordeelde dat bepaalde aspecten van de gerechtelijke repressie door De Wilde niet correct werden behandeld. Het negatief advies was bovendien ingegeven door de vrees dat het programma te nadrukkelijk aanstuurde op amnestie. Doordat De Wilde met deze bezwaren geen rekening had gehouden, en omdat de tijd ontbrak om wijzigingen aan het programma aan te brengen, werd

de uitzending voor onbepaalde tijd uitgesteld.

*

De meest prestigieuze krant van Frankrijk, LE MONDE, kreeg na een maanden aanslepende opvolgingsstrijd een NIEUWE DIRECTEUR: de 62-jarige economist Jacques Lesourne. Het is de eerste maal dat de krant geleid zal worden door een niet-journalist, en niet meer door een lid van de heroïsche en hoogbegeefde stichtersploeg van Beuve-Méry, waartoe Lesournes voorganger Fontaine nog wel behoorde. De eerste opdracht voor de man die vanaf nu de tweede belangrijkste job in Frankrijk heeft (na deze van president), is de gezondmaking van de met financiële problemen kampende topkrant, zonder haar kwaliteit van informatie en commentaar of haar geprezen onafhankelijkheid te verliezen.

*

Begin 1991 werd het personeel van DE MORGEN met één vijfde afgeslankt. Van de negentig werknemers moesten er negentien - acht journalisten en elf bedienden - worden afgedankt. Deze afslanking was nodig om in 1991 uit de rode cijfers te geraken. De uitgever, de N.V. Hoste, die ook Het Laatste Nieuws uitgeeft, wil

slechts verder in De Morgen investeren als de krant zelf ook een inspanning doet. Het afvloeien van journalisten zal vooral te merken zijn in de sport- en de regionale redactie. Wat de sport betreft, wil men nauwer gaan samenwerken met Het Laatste Nieuws, terwijl de regionale pagina's van twee tot één worden teruggebracht. Sinds 1 januari wordt De Morgen ook gedrukt op de persen van de N.V. Hoste, en kreeg de krant ook het formaat van Het Laatste Nieuws. Het werd dus de zoveelste face-lift voor De Morgen, die nog een verkochte oplage heeft van ongeveer 32.000 exemplaren.

*

De BERT LEYSENPRIJS voor televisie, die dit jaar was voorbehouden voor fictie-programma's ging naar Jean-Pierre De Decker voor z'n regie van de drama's, "Zonderlinge Zielen" en "Mijn Papa, Mama". Er waren 29 programma's genomineerd.

*

De PRIJS van de TV-KRITIEK 1990 werd toegekend aan het BRT-programma "De Pré Historie", wegens de geslaagde combinatie van amusement en informatie. De jury verheugde zich erover "dat in deze prettige montage van beelden en muziek uit de jaren zestig,

professionele kwaliteit en populaire respons gelukkig samengaan.

*

De prijs voor de **RADIOKRIEKTIEK** ging naar Geert Hoste voor zijn experimenten met kolder en satire via de radio. Programma's waarin Hoste optreedt zijn o.a. "De Autonome Prefektuur" en "Een op Een".

*

Op 27 januari 1991 beleefde het **TWEEDE TELEVISIENET** van de Vlaamse openbare omroep zijn grote **D-DAY**: een hele dag lang kon de kijker kennismaken met een cultuur- en evenementenzender, en werd daarbij verrassend met zichzelf als kijker geconfronteerd. **TV2** richt zich tot doelgroepen, bevredigt gepassioneerde kijkers voor evenementen (van voetbal tot Koningin Elisabethwedstrijd), schuwt cultuur en het artistieke experiment niet. **TV2** als complement voor het eerder luchtige **TV1**, zonder te vervallen in het andere extreem, een getto met elitaire programma's en intellectuaalistische hoogstandjes voor enkele individuen.

*

D. VOORHOOF nam op 29 januari 1991 **ONTSLAG** als **VOORZITTER** van de **RAAD**

voor **HANDELSPUBLICITEIT**. Een en ander heeft te maken met het feit dat hij door **CLT**, moedermaatschappij van **RTL**, werd aangezocht om als raadsman de belangen van **RTL-4** te verdedigen. **RTL-4** is reeds geruime tijd als commerciële zender een potentiële kandidaat om op de Vlaamse kabel te komen.

*

Leo PAUWELS werd einde januari 1991 benoemd tot lid van de Raad van Beheer van de **BRT**. Hij volgt in die functie **Frans JANSSENS** op, die na bijna twintig jaar lidmaatschap ontslag nam. Pauwels is hoofdredacteur van "De Volksmacht" en adjunct-algemeen secretaris van het **ACW**. Hij wordt ook lid van de Vaste Commissie van de **BRT**. Als ondervoorzitter van de Raad van Beheer wordt **Frans Janssens** opgevolgd door **Petrus Thijs**.

*

Op 6 februari 1991 is **LE DRAPEAU ROUGE**, het dagblad van de Franstalige communistische partij, na eenenzeventig jaar van de markt verdwenen. Het werd omgevormd tot en opgevolgd door **LIBERTES**, dat een "onafhankelijk, pluralistisch en progressief" blad wil worden. De eigenaar is een corporatieve waarin de Franstalige com-

unistische partij nog voor 30 % participeert. De rest van de middelen komt van sympathiserende lezers (30 %), van institutionele partners, zoals syndicaten en andere linkse verenigingen (30 %) en van het journalistencollectief (10 %). De peetvader van het nieuwe dagblad is Jacques Yerna, de Waalse gepensioneerde vakbondsleider. Hij is er van overtuigd dat Libertés het orgaan wordt van "groot-links" in Wallonië. De hoofdredacteur, Maurice Magis, wil niet zozeer het nieuws coveren, dan wel "discussiestof leveren op politiek, sociaal en cultureel vlak". De nieuwe, gespecialiseerde krant zou leefbaar zijn vanaf 3.000 verkochte exemplaren. Van Le Drapeau Rouge werden er dagelijks 1.800 à 2.000 exemplaren verkocht.

*

Op 18 februari 1991 bestond het Vlaamse weekblad KNACK TWINTIG JAAR. Deze verjaardag werd vrij uitbundig gevierd met o.a. een speciaal jubileumnummer, een tv-film, een debat, een grote happening en een ontmoeting met de pers. Dit Vlaamse nieuwsmagazine doet het uitstekend met een wekelijkse verspreiding van 135.000 exemplaren (waarvan 90.000 abonnees) en vorig jaar gemiddeld 568.000 lezers. Volgens directeur Verleyen is "de ongebonden politieke koers van het

blad" één van de grote voordelen. Hij stelt trouwens vast "dat de belangstelling voor de zuivere politieke informatie steeds achteruitgaat, en de plaats moet ruimen voor wat men lifestyle is gaan heten, een manier van verslaggeving waarbij meer aandacht uitgaat naar de leefwereld van de lezer."

