

506

Afgiftekantoor  
3000 Leuven 1

# COMMUNICATIE

Tijdschrift voor Massamedia en Cultuur

DE SCREWBALL COMEDY EN DE (ON)MOGELIJKHEID VAN HET DEFINIEREN VAN FILMGENRES • DE MAATSCHAPPIJKRITIEK VAN JEAN BAUDRILLARD • DE GOLFOORLOG EN DE MEDIA • HET COMMUNICATIEVE DORP • BOEKEN OVER COMMUNICATIE

DEPARTEMENT COMMUNICATIEWETENSCHAP  
E. VAN EVENSTRAAT 2A  
3000 LEUVEN

JAARGANG 23, Nr. 1  
mei-juni-juli 1993  
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 23, nr. 1**  
**mei - juni - juli 1993**

**Redactieraad:** J.C. Burgelman (V.U.Brussel), E. De Bens (U.Gent), G. Fauconnier (K.U.Leuven), F. Saeyns (U.Gent), H. Van Pelt (U.I.Antwerpen), L. Van Poecke (K.U.Leuven), H. Verstraeten (V.U.Brussel)

**Kernredactie:** G. De Meyer, G. Fauconnier, K. Roe, K. Van den Vonder, R. Van Gompel, L. Van Poecke

**Hoofdredacteur:** L. Van Poecke

**Redactiesecretariaat:** R. Van Gompel

**Administratie:** A. Willems, I. De Wachter

**Abonnementen:** De abonnementsprijs bedraagt **400 BEF** voor een jaargang (4 nummers). De prijs voor losse nummers is **150 BEF**. 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 (verzendingkosten 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 BEF** (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. 23, nr. 1**

- 1 **De screwball comedy en de (on)mogelijkheid van het definiëren van filmgenres**  
Kurt Van den Vonder
- 13 **De maatschappijkritiek van Jean Baudrillard**  
Esther Meulemans
- 27 **De Golfoorlog en de media**  
Bart Fieremans
- 43 **Het communicatieve dorp**  
Gert Martens
- 52 **Colofon**
- 53 **Boekbesprekingen**
- 61 **Ingezonden boeken**

# de screwball comedy en de (on)mogelijkheid van het definiëren van filmgenres (\*)

kurt van den vonder

## INLEIDING: DE SCREWBALL COMEDY?

Het genre van de screwball comedy heeft de laatste jaren een werkelijke boom meegemaakt qua academische belangstelling, wat heeft geleid tot een stroom van publikaties omtrent het onderwerp (1). Nochtans blijft de vraag, wat is/was de screwball comedy eigenlijk, overeind. Het blijkt immers helemaal niet zo makkelijk te zijn om de screwball comedy te definiëren. 'Memories come easier than definitions', luidt de stelling waarmee Rubinstein (1982:40) zijn artikel over de screwball comedy begint, een stelling die we met hem delen. Het is zelfs de vraag of een volledige, 'perfecte' definitie überhaupt wel mogelijk is.

En dat is dan meteen ook de vraag die wij ons in deze tekst zullen gaan stellen. Zo blijken er immers heel wat verschillende visies op de screwball comedy te bestaan (Van den Vonder, 1991), wat telkens een andere definitie oplevert. Sommige van die definities spreken elkaar tegen, andere vullen elkaar aan. Maar elk van die definities spreekt toch over een quasi identiek corpus van films, een cyclus van romantische komedies gemaakt in Hollywood tussen grosso modo 1934 en 1945. Slechts een klein aantal van deze definities blijkt de druk van een nader wetenschappelijk onderzoek niet te kunnen weerstaan, zodat we inderdaad worden geconfronteerd met mensen die over dezelfde herinneringen/films toch verschillende, valabele definities hanteren. De weg van herinnering naar definitie blijkt dus niet lineair te verlopen; sterker nog, er lijken verschillende, elkaar doorkruisende wegen mogelijk te zijn.

We zullen in de volgende paragrafen nu niet trachten de screwball comedy te definiëren. Wel zullen we zien hoe de moeilijkheden die men ondervindt in het definiëren en het beschrijven van een complex fenomeen als de screwball comedy, sterk samenhangen met de proble-

matiek van 'het bedrijven van filmgeschiedenis' en de problematiek van de filmgenres. We zullen trachten aan te tonen dat een definitie slechts een construct is van de auteur gemaakt vanuit één bepaald gezichtspunt, zodat de volledige, definitieve definitie een utopie blijft. In een besluit zullen we dan een uitweg aanstippen waardoor we toch nog over de screwball comedy kunnen praten.

Laat ons dit alles even illustreren met twee zeer eenvoudige en schijnbaar identieke definities van de screwball comedy, waardoor we meteen ook de cyclus wat meer in detail kunnen voorstellen. 'Screwball comedy was a unique creation of Hollywood in the thirties: its main elements were irreverent humor, vernacular dialogue, fast pace, and eccentric characters' (Bawden, 1976:621). Geeft deze eenvoudige en schijnbaar duidelijke definitie voldoende houvast om de screwball comedy af te zetten tegen andere filmgenres? Zijn alle elementen die hier worden opgesomd ook niet terug te vinden in de films van de Marx Brothers, om maar één enkel voorbeeld te noemen? Het complexe fenomeen screwball comedy heeft blijkbaar nood aan een meer complexe definitie.

Vergelijken we daarenboven nog eens de definitie van Bawden met deze van Cook (1990:920): 'A type of comedy popular in American films of the thirties, characterized by frantic action and a great deal of verbal wit. The focal point of the plot is usually a couple in a bizarre predicament.' We zien ogenschijnlijk dezelfde elementen terug, maar zelfs in deze twee zeer eenvoudige definities zien we reeds een verschillende visie op de screwball comedy schuil gaan. Daar waar Bawden het heeft over 'eccentric characters', spreekt Cook van 'a couple in a bizarre predicament'; de één hecht de 'screwballness' (2) aan de personages, de ander aan de situaties.

Het probleem wat wij hier centraal willen stellen, is dan tenslotte het probleem waarmee ook Henderson zich zag geconfronteerd: 'Screwball comedy is a term one finds in critical contexts of all sorts. Beneath the common term, however, there is no agreement, neither from critic to critic nor within the work of a single critic' (Henderson, 1978:12).

## **DE PROBLEMATIEK VAN 'HET BEDRIJVEN VAN FILM-GESCHIEDENIS' EN DE PROBLEMATIEK VAN DE FILM-GENRES**

Wanneer een auteur de screwball comedy tracht te definiëren, beoefent hij filmgeschiedenis: hij tracht een (film)historisch fenomeen, te weten de screwball comedy, te verklaren en te beschrijven in zijn historische evolutie. Tegelijk wordt hij echter geconfronteerd met het probleem welke



groep van films hij precies moet onderzoeken, wat we zouden kunnen noemen de 'genreproblematiek'. Het zijn uiteindelijk deze twee problemen die ons leiden tot de conclusie dat het niet bijster zinnig is op zoek te gaan naar dé definitie van de screwball comedy, en dat het dan ook perfect mogelijk is dat er verschillende, naast elkaar bestaande definities kunnen bestaan, die alle een even waardevol beeld van de screwball comedy kunnen geven.

### Het 'bedrijven van filmgeschiedenis'

De problemen die verbonden zijn met het bedrijven van filmgeschiedenis, zijn in wezen dezelfde als deze die men tegenkomt bij het bedrijven van geschiedenis tout court. 'In order to answer questions about the cinema's past, the film historian must not only be a *film* scholar, but a *historical* scholar as well' (Allen en Gomery, 1985:5). Het zijn deze problemen die in de theorie van de geschiedenis of de historiografie aan bod komen.

Leopold von Ranke schreef al zo'n 150 jaar geleden dat het de taak is van de historicus om aan te tonen hoe het eigenlijk is geweest; m.a.w., het vaststellen van (historische) feiten wordt door de meeste historici beschouwd als een van hun belangrijkste taken. Vandaar ook de volgende stelling van geschiedtheoreticus Lorenz (1987:24): 'Wie niet voor simplificatie terugschrikt, zou zonder veel risico het vraagstuk van de relatie tussen feit en interpretatie het kernprobleem van de theorie van de geschiedenis kunnen noemen.'