Deze twintigste verjaardag werd ook aangegrepen om de grafische vormgeving, de algemene opmaak en zelfs het lettertype (dat gedurende twintig jaar ongewijzigd bleef) grondig te veranderen. Aan deze opvallende face-lift werd "een vol jaar gewerkt door de beste specialisten van Europa", aldus directeur Verleyen.

*

Vanaf 1992 zal een EUROPEES NIEUWSPROGRAMMA via de satelliet dagelijks worden uitgezonden in vijf Europese talen. Het nieuwe net zal EURONEWS worden gedoopt, en zal naast journaal en magazines ook aan rechtstreekse verslaggeving doen. Initiatiefnemers zijn de Europese Radio Unie en de Europese Gemeenschap. De nieuwszender zal jaarlijks zo'n miljard BEF verslinden. Een kwart daarvan zal door de Europese lidstaten worden betaald, een kwart komt van reclame en sponsoring en meer dan de helft moet van de Eurovisie-leden zelf komen. Dit is de voornaamste

reden waarom de NOS en de BRT hebben bedankt voor een actieve deelname.

*

De radionetten van de BRT (Radio 1, 2 en 3 en Studio Brussel) plukken gezamenlijk de vruchten van de doorgevoerde herstructurering. De afgelopen maanden **LUISTERDEN** in Vlaanderen meer dan 80 % van de bevolking bijna dagelijks naar de BRT. Eind januari 1991 was er zelfs een piek van 90 %. Deze gunstige cijfers zijn een gevolg van de sterke profilering (elk net een eigen imago, kenwijsje en logo) en de bijhorende horizontale programmering. Er wordt ondertussen nog verder gewerkt aan de herprofilering: er zullen netverantwoordelijken worden aangesteld die de programmatie, produktie en promotie nog meer zullen moeten aanpassen aan het profiel van het net.

*

Begin maart 1991 verscheen het laatste nummer van het Nederlandse progressieve weekblad **FORUM**. Deze opvolger van het communistische dagblad **DE WAARHEID** heeft het nog geen jaar volgehouden: er verschenen slechts 45 nummers. De verkochte oplage (slechts 4.600 abonnees) was te klein en de concurrentie

te groot om dit erg bescheiden uitgegeven weekblad in leven te houden. Dat het met klein links in Nederland bergaf gaat, blijkt dus niet alleen uit de politiek, maar ook uit de mediasituatie.

* X

Op 19 maart 1991 **KEURDE** de Vlaamse Raad eindelijk het voorstel van **DECREET GOED** van de socialist P. Chevalier en de christen-democraat E. Van Rompuy, dat aan de **OPENBARE OMROEP** een soepeler statuut geeft. Het voorstel was aanvankelijk teruggefloten door de Raad van State en moest twee lezingen ondergaan in de Mediacommissie van de Vlaamse Raad. De tekst is gebaseerd op een document van de Raad van Bestuur van de BRT, en heeft als doel aan de openbare omroep de mogelijkheden te geven om aan de concurrentie met VTM het hoofd te bieden. Zo kan de BRT voortaan contractuelen op hoog niveau aanwerven, die eventueel meer kunnen verdienen dan hun statutaire collega's. Op die manier hoopt men de leegloop van het creatieve talent naar VTM te stoppen. Nieuw is ook dat de vaste dotatie van de BRT van 51,5 % van het kijk- en luistergeld wordt teruggebracht tot 49,5 %. De BRT kan die 2 % toch nog verwerven, wanneer de Vlaamse Raad na een debat over de wijze waarop de BRT

X

haar wettelijke verplichtingen nakomt, daartoe beslist.

Het decreet richt ook de reeds lang beloofde Adviesraad van kijkers en luisteraars op. Deze 25-koppige raad heeft als taak de Raad van Bestuur te adviseren over de algemene inhoud en programmatie van de BRT. Tenslotte vormt het decreet de BRT om tot de BRTN of de 'Nederlandse Radio- en Televisie-uitzendingen in België, Omroep van de Vlaamse Gemeenschap'.

*

De liberale Gemeenschapsminister van Cultuur P. Dewael is bereid de commerciële zender RTL-4 op de kabel TOE TE LATEN. Hij ziet zich daartoe verplicht door de Europese Commissie, die een aanpassing van het kabeldecreet aan de Europese wetgeving eist. SP en VU zijn het oneens met deze visie, en CVP belooft zich te verzetten tegen de komst van RTL-4 op de kabel. Ook VTM is niet gelukkig met de situatie. RTL-4 zendt immers uit in het Nederlands, en zou in de toekomst een specifiek op Vlaanderen gericht programma kunnen brengen. Hierdoor zou wel eens Vlaams advertentiegeld naar RTL-4 kunnen stromen, terwijl VTM wettelijk een reclamemonopolie van 18 jaar heeft verworven. Wordt vervolgd!

*

De Britse mediamagnaat ROBERT MAXWELL doet drukke zaken. Terwijl hij zijn interesse voor Oosteuropese bladen en uitgeverijen niet onder stoelen of banken steekt, heeft hij op 4 februari 1991 10 % van zijn aandeel in het Franse commerciële tv-station TF1 verkocht. Hij behoudt nog een participatie van 2,6 %. Enkele weken later kocht hij de grootste krant van New York en één van de grootste van de Verenigde Staten, de New York Daily News. Om meer tijd te kunnen besteden aan zijn jongste aanwinst, zou hij van plan zijn af te treden als voorzitter van de Maxwell Communication Corporation.

*

ACT, de vereniging van Europese commerciële televisiestations, wil een volwaardige evenknie worden van de ERU, de Europese Radio Unie, die de Europese openbare zenders groepeerd, maar die ook drie commerciële netwerken (ITV, CLT en TF1) onder zijn leden telt. ACT werd in 1989 opgericht en telt zo'n vijftien leden, waaronder VTM. ACT wil voor alles een BEROEPSFEDERATIE zijn die de gemeenschappelijke belangen van zijn leden behartigt en als een soort 'lobbyorganisatie' naar de Europese politici toe fungeert.

boek- besprekingen

J. LULL,

Inside family viewing: Ethnographic research on television's audiences.