Dit probleem is ook voor ons van belang. Lorenz (1987:55) stelt immers verder dat 'er geen scheiding bestaat tussen een 'objectieve' weergave van de feiten en de 'subjectieve' interpretatie ervan. Alle waarnemingen, alle registraties blijken al interpretatief te zijn. Het idee dat historici ongeïnterpreteerde feiten kunnen weergeven, blijkt onjuist te zijn' (3). M.a.w., 'the facts of the past do not 'speak for themselves'; the historian makes them speak as part of a historical argument' (Allen en Gomery, 1985:7).

Wanneer dus een historicus een fenomeen/feit wil beschrijven of verklaren - zoals in ons geval de filmhistoricus het fenomeen van de screwball comedy wil duiden - zal hij dit nooit op een volledige, perfect objectieve manier kunnen doen. Nooit zal een filmhistoricus erin kunnen slagen om de definitieve, allesomvattende omschrijving van de screwball comedy te geven, aangezien hij steeds *moet* selecteren, wil hij nog geschiedenis schrijven en zo een coherent beeld scheppen van het fenomeen dat hij wil beschrijven. Dit heeft Gerald Mast (1976) ertoe aangezet om een onderscheid te maken tussen wat hij noemt 'the history of cinema' en 'a history of the cinema'. Het eerstgenoemde bestaat uit een ongeordend geheel van een virtueel oneindig aantal gegevens en zal dan ook nooit kunnen worden geschreven. We dienen tevreden te zijn met verschillende 'histories of the cinema', die elk hun eigen selectie en ordening van die oneindig aantal

gegevens voorstellen. M.a.w., 'History is not a single entity with a single mind. Different histories will say different things' (Mast, 1976:298).

Een historicus komt steeds voor twee selectiemomenten te staan, die maken dat hij onmogelijk tot een volledige en objectieve beschrijving van zijn onderwerp kan komen. Altijd zal hij vanuit de theoretische benadering die hij hanteert bepaalde elementen naar de voorgrond brengen en andere elementen naar achter schuiven; m.a.w., de historicus zal altijd een selectie maken naargelang de theoretische benadering die hij - veelal impliciet - hanteert.

Het eerste selectiemoment hebben we reeds aangestipt wanneer we, samen met Lorenz, het objectivisme hebben afgewezen. De historicus kan onmogelijk een feit direct en onvertekend registreren, omdat elke waarneming en interpretatie ervan reeds selectief is, of zoals Koningsveld (1976) het noemt, reeds 'begripsmatig is gestructureerd'. Er bestaat geen scheidingslijn tussen waarnemen en interpreteren, en interpreteren is een activiteit van de waarnemer, wat weer betekent dat waarnemingen altijd afhankelijk zijn van de begrippen die de waarnemer tot zijn beschikking heeft. Elke weergave van feiten is dus eigenlijk al een bepaalde interpretatie van die feiten; of nog, 'feiten zijn helaas niet onomstotelijk 'gegeven' en 'heilig', maar mede het produkt van interpretatie. We noemen ze daarom *theoriegeladen*' (Lorenz, 1987:55). Of zoals Altman (1972:1) het ziet: 'A film historian can no longer pretend that the facts are objective phenomena divorced from a particular way of looking at them.'

En niet alleen kan de historicus nooit één enkel feit volledig in zijn greep krijgen, de historicus kan ook nooit alle feiten betreffende één fenomeen in zijn 'theorie' opnemen. Ook hier moet hij dus selecteren naargelang zijn 'particular way of looking at them'; Mast (1976:297) ziet dit als volgt: 'It is an assertion that a truly encyclopedic history of the cinema would not be a history at all but an encyclopedia. There is no way of reducing the totality of cinema data to the order, form and coherency of history.'

We kunnen dit allicht verduidelijken met het verschil dat Carr (1961) maakt tussen 'a fact of the past' en 'a historical fact'. Al wat er vroeger is gebeurd, is 'a fact of the past', en als dusdanig is het althans potentieel een bron van historische data. Echter, geschiedenis kan onmogelijk alle 'facts of the past' bevatten, zelfs niet enkel die feiten waarvan er sporen zijn overgebleven. Deze zijn immers nog zo talrijk dat ze betekenisloos zouden worden. 'A fact of the past' wordt 'a historical fact' wanneer een historicus besluit om dat feit te gebruiken om zijn historische analyse te construeren. Alweer selecteert men dus vanuit een bepaalde theoretische invalshoek (4).

Wat we hier uiteindelijk pogen aan te tonen, is dat 'film historians do not work in a vacuum, nor do they approach the study of film history uninfluenced by their culture, tastes, and philosophical orientation' (Allen en Gomery, 1985:IV). Historici beschrijven niet het verleden, zij maken, om

de titel van het boek van Lorenz te parafraseren, een constructie van het verleden. 'To write film history is to establish a theory of coherence of filmic events' (Altman, 1972:2). Het bedrijven van (film)geschiedenis vereist een onderliggende theoretische invalshoek waarmee de historicus het verleden kan tegemoet treden, om deze zo in een coherente vorm, die men 'geschiedenis' noemt, te kunnen gieten.

Het feit dat er dus zoveel verschillende visies op de screwball comedy bestaan, en dat de definitieve visie onmogelijk blijkt te zijn, is nu niet moeilijk meer te verklaren. Verschillende theoretische invalshoeken geven verschillende visies. Daarbij is het zo dat de ene visie niet noodzakelijk een waardevoller of vollediger beeld van de screwball comedy geeft dan de andere. 'There is no one correct approach to film history, no one 'super-history' that could be written if only this or that 'correct' perspective were taken and all the 'facts' of film history uncovered. All models and approaches have their advantages and disadvantages. All make certain assumptions and are based on certain notions as to what makes history "works"' (Allen en Gomery, 1985:IV).

Hoe we dan toch tot een beter begrip van de screwball comedy kunnen komen, zal in ons besluit zijn beslag krijgen. Daartoe moeten we echter eerst nog de problematiek van de filmgenres behandelen.

### **De problematiek van de filmgenres**

Naast het 'bedrijven van filmgeschiedenis' stuit een auteur nog op een ander probleem bij het definiëren van de screwball comedy. De screwball comedy is immers niet alleen een (film)historisch fenomeen maar ook, en misschien wel in de eerste plaats, een filmisch fenomeen. In wezen komt het definiëren van de screwball comedy erop neer dat men op zoek gaat naar een aantal gemeenschappelijke kenmerken waarmee men een aantal 'gelijkaardige' films in één groep kan onderbrengen. Het concept waarmee men in de filmtheorie zulk een groep van films doorgaans aanduidt, is de term genre, 'a category used to classify a film in terms of general patterns of form and content' (Cook, 1990:914).

Schatz (1981:21) ziet in de genreproblematiek drie deelgebieden: 'Genre production itself should be addressed on three distinct levels of inquiry: those characteristics shared by virtually all genre films (and thus by all genres), those characteristics shared by all the films within any individual genre, and those characteristics that set one genre film off from all other films.' Dit laatste probleem van de specifieke kwaliteiten van de individuele genrefilm is voor ons hier van minder belang. De andere twee problemen dienen echter wel nader te worden toegelicht. Het eerste probleem stelt ons de vraag hoe we het concept 'genre' dienen op te vatten; het tweede probleem concentreert zich op de moeilijkheid om specifieke filmgenres te definiëren t.o.v. andere filmgenres. Na deze twee problemen te heb-

ben toegelicht, zullen we er nog een aantal screwball-comedy-specifieke problemen aan toevoegen.

Eerst dus het probleem van wat een filmgenre eigenlijk is. En meteen wordt het al duidelijk dat er rond dit basisgegeven geen eensgezindheid bestaat. "Genre" is a term much employed in film criticism, yet there is little agreement on what exactly it means, or whether the term has any use at all' (Buscombe, 1970:33) (5). Wat dit in de praktijk betekent, kunnen we lezen bij Stanley Solomon (1976:2):

The problem of defining film genre does not seem very great until one reads the critics. Then what appears to be a genre to one writer becomes a subgenre to another, and what to one is merely a technique or a style becomes to another an identifiable manner of grouping films. In practice, the term has an almost unlimited number of valid connotations.

Dus reeds aan de basis van de genretheorie heerst er onenigheid: er bestaan verschillende opvattingen over wat een filmgenre dan wel is. Wat nu juist voor ons interessant is, is niet zozeer het overlopen van deze verschillende opvattingen, maar wel het duiden van een aantal redenen/oorzaken van deze onenigheid.

Een eerste oorzaak houdt verband met het probleem van de geschiedschrijver zoals we dat hierboven hebben beschreven. 'Genre analysis can be approached in a variety of ways' (Kaminsky, 1974:2). Maar allicht is een veel grondiger oorzaak het feit dat het genreconcept binnen de filmstudies niet theoretisch is uitgediept. Solomon (1976:1) verwerpt zelfs de genrebenadering, omdat deze nog steeds een intellectuele basis binnen de (film)theorie ontbeert, die de benadering zou doen kwalificeren als een plausibele categorie van filmonderzoek. Alweer zien we hier trouwens een overeenkomst met de geschiedenisproblematiek: net zoals de (film)historici doorgaans weinig aandacht besteden aan de theoretische, wetenschaps-filosofische problemen van hun vak, zo ook hebben filmcritici doorgaans weinig aandacht voor de theoretische grondslagen van hun belangrijkste basisconcepten.

Als er dan al geen eensgezindheid bestaat over wat 'filmgenre' dan wel precies inhoudt, hoe zou er dan wel eensgezindheid kunnen bestaan in het definiëren van *specifieke* filmgenres? Bovendien stelt het definiëren van een filmgenre een specifiek probleem, nl. het probleem dat Tudor (1973) de 'circulariteit van de genredefinities' noemt.

Elke auteur die de term genre gebruikt, is gevangen in een dilemma. Hij definieert immers een 'screwball comedy' op basis van de analyse van een corpus van films waarvan men niet kan zeggen dat het 'screwball comedies' zijn tot na de analyse. M.a.w., 'we are caught in a circle which requires that the films are isolated, for which purpose a criterion is necessary, but the

criterion is, in turn, meant to emerge from the empirically established common characteristics of the films' (Tudor, 1973:134).

Dit dilemma kunnen we dus als volgt vertalen naar de screwball comedy toe. Als we willen weten wat een screwball comedy is, moeten we bepaalde films analyseren. Maar hoe weten we welke films we moeten analyseren als we geen definitie kunnen hanteren om ze te selecteren? Hoe kunnen we ons analysecorpus selecteren, terwijl het doel van onze analyse er juist in bestaat de selectiecriteria te bepalen?

Volgens Buscombe (1970) is ook dit probleem gelijkaardig aan het probleem van de geschiedschrijver. Het dilemma van wat hij noemt de 'genre history' is voor hem gewoon het dilemma van elke geschiedschrijving: namelijk, we dienen de 'geschiedenis' te bestuderen om ons referentieschema (in dit geval, het genre) te ontdekken; maar we kunnen onmogelijk de 'geschiedenis' bestuderen zonder reeds een bepaald selectieschema te hanteren (cf. supra). 'The problem is only another aspect of the wider philosophical problem of universals' (Buscombe, 1970:35).

M.a.w., alweer zien we dat we moeten selecteren en dat we keuzes moeten maken, wanneer we iets over de screwball comedy willen zeggen. En waar we moeten kiezen, zijn er verschillende benaderingen mogelijk en dus ook verschillende visies. Net zomin als er slechts één manier bestaat om aan filmgeschiedenis te doen, zo ook bestaat er niet slechts één wijze om een filmgenre te benaderen.

Daarenboven is het niet geheel overbodig om te wijzen op enkele problemen die meer specifiek voor de screwball comedy gelden. Vooreerst is er het feit dat de screwball comedy wordt gerekend tot wat de Sobchacks (1980) de 'minder goed identificeerbare genres' noemen. Gehring (1986:6) spreekt over de screwball comedy als liggende buiten de grenzen van de traditionele of 'determinate space' genres, waarin de handeling zich afspeelt in een specifiek bepaalde setting en tijdsperiode, zoals dit het geval is met de western, de oorlogsfilm en de gangsterfilm. De screwball comedy is veel minder afgebakend en meer ambigu qua geografische en temporele settings, hoewel kan worden gesteld dat het gros van de screwball comedies zich afspelen in het hedendaagse milieu van de geprivilegerde klasse.

Door echter op deze manier over de screwball comedy als een minder herkenbaar genre te praten, duikt er een andere vraag op: is de screwball comedy dan nog wel een genre? Het 'obscure' karakter van de screwball comedy, d.i. de weinig herkenbare eigenschappen van deze films, is moeilijk in overeenstemming te brengen met de veelvuldig gebruikte concepten waarmee men de term genre bekleedt - concepten zoals 'door makers en publiek gedeelde conventies', 'voorspelbaarheid van formules', 'verwachtingspatronen', 'herhaling en vernieuwing', enz... Als Tudor (1973:135) stelt dat 'genre is what we collectively believe it to be', dan is het definiëren van genres ogenschijnlijk helemaal niet zo'n groot probleem. Maar valt de



weinig herkenbare screwball comedy dan nog wel als een genre te definiëren?

Deze vraag kunnen we trouwens opentrekken naar het probleem van de komedie als genre in het algemeen. Solomon (1976:2) biedt ons hier een vertrekpunt:

I do not consider comedy as a genre. Comedy is a mode of representation, one of three possibilities (along with tragedy and tragicomedy). But having noted that, I can derive no specific cinematic qualities to apply toward a definition to serve as the basis for genre analysis; nor can I conceive of any fundamental characteristics that might relate an enormous number of comic categories to a workable, unifying notion of a genre of comedy.

Een aantal auteurs hebben Solomon gevolgd, althans wat het eerste gedeelte van zijn stelling betreft dat er geen overkoepelend, algemeen komisch genre bestaat. Zo stellen de Sobchacks (1980:203) dat er twee belangrijke *types* van genrefilms bestaan, komedie en melodrama, maar in tegenstelling tot Solomon breken zij het 'comedy type' wel in verschillende 'genre comedies': 'slapstick comedy', 'romantic comedy' en 'musical comedy'. Dit opdelen van het 'comedy type' in verschillende, min of meer duidelijk afgeleide subgenres is een project dat is gestart met Jim Leach (1977) (6), maar laat ons ondertussen wel verdwaasd achter: is de screwball comedy een genre, een komisch subgenre, of geen van de twee (en wat is het dan wel)?

Hoe dan ook blijkt dus dat de conventies van de screwball comedy helemaal niet zo makkelijk kunnen worden blootgelegd. Tudor (1973:135) vermeldt nochtans een middel om op een eenvoudige manier genreconventies te ontdekken. Immers de belangrijkheid van conventies binnen een genre en daarmee die conventies zelf worden het sterkst ervaren in genreparodieën. Zo is de humor die wordt verkregen in westernparodieën zoals *Cat Ballou*, *Support Your Local Sheriff*, en *The Good Guys and the Bad Guys*, onmogelijk te begrijpen zonder duidelijke, wijdverspreide concepten van wat men van een 'western' kan verwachten.

Echter ook dit hulpmiddel is niet beschikbaar voor de filmhistoricus/criticus die de screwball comedy wil definiëren. Hoe verzin je immers een parodie op een genre dat zelf al een parodie heet te zijn? Of zijn allicht de conventies van de screwball comedy toch niet bekend genoeg om er bewust mee te spelen voor een komisch effect? Het moge dan ook duidelijk zijn dat wanneer Grant (1977:1) stelt dat 'the work of defining film genres is surprisingly difficult and complex', dit in overtreffende trap geldt voor de komische genres.

## BESLUIT

Dienen we dan nu te besluiten met het stellen dat het onmogelijk is om een genre, zoals de screwball comedy, te definiëren? Wie tot een dergelijk besluit komt, heeft ons verhaal niet goed gelezen. Het is heel goed mogelijk om filmgenres te definiëren, zolang men maar in het achterhoofd houdt dat men deze definitie slechts heeft kunnen construeren vanuit een wel bepaald gezichtspunt dat men als onderzoeker heeft gehanteerd. Elke auteur stelt binnen zijn eigen filmhistorisch/theoretisch gezichtspunt zijn eigen interpretatie/definitie van het genre voor, en onderbouwt deze ook met voor zijn stelling en vanuit zijn gezichtspunt relevante 'feiten'.