London, Routledge, 1990, 190 blz.

James Lull is een van de eerste auteurs die het traditionele kwantitatieve en kwalitatieve communicatieonderzoek heeft gekoppeld aan etnografische studies. *Inside family viewing* toont aan op welke wijze de etnografie communicatiefenomenen kan verklaren. De auteur beschrijft hoe televisie binnendringt in de huiselijke sfeer van Amerikaanse families, of hoe mensen uit andere culturen (China b.v.) televisie gebruiken en interpreteren. Een boeiend boek voor wie begaan is met (televisie-)publieksonderzoek.

G.C.

G. PHILO,

Seeing and believing: the influence of television.

London, Routledge, 1990, 240 blz.

Greg Philo is onderzoeksdirecteur van de Glasgow University Media Unit. Zich baserend op recente studies van dit instituut beschrijft hij de grote impact van televisie op wat mensen denken. Hij komt tot de vaststelling dat de meeste mensen geloven wat ze zien, en dat televisie niet zomaar gebruikt mag worden als een politiek of propaganda-instrument. Een nieuwe bijdrage tot het debat over de effecten van televisie en de controversie over de vertekening in/door het televisienieuws.

G.C.

J. SLATER,

Modern television systems : To HDTV and beyond.

London, Pitman Publishing, 1991, 308 blz.

Modern television systems is een technische voorstelling van de televisiesystemen van nu en de toekomst. Het gaat over de stand van zaken op het vlak van kleurentelevisie, van PAL en SECAM over MAC tot HDTV (High Definition Television), over de impact van satelliettelevisie en de gevolgen daarvan voor de HDTV. Hoewel het boek ook bedoeld is voor niet-technisch geschoolden, is een zekere technische bagage nuttig.

G.C.

J. KUITENBROUWER,

Lijfstijl : de manieren van nu.

Amsterdam, Prometheus, 1990, 163 blz.

De auteur van "Turbotaal" heeft deze keer zijn aandacht verlegt naar onze manieren en omgangsvormen. De centrale vraag in *Lijfstijl* is hoe het nu gesteld is met de etiquette in de jaren negentig. Aan de hand van anekdotes en korte stukjes dialoog krijgt de lezer een antwoord op de vraag hoe wat hoort wanneer en waar. Het gaat daarbij over zowel de man-vrouw-verhouding, als het algemenere sociale verkeer en de zakenwereld. Door de luchtige stijl, het anekdotische karakter van *Lijfstijl*, de humor en de scherpe observaties die erin beschreven worden, maakt de lezer met plezier kennis met de moderne omgangs- en communicatievormen in uiteenlopende situaties. Een leuk boekje, warm aanbevolen om snel weer "bij" te zijn over hoe men "in" is.

G.C.

A.A. COHEN, H. ADONI en C.R. BANTZ,

Social conflict and television news.

London, Sage, 1990, 258 blz.

In *Social conflict and television news* gaan de auteurs op zoek naar de wijze waarop sociale conflicten in het algemeen worden voorgesteld in het televisienieuws, hoe mensen deze conflicten waarnemen en in hoeverre deze twee met elkaar verband houden. Het onderzoek gebeurde over één specifiek feit, de intifada (strijd van de Palestijnen). Men vergeleek de berichtgeving hierover in de V.S.A., Groot-Brittannië, (West-) Duitsland, Israël en Zuid-Afrika, en trok daaruit conclusies over zowel de presentatie als de perceptie van nieuws over sociale conflicten. Omdat de auteurs niet nalaten het onderzoek theoretisch te situeren, door het cross-nationale karakter van de studie en omwille van de combinatie van verschillende onderzoeksmethoden, is *Social conflict and television news* meer dan een zoveelste case-study.

G.C.

R. WILLIAMS,

Television : Technology and cultural form. Heruitgave door E. Williams.

London, Routledge, 1990, 164 blz.

Omdat de studie van professor R. Williams over televisie, voor het eerst gepubliceerd in 1974, erg vooruitstrevend was voor die tijd, en een aantal ideeën bevatte over de invloed van televisie op de maatschappij die zich nu volop manifesteren, werd het geactualiseerd door zijn zoon en opnieuw uitgegeven. Na een korte historiek van

het medium televisie analyseert Williams de instellingen die werden gecreëerd en vergelijkt deze van Groot-Brittannië met deze van de V.S.A. Vervolgens neemt hij programma's en programmaschema's onder de loep, en staat stil bij het fenomeen van de enorme toename van het programma-aanbod. Tot slot komen de laatste technische ontwikkelingen inzake televisie aan bod, waarbij de auteur een heleboel kritische vragen formuleert. De conclusie van de eerste editie verliest niets van zijn geldigheid in deze herwerkte uitgave: televisie kan een instrument zijn voor educatie en bredere democratie, maar het kan evengoed leiden, ondanks de geprezen competitie en keuzemogelijkheden, tot een beperking van de individuele en collectieve keuze tussen de verschillende geprogrammeerde mogelijkheden.

G.C.

J.R. BENNETTA,
Terminal signs: Computers and social change in Afrika.
Berlin, Mouton de Gruyter, 1990,
424 blz.

Jules-Rosette Bennetta beschrijft in *Terminal signs* de invloed van de (computer-)technologie op de maatschappelijke ontwikkeling van twee Afrikaanse landen: Kenia en Ivoorkust. Ze deed daarvoor vier jaar veldonderzoek over de evolutie van het aantal computers, de groei van het aantal computerbedrijven en van de opleidingscentra voor computergebruik. In het eerste deel schetst de auteur het theoretische en etnografische kader voor haar onderzoek. Deel twee is een weergave van de

onderzoekresultaten m.b.t. de overname en inplanting van computertechnologie in de twee landen. Het derde deel besluit het boek met een semiotische analyse van het computergebruik en "postmodernisme" in Afrika. Een boeiend boek, dat uitblinkt door de originaliteit, zowel wat betreft de gebruikte methode als inzake de keuze van het onderwerp.

G.C.

Ch. CHANNON (Ed.),
20 Advertising case histories.
London, Cassell, 1989, 315 blz.

20 advertising case histories bevat een selectie van papers ingediend voor de 'Advertising Effectiveness Awards' van het Institute of Practitioners in Advertising, edities 1984 en 1986. Aan de deelnemers werd gevraagd de planning van een campagne voor te leggen en de resultaten ervan te evalueren. De hier opgenomen cases demonstreren dan ook duidelijk de doeltreffendheid van reclame en het effect van campagnes op verkoop en winst. De cases op zich zijn interessante lectuur en omvatten een zeer gevarieerd gamma aan onderwerpen, gaande van reclame voor gewone verbruiksgoederen, tot de promotie van de Engelse Riviera of van de privatisering van het Britse Telecom. In de inleiding op het werk worden tevens enkele vragen geformuleerd bij de verschillende gevalstudies, en worden ook aanwijzingen gegeven voor verdere lectuur in het domein van reclame en marketing.