Wel verwerpen we de idee dat het tot de mogelijkheden behoort om tot een perfecte, allesomvattende definitie te komen. Elke definitie komt noodzakelijk tot stand vanuit een bepaalde gezichtshoek en blijft dan ook altijd partieel. Nogmaals, dit wil niet zeggen dat zulk een definitie niet valabel zou zijn. Deze definities wijzen er immers op dat het fenomeen van de screwball comedy werktuiglijk valt aan te duiden en als dusdanig binnen de filmgeschiedenis zijn plaats heeft. Indien immers de screwball comedy geen eigen, specifieke kenmerken had, zou er van het fenomeen screwball comedy (en van definities ervan) helemaal geen sprake zijn. Het feit dat deze specifieke kenmerken blijkbaar zo complex zijn dat geen enkele definitie ze ten volle kan vatten, doet aan de eigenheid van de screwball comedy en diens definities niets af.

Als we dan tenslotte zelf over de screwball comedy willen praten, kunnen we dit op twee manieren doen. Ofwel gaan we op zoek naar onze 'eigen' definitie van het genre, waardoor we eigenlijk weer een definitie naast de andere mogelijke en min of meer valabele definities plaatsen. Ofwel, en dit lijkt ons heel wat interessanter, kunnen we, nadat we hebben vastgesteld dat er wat betreft de screwball comedy zo weinig eensgezindheid heerst, nagaan waar die verschillen in het screwball comedy discours vandaan komen. Meer bepaald zullen we dan trachten na te gaan hoe verschillende definities van de screwball comedy zijn tot stand gekomen in het licht van de gehanteerde filmhistorische benaderingen (7). Immers, Allen en Gomey (1985:66) stellen dat 'doing history requires judgement, not merely the transmission of the facts', en dus 'similarly the reading of history, in this case film history, should not be thought of as mere reception, but rather as skeptical questioning - a confrontation between reader and historical argument.'

Een dergelijke kritische lezing kan dan zelfs niet enkel leiden tot een beter inzicht in het fenomeen van de screwball comedy, maar ook tot een beter begrip van de problematiek van het bedrijven van filmgeschiedenis en de problematiek van de genres zoals we die hierboven hebben behandeld.

(\*) Dit artikel is gebaseerd op zijn eindverhandeling *Over 'dizzy dames' en 'goofy gents'. De screwball comedy van de jaren '30*, Fac. Soc. Wet., Dep. Comm. Wet., K.U. Leuven, september 1991, 264 blz. Promotor: Prof. Dr. W. Hesling.

## NOTEN

- (1) O.a. Babington en Evans (1989), Sikov (1989), Kendall (1990), Scott (1990), Byrge en Miller (1991) en Shumway (1991).
- (2) De term 'screwball' verscheen voor het eerst in het midden van de jaren dertig en verwees naar een excentriek persoon. Het woord heeft waarschijnlijk bindingen met late negentiende-eeuwse uitdrukkingen zoals 'having a screw loose' (gek zijn) en 'becoming screwy' (dronken worden). Sinds het midden van de jaren dertig wordt 'screwball' ook gebruikt in baseball om zowel een excentrieke speler als 'any pitched ball that moves in an unusual or unexpected way' aan te duiden.
- (3) Dit is een afwijzen van wat Lorenz het objectivisme of het naef realisme noemt. Tegenover dit objectivisme plaats hij het subjectivisme of idealisme dat stelt dat feiten niet objectief in de wereld zouden te vinden zijn, maar alleen maar alleen in de hoofden, in het bewustzijn, van de historici. Lorenz verwerpt zowel het objectivisme als het subjectivisme om te kiezen voor de gulden middenweg: het perspectivisme van Walsh (1959) of het wetenschappelijk realisme van Bhaskar (1978), waarin de rationele kernen van beide posities behouden zijn gebleven: met het objectivisme wordt het objectieve, buiten ons bewustzijn gelegen karakter van feiten erkend, terwijl met het subjectivisme wordt erkend dat de taal, waarin wij onze registratie van de feiten gieten, *niet* in de feiten zelf wordt aange-troffen. Via de taal halen wij bepaalde aspecten naar voor (moord versus terechtstelling, actie versus rel), scheppen we een bepaald perspectief.
- (4) We kunnen dit illustreren met een voorbeeld dat Altman (1972:1) geeft. 'Faced with an overabundance of material we must constantly make choices, in our courses, in our writings, and in our viewing habits. What we at times forget is that each of these choices is laden with implications of far-reaching importance. What material should be taught with *The Grapes of Wrath*? Another film directed by John Ford? Another scripted by Nunnally Johnson? Shot by Gregg Toland? Produced by Darryl Zannuck? Starring Henry Fonda? Or should we read Steinbeck's novel? Or see another film of the same era, the same theme, the same narrative structure, the same studio, or the same genre? Perhaps we should mimeograph the facts and figures concerning the film's distribution? Whatever decision we make, and we all make decisions like this on a regular basis, we have simultaneously decided against many other alternatives, thus implicitly choosing one mode of historical explanation over another.'
- (5) Vergelijk deze stelling met de stelling van Henderson i.v.m. de screwball comedy waarmee we de eerste paragraaf hebben besloten. Geen wonder dat er dus geen eensgezindheid bestaat omtrent de screwball comedy, er bestaat immers al geen eensgezindheid over wat een filmgenre eigenlijk is.

- (6) Leach verantwoordt dit omdat het volgens hem problematisch is om te spreken over de komedie als een genre 'since the very breadth of the genre means that it lacks the precision of the 'serious' genres: a genre which encompasses the visions of Jerry Lewis and Ernest Lubistch is already in trouble.'
- (7) Voor het resultaat van dergelijk onderzoek verwijzen we hier naar de eindverhandeling die we rond dit onderwerp hebben gemaakt: Van den Vonder, K. (1991) *Over 'Dizzy Dames' en Goofy Gents': De Screwball Comedy van de Jaren '30*. Leuven: Departement Communicatiewetenschap.

## LITERATUURLIJST

- Allen, R.C. & Gomery, D. (1985) *Film History: Theory and Practice*. New York: Knopf.
- Altman, C.F. (1972) 'Towards a Historiography of American Film', *Cinema Journal*, 11 (2): 1-25.
- Babington, B. & Evans, P.W. (1989) *Affaires to Remember: The Hollywood Comedy of the Sexes*. Manchester: Manchester University Press.
- Bawden, L. (1976) *The Oxford Companion to Film*. London: Oxford University Press.
- Bhaskar, R. (1978) *A Realist Theory of Science*. Atlantic Highland (N.J.): Humanities Press.
- Buscombe, E. (1970) 'The Idea of Genre in the American Cinema', *Screen*, 3 (2): 191-200.
- Byrge, D. & Miller, R.M. (eds.) (1991) *The Screwball Comedy Films. A History and Filmography*. London: St. James Press.
- Carr, E.H. (1961) *What is History?* New York: Vintage Books.
- Cook, D.A. (1990) *A History of Narrative Film*. New York: Norton.
- Gehring, W.D. (1986) *Screwball Comedy: A Genre of Madcap Romance*. New York: Greenwood Press.
- Grant, B.K. (ed.) (1977) *Film Genre: Theory and Criticism*. Metuchen: Scarecrow Press.
- Henderson, B (1978) 'Romantic Comedy Today: Semi-Tough or Impossible?', *Film Quarterly*, (2): 11-23.
- Kaminsky, S.M. (1974) *American Film Genres*. Dayton: Pflaum.
- Kendall, E. (1990) *The Runaway Bride. Hollywood Romantic Comedies of the 1930's*. New York: Knopf.
- Koningsveld, H. (1976) *Het Verschijnsel Wetenschap. Een Inleiding tot de Wetenschapsfilosofie*. Amsterdam: Meppel.
- Leach, J. (1977) 'The Screwball Comedy' in Grant, B.K. (ed.) *Film Genre: Theory and Criticism*. Metuchen: Scarecrow Press.
- Lorenz, C. (1987) *De Constructie van het Verleden. Een Inleiding in de Theorie van de Geschiedenis*. Boom: Meppel.

- Mast, G. (1976) 'Film History and Film Histories', *Quarterly Review of Film Studies*, 1 (3): 297-314.
- Schatz, T. (1981) *Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking, and the Studio System*. New York: Random House.
- Scott, H. (1990) *The Screwball Comedy. Sources and Evolution. A Study on the Comic Hero of the 1930's*. Vol 1-5. Paris: Scott.
- Shumway, D.R. (1991) 'Screwball Comedies: Constructing Romance, Mystifying Marriage', *Cinema Journal*, 30 (3): 7-23.
- Sikov, E. (1989) *Screwball. Hollywood's Madcap Romantic Comedies*. New York: Crown.
- Solomon, S.J. (1976) *Beyond Formula: American Film Genre*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- Sobchack, T. & Sobchack, V.C. (1980) *An Introduction to Film*. Boston: Little Brown & Co.
- Tudor, A. (1973) *Theories of Film*. New York: Viking Press.
- Van den Vonder, K. (1991) *Over 'Dizzy Dames' en 'Goofy Gents'. De Screwball Comedy van de Jaren '30*. Leuven: Departement Communicatiewetenschap.
- Walsh, W.H. (1959) *Introduction to the Philosophy of History*. London: Hutchinson.



# de maatschappijkritiek van jean baudrillard

## de operationele en telematische mens

esther meulemans

De Franse maatschappijkriticus Jean Baudrillard neemt in de rij postmoderne maatschappijtheoretici een bijzondere plaats in met zijn semiologische interpretatie van de samenleving. Hij wordt in 1929 geboren en groeit op in de Ardennen. Zijn ouders zijn boeren. Baudrillard studeert germanistiek en werkt jarenlang als leraar Duits en als vertaler van Duitse literatuur. Hij vertaalt toneelstukken van Berthold Brecht en van Peter Weiss, een boek van Wilhelm E. Mühlmann, en geeft ook een fotocollectie over Duitsland uit van René Burri.

Baudrillard is politiek links georiënteerd en wordt in de woelige jaren zestig opgemerkt door de marxist en marxoloog Henri Lefebvre, die hem aanwerft voor het doceren van de sociologie aan de universiteit van Parijs/Nanterre. Baudrillard heeft op dat moment eigenlijk geen officiële onderwijsbevoegdheid, want hij heeft geen universitaire vorming en derhalve ook geen doctoraat op zijn actief. Hij ligt aanvankelijk nauwelijks één college vóór op zijn studenten, waartoe onder meer de activist Daniel Cohn-Bendit behoort. Hij kan zich, dank zij zijn grondige kennis van het Duits, snel inwerken in de werken van Marx en Engels en in de talrijke marxistische theorieën van auteurs uit Frankrijk, Duitsland en Amerika, zonder zich uitdrukkelijk met één van hen te identificeren.

Deze houding is kenmerkend voor Baudrillard en ligt aan de basis van een kritisch oeuvre, dat bepaald wordt door een hoge mate van eigenzinnigheid.

Zijn voornaamste werken zijn: *Le Système des objets* (1968), *La Société de consommation* (1970), *Pour une critique de l'économie politique du signe* (1972), *Miroir de la production* (1973), *L'Echange symbolique et la mort* (1976), *De la séduction* (1979), *A l'ombre des majorités silencieuses* (1978), *Le PC ou les paradis artificiels du politique* (1978), *Simulacres et simulations* (1981), *Les stratégies fatales* (1983), *La Transparence du Mal* (1990).

## INLEIDING

Baudrillard ziet onze westerse maatschappijen regelrecht op een catastrofe afstevenen, omdat zij zich aan hun eigen doelstellingen vergalopperen. Hun oververzadiging is hen fataal geworden: zij creëert overal tegelijkertijd een situatie van krampachtigheid en van inertie. Onze systemen staan bol van informatie, van communicatie, van geheugenstocks, van producties en van destructiegoederen, en het dient allemaal tot niets. De overproductie heeft in onze systemen een einde gesteld aan de gebruikswaarde. Talloze zaken worden er geproduceerd en opgestapeld zonder ooit te zullen kunnen dienen. Talloze boodschappen en signalen worden er de wereld ingezonden zonder ooit te zullen worden gelezen of gehoord. Het oneindig kleine deel dat wij ervan in ons opnemen, zet ons reeds onder hoogspanning. Een bijzonder soort walging maakt zich van ons meester: het is de walging voor de enorme nutteloosheid van de nog constant aanzwellende wereld. De constant aangroeiende geheugenstocks en informatiearchieven zijn niet eens in staat een idee te lanceren. De constant in aantal toenemende plannen en programma's en beslissingen zijn niet eens in staat iets belangrijks tot stand te brengen. Het mensbeeld dat Baudrillard in deze context voor ogen heeft, is dan ook navenant. Baudrillard spreekt van de operationele en telematische mens: hij ondergaat een soort plastische ingreep waardoor hij operationeel wordt gemaakt voor het systeem; hij wordt op het ritme van de hem overstijgende technologie gedwongen volgens bepaalde modellen te presteren; zijn persoonlijk denkvermogen moet plaats ruimen voor de artificiële intelligentie; zijn sensibele neemt de oppervlakkigheid en de koelheid van de machines aan; de op de apparaten afgestemde telematische mens is in een geïntegreerd circuit terechtgekomen waar zijn vrijheid nul geworden is.

## DE PLASTISCHE CHIRURGIE VAN DE OPERATIONALISERING (Baudrillard 1990: 51-54)

Onze maatschappijen zijn tegenwoordig onherroepelijk doorzichtig geworden. Het is alsof de mens er zijn schaduw is kwijtgeraakt: hij is transparant geworden voor allerhande belichtingsmateriaal, dat van overal dwars door hem heen boort en hem langs alle kanten belicht. Hij is eigenlijk weerloos blootgesteld aan al die lichtbronnen. Wij worden inderdaad van overal belicht door de technieken, door de afbeeldingen, door de informatie, zonder die belichting te kunnen ombuigen. Wij zijn gedoemd tot een witgewassen activiteit, tot een witgewassen socialiteit. Onze hersenen en ons geheugen worden witgewassen zoals het geld. Wij worden

helemaal kiemvrij gemaakt. Het geweld en de geschiedenis van onze maatschappijen ondergaan een gigantische plastische ingreep, die resulteert in maatschappijen en individuen voor wie geweld en negativiteit taboe zijn geworden. De hieraan verbonden consequenties zijn radicale onzekerheid en onbepaalde simulatie, aldus Baudrillard. Wij zijn terechtgekomen in een chirurgische dwangbuis, die tot doel heeft de zaken van hun negatieve trekken te ontdoen en hen op een ideale wijze te hermodelleren aan de hand van een synthese-behandeling. Het gaat eraan toe zoals in de plastische chirurgie: alle toevallige schoonheid of lelijkheid van een gelaat, zijn karakteristieke en negatieve trekken moeten opgelapt worden, om er iets schoner dan schoon van te maken. Het resultaat moet m.a.w. een ideaal gelaat, een chirurgisch gelaat worden. Baudrillard stipt ook de plastische energie aan van de groene ruimten, van de natuur, van de geschiedenis... De Revolutie b.v. wordt herzien en verbeterd: ze ondergaat een lifting en wordt de doorbraak van de rechten van de mens. Alles moet achteraf synchroon gemaakt worden volgens criteria van fatsoen en optimale boekhouding. Het resulteert allemaal in een onmenselijke formalisering van het gelaat, van het spreken, van de sekse, van het lichaam, van de wil, van de openbare opinie. Elke vonk van negativiteit moet verbannen worden ten gunste van iets dat gelijk op de glimlach van de overledene in de Amerikaanse funeral homes.

Alles moet op de dag van vandaag opgeofferd worden aan het operationeel maken van de dingen, zo stelt Baudrillard. De produktie is niet meer de aarde, die voortbrengt: de produktie is ook niet meer de arbeid, die rijkdom creëert; de produktie is kapitaal geworden, dat de aarde en de arbeid *doet produceren*. De arbeid is geen handeling meer, maar een behandeling. De consumptie is niet meer een gewoon genieten van de goederen, maar een doen-genieten. De communicatie is niet een spreken, maar een doen-spreken. De informatie is geen kennen meer, maar een doen-kennen. Het komt er in de publiciteit en in de propaganda niet op aan te geloven, maar te doen-geloven. De participatie is geen actieve noch spontane vorm van sociaal-zijn: zij wordt bekonkeld of beraamd en is een doen-handelen, zoals b.v. de animatie. Het willen zelf wordt op de dag van vandaag via de media aan de hand gedaan via modellen, via het doen-willen, zoals b.v. de overreding en de intimidatie. Het actief werkwoord (willen, kunnen, geloven, weten, handelen, verlangen en genieten) is om zo te zeggen spitsvondiger geworden, doordat er een hulpwerkwoord aan toegevoegd werd: nl. dat van het 'doen'. De handeling op zichzelf genomen, heeft minder belang dan het feit dat zij voortgebracht, opgewekt, aangespoord, gemediatiseerd, vertechniseerd wordt. Er moet geen ander weten zijn dan het weten dat het gevolg is van het doen-weten. Er moet geen ander spreken zijn dan het spreken dat het gevolg is van een doen-spreken, m.a.w. van een communicatieve handeling. Er moet geen andere

handeling meer gesteld worden dan deze, die het resultaat is van een interactie en waarbij zo mogelijk een controlescherf aan te pas komt met ingewerkte *feed-back*. De behandeling wordt immers juist, in tegenstelling tot de handeling, gekenmerkt door het feit dat zij in haar verloop noodzakelijkerwijze gereguleerd is. Er kan anders geen communicatie plaatsvinden. Er is maar communicatie, indien zij operationeel is. Er is maar informatie, als zij operationeel is.