20 advertising case histories is het tweede boek in een reeks; de cases opgeno-

men in het eerste boekdeel werden geselecteerd uit papers ingediend voor de Advertising Effectiveness Awards in 1980 en 1982.

A.M.

J. NAISBITT en P. ABURDENE,
Megatrends 2000.

Utrecht, het Spectrum, 1990, 376 blz.

In *Megatrends 2000* wil de Naisbitt-groep de voornaamste trends van de jaren 90 identificeren en beschrijven. Voorwerp van dit boek is dus niet een imaginaire toekomst, maar een analyse van de maatschappelijke veranderingen die reeds hebben plaatsgevonden of die zich nu voltrekken.

De 10 voornaamste megatrends die volgens Naisbitt het komende decennium onze leefwereld zullen beïnvloeden, zijn: een sterk oplevende wereldeconomie, een renaissance in de (beeldende) kunst, het opkomen van een vrije-markt-socialisme, mondiale 'lifestyles' en culturele nationalisme, het afbrokkelen van de verzorgingsstaat, de opkomst van het Pacifisch gebied, het decennium van de vrouwelijke leiders, het tijdperk van de biologie, een revival van de religie, de triomf van het individu.

Voor de opsporing en identificatie van deze veranderingen werd zowel gesteund op sociaal-wetenschappelijke rapporten als op talrijke publikaties uit de wereldpers; het is de verdienste van de Naisbitt-groep uit dit totaalbeeld de huidige en toekomstige trends te hebben gedistilleerd.

A.M.

J. KATUS en A. VAN DER MEIDEN
(Red.),

Jaarboek public relations en voorlichting 1990.

Muiderberg, Dick Coutinho, 1990, 166 blz.

Met het eerste *Jaarboek public relations & voorlichting* pogen de auteurs tegemoet te komen aan de behoefte aan informatie over ontwikkelingen en de actuele stand van zaken in public relations en voorlichting, en in de deelgebieden binnen deze twee velden van beroepsbeoefening. Het boek is dan ook in de eerste plaats bestemd voor al wie in de praktijk, in het onderwijs of op onderzoeksgebied bij public relations en voorlichting betrokken is.

In het *Jaarboek 1990* wordt in een vijftiental artikelen niet alleen de state of the art van zowel PR als voorlichting in zijn algemeenheid geschetst, maar wordt nader ingegaan op een breed scala van deelgebieden als gezondheids-, overheids-, industrievoorlichting etc., en snel groeiende nieuwe takken als internationale PR, milieuvorlichting, investor relations. Een aantal treffende case studies, overzichten van literatuur, gegevens over opleiding, bij- en nascholing maken van dit boek een ware vraagbaak voor iedereen die op dit gebied bij wil blijven.

A.M.

S. KRAUS,
Televised presidential debates and public policy.

Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates, 1988, 184 blz.

Leidraad in *Televised presidential debates and public policy* is de vraag naar de

impact van presidentiële tv-debatten op het verkiezingsproces in het bijzonder, maar ook op het politieke proces in het algemeen. De auteur leidt het thema in met een beknopte weergave van de standpunten van zowel voor- als tegenstanders van dergelijke televisiedebatten. Vervolgens wordt de rol van het medium televisie in het verkiezingsgebeuren toegelicht, waarbij ook verder op haar relatie met politieke partijen, campagne, kiezers, en opiniepeilingen wordt ingegaan. Aansluitend volgt een systematisch overzicht van de debatten van 1960, 1976, 1980 en 1984. In volgende hoofdstukken wordt dan nog aandacht besteed aan de evaluatie en interpretatie van de debatten als wedstrijden met winnaars en verliezers, en aan de voorspellingswaarde ervan in termen van verkiezingsresultaten; aan de analyse van de effecten van de debatten en hun invloed op de kiezers; en aan specifieke aspecten zoals sponsoring, kandidaatsinbreng, en vormgeving. Tot slot volgt een uitgebreide bibliografie.

A.M..

S. KEIKES,

Basisboek public relations.

Diepenheim, Uitgeverij Keikes, 1990.

Saco Keikes heeft getracht een handleiding op te stellen ten behoeve van de opleidingscursus die sinds vele jaren - en met succes - door het Nederlands Genootschap van Public Relations wordt georganiseerd als toegangsexamen tot het public relationsberoep. Naast typische public relations aangelegenheden zijn ook de ingrediënten opgenomen zoals audiovisuele hulpmiddelen, evenementenbehandeling,

tentoonstellingen en vakbeurzen, vervaardiging van drukwerk, huisstijl, enz. De stijl is concreet-zakelijk en vormt inderdaad een goede onderbouw voor deelneming aan een examen. Zoek er echter geen theoretisch-grondige behandeling in, noch een basiswerk voor public relations. Zeer nuttig voor beginners.

P.Ma.

D. MOSS,

Public relations in practice. A case-book.

London/New York, Routledge, 1990.

Een van de meest gezochte elementen voor het public relations-onderzoek, maar ook voor de public relations-praktijk is de gevallenstudie, weinig instellingen zijn bereid hun boeken open te doen en hun "geval" voor te leggen aan een kritisch onderzoek. Universiteitsstudenten pogen wel een inzicht te krijgen in één of ander geval, maar meestal missen ze de ervaring van de praktijk om tot de kern van de zaak door te dringen en een kritische evaluatie te maken. Publikaties terzake zijn ook uiterst zeldzaam, zodat iedere uitgave met een vreugdekreet wordt begroet. Daarom is ook dit boek nuttig en interessant: professioneel van toon en benadering, voldoende kritisch om een evaluatie mogelijk te maken, zeer verscheiden in de behandelde instellingen en themata. Mochten we op geregelde tijdstippen dergelijke publikaties bekommen, dan zou de public relations-theorie een nieuwe impuls verkrijgen, die nu al te vaak ontbreekt, want er leeft wat in de praktijk.

P.Ma.

C.J.J. KORSWAGEN (Red.),
Gids voor de techniek van het doeltreffend spreken, presenteren en instrueren. Unilaterale communicatie.
Deventer, Van Loghum Slaterus, 1988, 278 blz.