Baudrillard toont hiermee aan, hoe al onze categorieën in het tijdperk van de facticiteit of gedwongenheid zijn beland: er is daar geen sprake meer van te willen maar van te doen willen, niet meer van te doen maar van te doen doen, niet meer van verdiensten te hebben maar van verdiensten te doen uitkomen, niet meer van te weten maar van te doen weten, en *last but not least* niet zozeer van te genieten maar van te doen genieten. Baudrillard noemt dit het grote probleem van vandaag: het dient tot niets te genieten; men moet zichzelf en de anderen doen genieten. Genieten wordt een communicatieve handeling: gij nodigt mij uit, ik nodig u uit. Onze eigen lichamen worden genotsmachines, die gepolijst worden naar het model van de communicatiemachines. Zij worden opgemaakt om te genieten en te doen genieten aan de hand van de meest subtiele cosmetische en vreugde uitstralende technieken.

## DE OBSESSIE VAN HET PRESTEREN

(Baudrillard 1990: 54-57)

De operationeel gemaakte mens moet presteren. Baudrillard illustreert dit aan de hand van twee voor de hand liggende voorbeelden.

Het joggen b.v. behoort tot het domein van de prestaties. Joggen is niet lopen, het is zijn lichaam doen lopen. Het is een spel, dat gebaseerd is op de absolute prestatie van het lichaam en zich bezighoudt met het uitputten en uitschakelen van het lichaam. De 'trance' van het joggen stemt geheel en al overeen met deze tweede bewerking, met deze van de mechanische afkoppeling. Het genot en de pijn is niet deze van een zuiver fysieke inspanning, maar deze van de annihilatie en van het eindeloos functioneren. Het is de ascese en de extase van het presteren. Het doen lopen gaat trouwens zeer vlug over in een laten lopen: het lichaam brengt zichzelf door zijn prestatie onder hypnose en gaat alleen lopen in de afwezigheid van het subject, zoals een slaapwandelaar en op zichzelf lopende machine. Het eindeloos karakter van het joggen hangt trouwens samen met deze manier van presteren zonder doel, zonder doelgerichtheid, zonder illusie. En wat geen doel heeft, heeft ook geen reden om te stoppen. Bau-

drillard wijst erop, dat het joggen niet meer gericht is op de 'conditie' zoals in de jaren zestig en zeventig. De conditie was toen nog functioneel: zij mikte op de handelswaarde of op de tekenwaarde van het lichaam, op zijn produktiviteit en zijn prestige. Het joggen is nu een prestatie geworden, d.w.z. dat het operationeel is geworden en niet meer mikt op de 'conditie' van het lichaam, maar op zijn 'aanpak', op zijn reactie, op zijn potentieel vermogen als manoeuvreerterrein. Het lichaam wordt iets dat men doet functioneren: zoals iedere machine vraagt, dat men het doet functioneren; zoals ieder signaal vraagt, dat men het in werking zet. Het is om die reden, dat de act van het joggen zo leeg is. Er is blijkbaar niets nuttelozer dan deze manier van lopen, om zonder ophouden de eigenschap van het lopen te oefenen. En nochtans, zo voegt Baudrillard er veelbetekenend aan toe: zij lopen...

Het gebruik van de computer b.v. getuigt van dezelfde inhoudelijke onverschilligheid. Het vertoont hetzelfde obsessionele en operationele kenmerk van het eindeloos presteren. De mens denkt er niet bij na, zoals hij ook niet loopt bij het joggen. Hij doet zijn hersenen werken, zoals hij zijn lichaam doet lopen. De verrichting kan in de beide gevallen eigenlijk zonder ophouden doorgaan: de hersentraining met de computer hoeft evenmin gestopt te worden als de lichaamstraining bij het joggen. En het bedwelmende genot van het in vervoering opgaan in de lichamelijke energie in het ene geval en in de cerebrale energie in het andere geval is precies hetzelfde. Het joggen en het computeren, kunnen, volgens Baudrillard, bestempeld worden als verdovingsmiddelen of narcotica, in de mate dat de drug zelf rechtstraads is met de algemene prestatie: een doen-genieten, een doen-dromen, een doen-voelen. De drug is niet kunstmatig in de zin dat hij een trance-toestand bewerkt, die tegengesteld is aan de natuurlijke toestand van het lichaam. De drug is wél kunstmatig, omdat hij een scheikundige prothese in de plaats brengt, en een mentale en een plastische ingreep bewerkt in de prestatie en de perceptie van het lichaam. Het is geen toeval, zo meent Baudrillard, dat de sportieve prestatie op de dag van vandaag gepaard gaat met de verdenking van systematische doping. De verschillende soorten prestaties doen het goed onder elkaar. Niet alleen de spieren en de zenuwen, maar ook de zenuwcellen en -kernen moeten op de prestatie afgestemd worden. Zelfs de bacteriën moeten operationeel worden. Het komt er niet meer op aan te werpen, te lopen, te zwemmen, te springen, maar zijn lichaam als een satelliet in een kunstbaan te brengen. Het lichaam van de sportbeoefenaar wordt werper en satelliet: het wordt afge-regeld door een interne minicomputer in codetermen. De wilskracht komt er niet meer bij te pas: hij regelt de inspanning niet langer af in termen van zelfoverwinning.



De operationaliseringsdrang resulteert, volgens Baudrillard, in een operationele contradictie. Hij verwijst naar de meedogenloze consequentie van de hedendaagse communicatie en informatie: de inhoud ervan moet desnoods transparant en onbeduidend zijn, opdat alles beter en sneller overgedragen zou worden. Dit kan vastgesteld worden in de telefoongesprekken en in de uitzendingen van de media, maar ook in ernstiger aangelegenheden. De *goede* communicatie, d.w.z. datgene wat op de dag van vandaag aan de grondslag ligt van een *goede* samenleving, verloopt ten koste van haar inhoud. De goede informatie verloopt via de computertransparantie van de kennis. De goede reclame verloopt via de onbeduidendheid en minstens de neutralisering van het produkt. En Baudrillard stelt hierbij enkele insinuerende vragen: als heel de reclame nu eens niet het ophemelen zou zijn van een produkt, maar het ophemelen van de reclame zelf? Als de informatie nu eens niet zou verwijzen naar een belangrijke gebeurtenis, maar de informatie zelf zou promoveren tot een belangrijke gebeurtenis? Als de communicatie nu eens niet zou verwijzen naar een boodschap, maar de communicatie zelf zou promoveren tot een mythe?

## DE STROOMLIJNENDE WERKING VAN DE ARTIFICIELE INTELLIGENTIE (Baudrillard 1990: 58-61)

De mensen, zo stelt Baudrillard, wanhopen aan hun intelligentie of bezwijken onder het gewicht van een monsterachtige en nutteloze intelligentie, als zij verstandsmachines uitvinden of verzinnen. Het verstand toevertrouwen aan machines bevrijdt ons van elke aanspraak op kennis. De mensen wanhopen aan hun oorspronkelijkheid, als zij dromen van oorspronkelijke en geniale machines en hun oorspronkelijkheid uit handen geven om er via de bemiddeling van machines van te genieten. Deze machines bieden immers het spektakel aan van het denken, en de mensen, die deze machines manipuleren, geven zich eerder over aan het spektakel van het denken dan aan het denken zelf. Baudrillard vindt het niet ongegrond, dat men spreekt van het virtueel karakter van de machines: zij houden het denken nl. in eindeloze spanning en dit gaat gepaard met het einde van de doorgronde kennis. De act van het denken wordt bij het manipuleren van die verstandsmachines eindeloos opgeschort. Het probleem van het denken kan hier zelfs niet meer gesteld worden. En Baudrillard ziet het gebeuren, dat de komende generaties zelfs het probleem van de vrijheid niet meer zullen kunnen stellen. Zij zullen door het leven gaan als door het lucht-ruim, d.w.z. vastgepind op hun stoel. De Mensen van de Artificiële Intelligentie zullen, vastgepind op hun computer, hun mentale ruimte doorkruisen. De Virtuele Mens zit roerloos voor zijn computer, vrijt via het scherm en geeft zijn lessen via teleconferentie. Hij wordt een motorisch gehandi-

capte en ongetwijfeld ook een cerebraal gehandicapte mens. Hij moet die prijs betalen, als hij operationeel wil worden. En Baudrillard voorspelt de leegte van de toekomst: zoals de brillen en contactlenzen ooit de geïntegreerde prothesen zullen worden van een mensensoort waaruit de blik zal verdwenen zijn, zo zal de artificiële intelligentie en haar technische uitrusting de prothese worden van een mensensoort waaruit het denken zal verdwenen zijn.