C.J.J. KORSWAGEN (Red.),
Gids voor de techniek van het doeltreffend leiding geven en deelnemen aan twee- en vraaggesprekken. Bilaterale communicatie.
Deventer, Van Loghum Slaterus, 1988, 317 blz.

C.J.J. KORSWAGEN (Red.),
Gids voor de techniek van het doeltreffend leiding geven en deelnemen aan informatie-, discussie- en vergaderbijeenkomsten. Multilaterale communicatie.
Deventer, Van Loghum Slaterus, 1989, 329 blz.

Dit drieluik van Korswagen is een herwerkte (vastbladige) heruitgave van de delen over de mondelinge communicatie uit het losbladige Handboek taalhantering: praktische communicatiegids voor bedrijven, instellingen en overheid.

In elk deel wordt, vertrekkend van een theoretische beschrijving van de communicatiesituatie en de te maken keuzen, ingegaan op de voorbereiding en presentatie van de betreffende communicatievorm in concrete situaties. In het deel over unilaterale communicatie komen bijvoorbeeld allerlei gelegenheidstoespraken, spreken voor radio en televisie en instructie aan bod.

In het deel dat handelt over bilaterale communicatie worden verschillende vormen van interview (vrij interview en enquête, exit-interview en journalistiek interview) behandeld, maar ook een hele reeks van gesprekstypes: slecht nieuwsgesprek, voorlichtingsgesprek, introductiegesprek, functiegesprek, advies- en probleemoplossend gesprek, verkoopgesprek en correctiegesprek. Origineel is het hoofdstuk over gespreksvoering via de telefoon. Uit deze opsomming blijkt de volledigheid en de multifunctionaliteit van deze werken overduidelijk.

Het derde deel (multilaterale communicatie) biedt hetzelfde beeld. Vertrekend van een theoretisch deel over gespreksdynamiek wordt heel concreet ingegaan op informatieve bijeenkomsten, discussiebijeenkomsten, vergaderingen (al dan niet met agenda). Maar ook niet-besloten bijeenkomsten: panneldiscussies, debatten, conferenties, hoorzittingen, openbare vergaderingen e.d.m. komen aan bod. De auteurs gaan niet alleen in op de inhoudelijke voorbereiding van zo een bijeenkomst, maar ook op de praktische, materiële voorbereidingen.

De auteurs willen "een op theoretische fundamente gebaseerde praktische gids zijn voor ieder die daar vanuit zijn beroep of maatschappelijke functie of gewoon uit belangstelling behoefte aan heeft". Het lijkt ons dat ze daar op bewonderenswaardige wijze in geslaagd zijn. Een handboek dat op geen enkele voorlichtingsafdeling (of andere afdeling met een communicatietaak) mag ontbreken.

M.W.

P. SEPSTRUP,
Transnationalization of television in Western Europe.
London, John Libbey, 1990, 132 blz.

Met *Transnationalization of Television in Western Europe* heeft Sepstrup gepoogd een kader te ontwikkelen dat toelaat de internationale stroom van televisieprogramma's te meten en te begrijpen. In eerste instantie maakt hij een onderscheid tussen de transnationalisatie van het aanbod en de consumptie. Hierbij geeft hij nog eens drie niveaus van programma-uitwisseling aan: de nationale, de bilaterale en de multilaterale dimensie. Aan de hand van dit conceptueel kader worden bestaande onderzoeken - o.a. Nordenstreng en Varis (1979), Chapman et alii (1986), Pragnell (1985), Varis (1985) - vergeleken en geëvalueerd. Hierin ligt dan ook de waarde van dit werk. Het verzamelen, vergelijken en interpreteren van al deze 'television flow' gegevens laat immers toe uitspraken te formuleren over het zogenaamde Amerikaanse cultuurimperialisme waar West-Europa zou aan lijden. In die zin kan dit boek tevens een beleidsinstrument zijn in de mediapolitiek die op nationaal en internationaal niveau wordt gevoerd. Een uitgebreide literatuurlijst, achtergrondinformatie over de empirische onderzoeken, en tabellen ronden het geheel af en maken van *Transnationalization of Television in Western Europe* een aanrader.

P.M.

J. TULLOCH en G. TURNER (Ed.),
Australian Television. Programs, pleasures and politics.
Sydney, Allen & Unwin, 1989, 204 blz.

Australian television maakt samen met eerder verschenen werken als *National fictions* en *Myths of Oz* deel uit van de serie 'Australian cultural studies', waarbij - uitdrukkelijk - geen onderscheid wordt gemaakt tussen 'hoge' en 'populaire' cultuur. In deze traditie behandelt *Australian television* uiteenlopende onderwerpen, waarbij de nadruk komt te liggen op de codes en conventies gebruikt in specifieke genres als quizzen (the wheel of fortune,...), mini-series, soapseries, reclame, televisiedocumentaires en wetenschappelijke televisieprogramma's. Het publiek wordt voornamelijk vanuit etnografische en psychoanalytische hoek benaderd. In geen enkele bijdrage is de notie van de wisselwerking tussen productie en receptie ver weg.

Het feit dat veel van de besproken televisieprogramma's hier niet gekend zijn, komt de verstaanbaarheid van het boek niet altijd ten goede. Toch neemt dit niet weg dat dit boek een interessante introductie is in de Australische televisie en cultuur.

P.M.

A. VINCENT,
Les groupes d'entreprises en Belgique. Le domaine des principaux groupes privés.
CRISP, 1990, 407 blz.

Het degelijke 'Centre de Recherche et d'Information Socio-Politique' nam in 1990 het bewonderenswaardig initiatief

om met een nieuwe serie te starten waarin grote groepen/ondernemingen financieel en economisch (zullen) worden doorgelicht. Het is de bedoeling om de fragmentarische informatie die het grote publiek bereikt over financiële transacties en herstructurerings in de wereld van de grote ondernemingen, te bundelen en inzichtelijk te maken, zodat bedrijfsstrategieën en hun sociale en economische impact begrijpbaar worden. In het eerste nummer worden niet de minste van de Belgische ondernemingen aangepakt: Suez, Brussel Lambert, Petrofina en Solvay.

Na een historische schets wordt voor elk van deze ondernemingen het huidige actionariaat, de verschillende activiteiten en dochterondernemingen geanalyseerd (b.v. banden tussen BBL en CLT, moederbedrijf van RTL). Veelal lijkt dit onderzoek op een ware speurtocht waarbij allianties en vervlechtingen worden ontrafeld. *Les Groupes d'Entreprises en Belgique* is een degelijk consultatie- en handboek geworden met duidelijke organigrammen die de structuur van vier belangrijke Belgische holdings blootlegt. Uitkijken naar het volgende nummer!

P.M.

J. DOMINICK, B.L. SHERMAN en G. COPELAND,
Broadcasting/Cable and beyond. An Introduction to modern electronic media.

McGraw-Hill Publishing Company, 1990, 489 blz.

Broadcasting/cable and beyond biedt een zeer volledig overzicht van het reilen en zeilen van het Noordamerikaanse audiovisuele systeem.

Het boek valt uiteen in zeven delen, waarin telkens één aspect van het mediasysteem wordt beschreven: in het eerste deel wordt dieper ingegaan op de huidige structuur van radio, televisie, kabel en video. In deel twee komt de programmering aan bod op radio en televisie. Bijzondere aandacht gaat uit naar nieuws- en amusementsprogrammering. In het derde deel duikt men de geschiedenis in van de Amerikaanse radio, televisie en kabel. Het vierde deel behandelt de technologische infrastructuur van de audiovisuele media. Het vijfde deel gaat dan weer dieper in op het publiek en de media-effecten. Dit deel biedt een overzicht van het traditionele, Amerikaanse publieksonderzoek. Het zesde deel is toegespitst op de (de)regulering van de media in de VS. Naast wetgeving komen ook de gangbare ethische richtlijnen en zelfregulering aan bod. In het zevende deel, tenslotte, waagt men zich aan enkele voorspellingen, vooral naar de nieuwe media toe. *Broadcasting/Cable and beyond* is een rijkelijk geïllustreerd boek, dat een degelijke inleiding biedt tot de structuur en werking van de Amerikaanse audiovisuele media.

P.M.

M. TURIM,
Flashbacks in Film. Memory & History.

London, Routledge, 1989, 278 blz.

In *Flashbacks in Film* onderzoekt de auteur het gebruik van de flashback. Met name de Europese en Japanse avant-garde film van de jaren '20, maar ook het Amerikaanse psychologisch melodrama en de film noir komen hierbij uitvoerig aan bod. De centrale

vraag die bij deze studie gesteld wordt, is *hoe* en *waarom* de flashback onder bepaalde vormen in bepaalde culturen voorkomt. Om op deze vragen een antwoord te vinden probeert Turim de flashback vanuit diverse standpunten te belichten. Hierbij doet de auteur een beroep op diverse theorieën zoals de semiotiek van het beeld, enkele structuralistische narratieve theorieën, alsmede psycho-analytische en perceptiepsychologische theorieën, theorieën over ideologie en filosofische opvattingen over het geheugen en het bewustzijn. De stelling waar Turim uiteindelijk toe komt, is dat bepaalde dominante filosofische en ideologische opvattingen het gebruik van de flashback in bepaalde periodes bevorderen en in andere tegenwerken.

Ook al is men het niet steeds eens met alle interpretaties, toch biedt *Flashbacks in film* in vele opzichten een nieuwe en interessante aanpak van de filmstudie: door de historische invalshoek beperkt de auteur zich niet tot het theoretisch beschrijven van één specifieke verteltechniek, maar bestudeert zij tevens het gebruik en de functie van de flashback. Dit laat haar dan weer toe aan te tonen dat de historische evolutie niet steeds een teleologisch gedreven rechte lijn volgt van een eenvoudige techniek naar een steeds complexer wordende techniek, maar dat de geschiedenis vaak a-synchroon en a.h.w. in horten en stoten verloopt. Het rijke corpus dat tijdens de studie wordt behandeld, biedt de lezer tegelijkertijd de kans met nieuwe films kennis te maken en/of gekende films vanuit een ander standpunt besproken te zien.

P.C.

J. BRUNOW (Hg.),
Schreiben für den Film. Das Drehbuch als eine andere Art des Erzählens.

München, Edition Text + Kritik, 1989,
109 blz.

Met het inruilen van de auteurstheorie voor een postmoderne contextualistische aanpak zijn filmwetenschappers en -critici gaan beseffen dat naast de regisseur nog andere 'auteurs' aan de productie van films hebben meegewerkt. Door deze methodologische verschuiving is o.m. de scenarioschrijver eveneens in de filmwetenschappelijke kijker komen te staan. In *Schreiben für den Film*, dat de tweede publikatie uitmaakt in een reeks over literatuur en andere kunsten, worden een aantal theoretische en praktische bedenkingen m.b.t. scenarioschrijven samengebracht. Jochen Brunow heeft het over de plaats die het scenario inneemt in het totale productieproces, en wijst erop dat het vooralsnog een utopie is te stellen dat het script een autonome (literaire) status heeft verworven. Karsten Witte schetst een historische evolutie van het scenarioschrijven in Duitsland. Martin Wiebel brengt enkele bedenkingen over de plaats van de auteur in het hedendaagse televisiespel, en Alfred Behrens bespreekt enkele nieuwe verteltechnieken in functie van de diverse moderne televisiestations. *Schreiben für den Film*, dat eigenlijk de neerslag is van een symposium dat plaats vond in 1987, besluit met een interview dat Jochen Brunow had met Wim Wenders.

P.C.

G. FERNETT,

American film studies: an historical encyclopedia.

London, McFarland & Co., 1988, xiii+295 blz.

Deze beknopte encyclopedie biedt een alfabetische lijst van Amerikaanse filmstudio's. Per studio worden heel kort de ontstaansgeschiedenis en de voornaamste produkties vermeld. *American film studies* besluit met een selectieve bibliografie en een index van de vermelde personen, studio's en films. Een interessant werk voor wie een eerste kennismaking zoekt met enkele (ook minder bekende) Amerikaanse filmstudio's.

P.C.

J. NAREMORE,

Acting in the cinema.

Los Angeles, University of California Press, 1988, ix+307 blz.

In tegenstelling tot Bartons boek is *Acting in the cinema* geen handleiding voor leerling-acteurs. Naremore's standpunt is dat van de criticus of van de wetenschappelijke analyst. In een eerste deel schetst de auteur een theoretisch kader waarin enkele analyseinstrumenten worden aangereikt. Inspiratiebronnen hiervoor zijn o.m. Barthes, Goffman, Stanislavski en Brecht. Naremore probeert hiermee een aantal toneelkenmerken die de film toch ook heeft, opnieuw in de kijker te brengen. De studie concentreert zich op de Amerikaanse 'mainstream' cinema en gaat ideologische implicaties die bepaalde acteerstijlen impliceren, niet uit de weg. Aspecten die doorheen de

diverse hoofdstukken aan bod komen zijn het 'framing'proces (cf. Goffman) dat de communicatie tussen de acteurs en het publiek binnen bepaalde min of meer conventionele banen houdt, retorische conventies die het acteespel determineren, expressieve technieken zoals houding, gebaren, stem en de globale lichaamstaal als index voor geslacht, leeftijd, etnische en maatschappelijke groep, make-up, kostuums, mise-en-scène, enz.