Namaakverstand heeft eigenlijk geen verstand, zo vervolgt Baudrillard, want het is niet spitsvondig zoals de mens. Verstandsmachines zijn namaak in de meest arme zin van het woord: zij kunnen taal, seks, kennis, uiteenrafelen tot in de meest eenvoudige bestanddelen, deze in codes omzetten en hergroeperen volgens modellen. Zij beschrijven al de mogelijkheden van een programma. De spitsvondigheid van de mens daarentegen heeft niets te zien met wat de werkelijkheid *beschrijft*, maar met wat de werkelijkheid *verandert*. De spitsvondigheid is de macht van de idee. De machines bezitten slechts de argeloosheid van de code, zijn transparant en functioneel, maar hartstocht en spitsvondigheid is hen vreemd. De machine van de artificiële intelligentie is een eenzame machine. En Baudrillard legt dit verder uit: het verschil tussen het functioneren van de mens en het functioneren van de meest vernuftige machine zal steeds gelegen zijn in de roes en het plezier van te functioneren. Machines uitvinden, die in hun functioneren plezier zouden vinden, ligt gelukkig nog buiten het vermogen van de mens. De mens kan zijn plezier met allerlei prothesen vermeerderen; hij kan er echter geen uitvinden, die in zijn plaats plezier zou hebben. De mens kan prothesen uitvinden, die arbeid verrichten, 'denken', zich beter verplaatsen dan hijzelf of in zijn plaats; er bestaat echter noch op het vlak van de techniek noch op het vlak van de media een prothese van het plezier van de mens, van het plezier mens te zijn. Dat kan ook niet, omdat de machines geen idee hebben van wat het is mens te zijn. De mens kan zichzelf overschrijden, terwijl de machines zichzelf nooit kunnen overschrijden. De meest vernuftige machines zijn alleen maar precies wat zij zijn. Zij hebben niet dat ironische toemaatje van het functioneren, dat erin bestaat plezier te hebben of leed te ervaren en waardoor de mens zichzelf overschrijdt. Een machine overschrijdt nooit haar eigen werking, wat waarschijnlijk de verklaring is voor de diepe neerslachtigheid van de computers. En Baudrillard herhaalt het nogmaals: alle machines zijn eenzamen.

Het eenzamenbestaan van de machine heeft het eenzamenbestaan van de telematische mens tot gevolg. Deze laatste vergast zich voor zijn computer of wordprocessor op het spektakel van zijn brein en van zijn intelligentie, en voor zijn rooskleurige terminal op het spektakel van zijn fantasmen en van een virtueel genot. Hij wendt verstand en genot in de beide gevallen af naar de koppeling met de machine. De telematische mens heeft nooit echt

de Andere of de gesprekspartner op het oog; wel het scherm als de plaats van de koppeling. Het interactieve scherm transformeert het relatieproces in een schakelingsproces van het eigen zelf tot het eigen zelf. Het geheim van de koppeling met de machine bestaat erin, dat de Andere er virtueel de Zelfde is: het anderszijn wordt stiekem door de machine aangeslagen. De meest waarschijnlijke communicatiecyclus op de dag van vandaag is derhalve, volgens Baudrillard, deze van de bedienaars van minitels: zij schakelen over van het scherm naar een telefoongesprek en dan naar een televisiedebat. Baudrillard zet het op een rijtje wat er in feite gebeurt: 'wij telefoneren met elkaar' en schakelen dan terug naar onze minitel over, die deskundig en transparant is tegelijkertijd én ook de zuiverste vorm van communicatie: alleen het scherm en een elektronische tekst laten leven raden. Baudrillard spreekt in dit verband van de nieuwe grot van Plato, waar de schaduwen van tastbaar genot voorbijglijden. Wij hoeven met elkaar niet meer te spreken, als communicatie zo gemakkelijk verloopt.

## **DE INVOLUTIE VAN DE SENSIBILITEIT IN HET BEELDSCHERM** (Baudrillard 1990: 61-64)

Baudrillard ziet ons leven op de dag van vandaag verlopen in de irreële wereld van het beeldscherm, in de irreële wereld van de koppeling tussen verschillende elektronische systemen en van de netwerken. Al onze machines zijn beeldschermen en de conversatie tussen de mensen is deze van de beeldschermen geworden. Wat op die beeldschermen verschijnt, moet niet uitgediept worden. Het moet wel terstond geëvalueerd worden. Het lezen van een beeldscherm gebeurt helemaal anders dan het lezen van de blik van een persoon. Schermlezen is een verkenning met de vingers, terwijl het oog zich onophoudelijk verplaatst in een gebroken lijn. De verhouding tot de gesprekspartner in de communicatie en tot de kennis in de informatica is van dezelfde orde: zij is aftastend en verkennend. De stem in de nieuwe informatica of zelfs aan de telefoon is een aftastende stem, d.w.z. een nietszeggende en functionele stem. Het is om zo te zeggen geen stem meer. En dit is ook het geval voor het beeldscherm: het is om zo te zeggen ook geen kijken meer. Heel het paradigma van de sensibiliteit is anders geworden. Het aftasten moet niet verstaan worden in de organische betekenis van de tastzin. Het aftasten duidt heel eenvoudig op het oppervlakkig contact tussen oog en beeld en luidt het einde in van het beschouwend kijken. Wij naderen het schermoppervlak eindeloos dicht en onze ogen zijn als in het beeld gelegd. Dit beeld bevindt zich nochtans op een afstand van lichtjaren. Het is altijd een afstandsbeeld: het is gesitueerd op een door het lichaam onoverbrugbare afstand. Het beeldscherm is iets virtueels, bestaat slechts schijnbaar en is dus voor de mens een on-

overbrugbare hinderpaal. De consequentie hiervan is de onherroepelijk abstracte vorm van de communicatie.

De woorden, de gebaren, het kijken, vormen in de ruimte van de communicatie een onophoudelijke samenhang en nochtans raken zij elkaar nooit. Dat komt omdat de afstand of de nabijheid hier niet te zien zijn als deze tussen het lichaam en zijn omgeving. Het beeldscherm, het interactieve scherm, het telematische scherm, zijn tegelijk nabij en veraf en creëren op die manier een dimensie die strikt genomen niet meer menselijk is. Baudrillard legt het verband met de topologie van Moebius, om aan te tonen dat nabijheid en afstand, binnenkant en buitenkant, object en subject, met elkaar samenhangen in dezelfde spiraal waarin ook het scherm van onze computers en het mentale scherm van onze hersenen vervlochten zitten. Dezelfde spiraal staat ook model voor de wijze waarop de informatica en de communicatie met elkaar in een eindeloos circuit met elkaar vervlochten zijn. Dezelfde vervlochtenheid doet zich, volgens Baudrillard, ook voor in de relatie van de mens tot zijn 'virtuele' machines. De Telematische Mens is op zijn machine aangewezen zoals de machine op hem aangewezen is: er is een evolutie van de ene in de andere, een ombuigen van de ene naar de andere toe. De machine doet wat de mens wil dat zij doet, maar deze laatste voert slechts datgene uit waarvoor de machine geprogrammeerd werd. De mens bewerkt het virtuele en zijn manier van doen is slechts ogenschijnlijk deze van zich te informeren en van te communiceren. Zijn manier van doen bestaat er in werkelijkheid in al de theoretische mogelijkheden van een programma te exploreren, zoals de speler erop gericht is al de theoretische mogelijkheden van het spel uit te putten. En Baudrillard verwijst bij wijze van illustratie naar de manier waarop gebruik gemaakt wordt van het fotoapparaat. De theoretische mogelijkheden zijn in dit geval niet meer deze van het subject, dat de wereld volgens zijn eigen visie 'weerspiegelt': zij zijn deze van het object, dat de theoretische mogelijkheid van het foto toestel uitput. Het foto toestel is in dit perspectief een machine, die elke wil verandert, die elke intentionaliteit uitwist en slechts de zuivere reflex van het nemen van foto's laat doorschemeren. Het kijken zelf wordt uitgewist, vermits het vervangen wordt door het foto toestel, dat de zijde kiest van het object en dus het kijken omkeert. Deze involutie van het subject in de zwarte doos van het foto toestel, dit versterf van het eigen kijken van het subject tot het onpersoonlijk kijken van het apparaat, zijn magisch. De persoonlijke interpretatie van het subject komt weg te vallen en het object kan zich virtueel op een vrije wijze uiten in de lens van het foto toestel, op de beeldschermen in 't algemeen en ten gerieve van al de technieken van de media en van de informatica en de telecommunicatie.