In deel twee wordt een variëteit van acteerstijlen besproken aan de hand van enkele beroemde filmsterren. Hierin komen achtereenvolgens aan bod Lilian Gish in *True Heart Susie*, Charles Chaplin in *The Gold Rush*, Marlene Dietrich in *Morocco*, James Cagney in *Angels with Dirty Faces*, Katharin Hepburn in *Holiday*, Marlon Brando in *On the Waterfront* en Cary Grant in *North by Northwest*.

Deel drie ten slotte biedt een synthese van de in de vorige twee delen behandelde items aan de hand van twee films, nl. *Rear Window* en *The King of Comedy*.

De tekst is in een vlotte vertelstijl geschreven, en diverse passages worden met zwart-wit foto's geïllustreerd. *Acting in the Cinema* biedt tegelijkertijd een nieuwe invalshoek voor de filmstudies, en een reeks interessante en inspirerende analyses van acteerstijlen en films.

P.C.

ingezonden boeken (bespreking naar mogelijkheid)

- AITKEN, I., *Film and reform. John Grierson and the documentary film movement*. London, Routledge, 1990, 246 blz., £ 30.
- ALBERSMEIER, F.-J. en ROLOFF, V., *Literaturverfilmungen*. Frankfurt am Main, Suhrkamp Verlag, 1989, 568 blz., DM 26.
- ALEXANDER, P., *Broadcasting glossary*. Singapore, Asian Mass Communication Research and Information Centre, 1989, 106 blz., \$ 8.
- ANDERSON, J.A., *Communication Yearbook/14*. London, Sage Publications, 1991, 585 blz., £ 45,75.
- AVALLONE, S., *Filmwriters guide*. Tweede editie, Beverly Hills, Lone Eagle Productions, 1990, 282 blz.
- BRAUN, G., *Massenmedien und Gesellschaft. Eine Untersuchung über die institutionelle Ordnung eines Kommunikationsprozesses freier Meinungsbildung*. Band 26, Tübingen, J.C.B. Mohr, 1990, 167 blz., DM 64.
- BRAWAND, L., *Die Spiegel-Story. Wie alles anfing*. Düsseldorf, Econ-Verlag, 1987, 240 blz., DM 16,80.
- BROWNE, D.R., *Comparing broadcast systems. The experiences of six industrialized nations*. Ames, Iowa State University Press, 1989, 447 blz., \$ 39,50.
- CHANNON, Ch., *20 advertising case histories*. London, Cassell, 1989, 315 blz., £ 14,95.
- CODDING, G.A., *The future of satellite communications*. Oxford, Westview Press, 1990, 208 blz., £ 16,95.
- COHEN, A.A., ADONI, H. en BANTZ, Ch.R., *Social conflict and television news*. Sage Library of Social Research 183, London, Sage Publications, 1990, 258 blz., £ 13,95.
- COPPEY, C. e.a., *100 questions clés de la communication audiovisuelle*. Paris, Editions Dixit, 1988, 412 blz.
- DALY, J.A. e.a., *Teaching communication : theory, research and methods*. Hove, Lawrence Erlbaum Associates, 1990, 511 blz., £ 58,50.
- DECORDOVA, R., *Picture personalities. The emergence of the star system in America*. Champaign, University of Illinois Press, 1990, 160 blz., \$ 26,95.
- DENIG, E., *Imago van Holland. Voorlichting en presentatie in het buitenland*. Muiderberg, Uitgeverij Coutinho, 1991, 108 blz., Fl. 27,50.

- DMYTRYK, E., *Cinema. Concept and practice*. London, Focal Press, 1988, 150 blz., £ 13,50.
- DZIKI, S. e.a., *Who's who in mass communication*. Tweede herziene uitgave, München, K.G. Saur Verlag, 1990, 191 blz., DM 198.
- FISKE, J., *Introduction to communication studies*. Tweede editie, London, Routledge, 1990, 203 blz., £ 7,99.
- FOHRBECK, K. en KUIJPERS, H., *Van totem tot lifestyle. Europese cultuur in ontwikkeling*. Amsterdam, Koninklijk Instituut voor de Tropen, 1987, 253 blz., Fl. 15.
- FUHRMANN, H.J., *Alte Nachbarschaften werden neu belebt. Die Zeitungen im Wandel der Systeme in Mittel- und Osteuropa*. BDZV-Schriftenreihe, Heft 26, Bonn, Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, 1991, 157 blz.
- GLIMMERVEEN, H., *Omroepen in Europa : België*. Hilversum, Nederlandse Omroepprogramma Stichting, 1990, 77 blz.
- GRONOWICZ, A., *Garbo*. London, Simon and Schuster, 1990, 476 blz.
- GUTTELING, J., *Contouren van risicovoortlichting*. WMW-publikatie 5, Enschede, Universiteit Twente, 1991, 264 blz.
- HEIDEL, Th., *Verfassungsfragen der Finanzierung von Privatfunk durch Werbung*. UFITA-Schriftenreihe Band 78, Baden-Baden, Nomos Verlagsgesellschaft, 1988, 370 blz., DM 79.
- HEINZE, Th., *Medienanalyse. Ansätze zur Kultur- und Gesellschaftskritik*. Band 159, Wiesbaden, Westdeutscher Verlag, 1990, 256 blz., DM 27,80.
- INGLIS, A.E., *Behind the tube. A history of broadcasting technology and business*. London, Focal Press, 1990, 527 blz., £ 39,95.
- JÄGER, S., *Rechtsdruck. Die Presse der Neuen Rechten*. Bonn, Verlag Dietz, 1988, 271 blz., DM 19,80.
- JEFKINS, F., *Public Relations*. Derde editie, London, Pitman Publishing, 1988, 259 blz., £ 7,99.
- JULES-ROSETTE, B., *Terminal signs. Computers and social change in Africa*. Approaches to Semiotics 90, Berlin, Walter de Gruyter, 1990, 424 blz., DM 178.
- KUITENBROUWER, J., *Lijfstijl. De manieren van nu*. Amsterdam, Prometheus, 1990, 163 blz., BEF 295.
- LE BRETON, D., *Anthropologie du corps et modernité*. Paris, Presses Universitaires de France, 1990, 263 blz., FF 148.
- LENT, J.A., *Mass communications in the Caribbean*. Ames, Iowa State University Press, 1990, 398 blz., \$ 36,95.
- LUDES, P., *Bibliographie zur Entwicklung des Fernsehens. Fernsehsysteme und Programmgeschichte in den USA, Grossbritannien und der Bundesrepublik Deutschland*. München, Saur, 1990, 241 blz., DM 68.
- MAST, G., *Can't help singin'. The American musical on stage and screen*. New York, The Overlook Press, 1987, 389 blz., \$ 14,95.

- MATELSKI, M.J. en THOMAS, D.O., *Variety. Broadcast-video*. Sourcebook 1, London, Focal Press, 1990, 124 blz., £ 12,75.
- MILLER, P.P., *Script supervising and film continuity*. Tweede editie, London, Focal Press, 1990, 228 blz., £ 21.
- MOTHERSOLE, P.L., *The evolution of the domestic television receiver*. London, Royal Television Society, 1988, 38 blz.
- NMUNGWUN, A.F., *Video recording technology. Its impact on media and home entertainment*. Hove, Lawrence Erlbaum Associates, 1989, 289 blz., £ 41,50.
- PAUWELS, L., *Visuele sociologie ? De camera en de verbeelding van de wetenschap en de samenleving*. Schoten, Universitas, 1990, 256 blz.
- REYNOLDS, K., *Girls only ? Gender and popular children's fiction in Britain, 1880-1910*. Herts, Harvester Wheatsheaf, 1990, 182 blz., \$ 63.
- RIEFENSTAHL, L., *Memoiren 1902-1945*. Berlin, Verlag Ullstein, 1990, 429 blz., DM 14,80.
- RIGGENS, S.H., *Beyond Goffman. Studies on communication, institution, and social interaction*. Approaches to Semiotics 96, Berlin, Walter de Gruyter, 1990, 456 blz., DM 178.
- ROSENGREN, K.E. en WINDAHL, S., *Media matter : TV use in childhood and adolescence*. Norwood, Ablex Publishing Corporation, 1989, 299 blz., £ 33,95.
- SEESSLEN, G., *Der pornographische Film*. Berlin, Verlag Ullstein, 1990, 430 blz., DM 48.
- SILVER, A. et al., *Film Noir. An encyclopedic reference to the American style*. New York, The Overlook Press, 1988, 410 blz., \$ 17,95.
- SINGLETON, Th., *The story of scophony*. London, Royal Television Society, 1988, 152 blz.
- SNELL-HORNBY, M., *Translation studies. An integrated approach*. Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 1988, 163 blz., Fl. 35.
- THOVERON, G., *La communication politique aujourd'hui*. Brussel, De Boeck-Wesmael, 1990, 231 blz., BEF 790.
- TULLOCH, J. en TURNER, G., *Australian television. Programs, pleasures and politics*. London, Allen & Unwin, 1989, 204 blz., £ 8,95.
- TUROVSKAYA, M., *Tarkovsky. Cinema as poetry*. London, Faber & Faber, 1989, 177 blz., £ 12,99.
- TUSKA, J., *The American West in film. Critical approaches to the Western*. Lincoln, University of Nebraska Press, 1988, 303 blz., \$ 10,95.
- VAN APPELDORN, W., *Handbuch der Film- und Fernsehproduktion. Psychologie-Gestaltung-Technik*. München, TR-Verlagsunion, 1988, 336 blz., DM 78.
- VINCENT, A., *Les groupes d'entreprises en Belgique. Le domaine des principaux groupes privés*. Bruxelles, Editions du Centre de Recherche et d'Information Socio-Politique, 1990, 407 blz., BEF 900.

- WEBER, A. en FRIEDL, B., *Film und Literatur in Amerika*. Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 1988, 266 blz., DM 59.
- WILLIAMS, R., *Television : technology and cultural form*. London, Routledge, 1990, 164 blz., £ 7,99.
- X, *Machine-Mediated Learning. A international journal*. Volume 3, nr. 2, London, Taylor and Francis, 1989, 205 blz.
- X, *Rundfunk in den 90-er Jahren - zwischen Kultur, Kommerz und Internationalisierung*. Bayerische Landeszentrale für neue Medien-Rundfunkkongress 1989, München, Verlag Reinhard Fischer, 1990, 368 blz., DM 25.
- X, *Journalistische Recherche und Wissenschaft. Projekt "Recherchefeld Wissenschaft"*. Berlin, Freie Universität Berlin, 1988.
- ZEIGLER, S.K. en HOWARD, H.H., *Broadcast advertising. A comprehensive working textbook*. Derde editie, Ames, Iowa State University Press, 1991, 348 blz., \$ 34,95.
- ZIMMERMANN, A. en ZIMMERMANN, B., *Bildschirmwelt. Die neuen Informationstechniken und ihre Folgen*. Beck'sche Reihe 371, München, Verlagsbuchhandlung Oscar Beck, 1988, 224 blz., DM 19,80.

De bijdragen in dit nummer zijn van :

Patrick CATTRYSSSE, assistent aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Gust DE MEYER, werkleider-buitengewoon docent aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Jan VAN DEN BULCK, assistent aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Hans VERSTRAETEN, docent aan de Sectie Communicatiewetenschap van de Vrije Universiteit Brussel

Verantwoordelijke uitgever :
L. Van Poecke, Dalenstraat 26 B
B-3020 Winksele

Artikels in *Communicatie* zijn geschreven in de voorkeurspelling en dienen de redactie te bereiken ofwel in getypte vorm met dubbele interlinie en maximum 4 cm linkermarge op DIN A4 formaat, ofwel (en bij voorkeur) op diskette in MSWORD5 of onder een ASCII-file. 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 onderlijnd in de getypte artikels en cursief geformatteerd op diskette. 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*, (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.

MET MIJN BANK KOM IK VOORUIT.



Ik wil vooruit, ik wil hoger op.
En ik wil een bank die mij daar-
in steunt. Het Gemeentekrediet.
De bank waar de toekomst leeft.
De bank met alle moderne
betaalmiddelen en een beter
advies in sparen, lenen en be-
leggen. De bank die voor mijn
wensen begrip opbrengt. De
bank met snelle oplossingen en
voorstellen. De bank die mijn
toekomst beter maakt.



Gemeentekrediet
MET MIJN BANK KOM IK VOORUIT.