Het is daarom, zo betoogt Baudrillard, dat alles op de dag van vandaag in beeld kan worden gebracht. Het is daarom, dat alles informatiseerbaar

wordt, d.w.z. omgezet kan worden in een computerteken. Elk individu is trouwens zelf te herleiden tot zijn genetische code en een van de fundamentele aspecten van de artificiële intelligentie gaat er juist in bestaan de theoretische mogelijkheden van deze genetische code uit te putten. Baudrillard legt uit wat dit concreet betekent. Het betekent, dat er geen enkele handeling meer kan worden gesteld en geen enkele gebeurtenis meer kan plaatshebben, zonder dat zij in een technisch beeld of op scherm vastgelegd worden. Er is geen enkele handeling die niet *wenst* gefotografeerd, op film vastgelegd of opgenomen te worden. Er is geen enkele handeling die niet wenst in een dergelijk geheugen opgenomen te worden en er voor altijd reproduceerbaar te worden. Er is geen enkele handeling die niet wenst zichzelf te overschrijden in een virtuele eeuwigheid: niet meer de duurzame eeuwigheid na de dood, maar de voorbijgaande theoretisch mogelijke eeuwigheid van het netwerk in de kunstmatige geheugens. Er is een drang aanwezig, om er te zijn op al de beeldschermen en in het hart van al de programma's. Het wordt zelfs een magische eis. Baudrillard spreekt van de verdwazing van de zwarte doos.

## DE ONVRIJHEID VAN DE TELEMATISCHE MENS

(Baudrillard 1990: 64-66)

Baudrillard vraagt zich af, hoe het in deze tijd van de beeldschermen en van de computerprogramma's met de vrijheid van de mens gesteld is. En hij meent te kunnen stellen dat zijn vrijheid tot nihil is herleid geworden. De mens wordt niet meer voor een keuze gesteld en hij hoeft uiteindelijk geen beslissing meer te treffen. Elke beslissing met betrekking tot netwerk, beeldscherm, informatie, communicatie, is serieel, partieel, fragmentarisch, fractaal. De structuur van de door de telematische mens gestelde gebaren wordt uitgedrukt in quanta: zij is een wisselvallig geheel van puntvormige beslissingen. Dit heeft iets fascinerends, maar stelt tegelijkertijd een einde aan de vrijheid van de mens. Deze laatste is onzeker geworden en stelt de vraag: ben ik een mens, ben ik een machine? En, zo stelt Baudrillard, er is geen antwoord meer op deze antropologische vraag. Dit betekent dus in zekere zin het einde van de antropologie, die op slinkse wijze ingepalmd is geworden door de meest recente machines en technologieën. Onzekerheid heeft zich van de mens meester gemaakt en deze is te wijten aan de vervolmaking van de machinenetten. En Baudrillard pluisst de onzekerheid van de mens verder uit. Er bestaat geen dubbelzinnigheid in de verhouding van de mens t.a.v. de traditionele machines: de arbeider staat in dit geval in zekere zin als een vreemde tegenover de machine en wordt dus door die machine ver-vreemd; hij behoudt in dit geval nog de kostbare eigenschap van vervreemde mens. De nieuwe technologieën, de



nieuwe machines, de interactieve beeldschermen, vervreemden de mens echter in geen geval. Zij vormen met hem een geïntegreerd circuit. Video, televisie, computer, terminal, zijn zoals contactlenzen: zij zijn transparante prothesen die als geïntegreerd zijn in het lichaam en er bijna op genetische wijze deel van uitmaken. Al onze vrijwillige en onvrijwillige verhoudingen tot de netten en tot de beeldschermen zijn van dezelfde orde: deze van een gestuurde (niet van een vervreemde) structuur, deze van een geïntegreerd circuit. De kwaliteit van de mens of van de machine is er niet uit op te maken, aldus Baudrillard.

En Baudrillard eindigt zijn betoog met enkele suggestieve vragen. Is het fantastisch succes van de artificiële intelligentie niet te wijten aan het feit dat zij de mens bevrijdt van zijn reële intelligentie? Is het fantastisch succes van de artificiële intelligentie niet te wijten aan het feit dat zij het operationeel proces van het denken overmatig doet toenemen en ons op die manier bevrijdt van de dubbelzinnigheid van het denken en van het onoplosbare raadsel van zijn verhouding tot de wereld? Is het succes van deze technologieën niet te wijten aan hun bezwerende functie en aan het feit dat het eeuwige probleem van de vrijheid er zelfs niet meer kan worden gesteld? Wat een opluchting brengen zij niet! Er zijn geen problemen meer met al deze virtuele machines! De mens is, dankzij al deze machines, geen subject meer, geen object meer, niet vrij meer, niet vervreemd meer, niet de ene, niet de andere: hij is gewoon dezelfde en verrukt omwille van zijn gestroomlijnd functioneren. Baudrillard wijst op de verandering waarmee wij te maken krijgen: wij zijn overgegaan van de hel van de anderen naar de extase van wat gelijk is, van het vagevuur van het anders-zijn naar het artificiële paradijs van het identiek-zijn. Sommigen zullen zeggen, dat dit nog een grotere slavernij is. Dat kan echter niet, want de Telematische Mens heeft geen eigen wil meer en kan dus geen slaaf meer zijn. Er kan geen sprake meer zijn van vervreemding van de mens door de mens, maar van een door de machine gestroomlijnde mens.

## BESLUIT

Baudrillard schrijft op de eerste bladzijde van zijn boek *La Transparence du Mal* de inscriptie: 'Puisque le monde prend un cours délirant, nous devons prendre sur lui un point de vue délirant'. Vermits de wereld een uitzinnige koers vaart, moeten wij er ook een uitzinnig standpunt tegenover innemen.

Baudrillard smeert de buitennissigheden van onze wereld breed uit. De hyperreële wereld waarin wij te leven hebben, raakt ons mens-zijn tot in de

kern: hij dwingt ons in het keurslijf van de simulatie. Wij worden gedwongen ons te laten behandelen door allerlei doorlichtingstechnieken (de media, de opiniepeilingen), die ons transparant en kiemvrij moeten maken voor de samenleving. Wij moeten witgewassen worden van alle negatieve en kritische bewogenheid, om operationeel te worden zoals een machine. Wij moeten aangeschakeld kunnen worden als een machine, onze vermogens daarbij uitpresteren en daarbij het toerental halen van machines, zonder dat onze wil daarbij nog iets te zeggen heeft. Ons denken is voortaan vertaald in codetermen en zit opgeslagen in computers, zodat wij het spektakel van ons denken kunnen oproepen en er bij blijven zitten toekijken als cerebraal gehandicapten. De spitsvondigheid van de mens, die zijn neerslag vindt in de ideeën en in het veranderen van de wereld, wordt erbij in de boeien geslagen. De werkelijkheid moet zich voortaan aanpassen aan geprogrammeerde modellen en niet meer aan ideeën. De aldus hyperreëel geworden wereld heerst nu over ons en wijzelf hoeven ons alleen maar te laten modelleren. Ons spreken is geen directe communicatie meer van het Ik tot de Andere, waarbij overleg en dialoog te pas komen; ons spreken is een indirecte vertechniseerde communicatie geworden, waarbij de Andere niet meer als Andere aan bod komt, maar waarbij het interactieve scherm een schakelingsproces op gang brengt van mezelf tot mezelf en de communicatie gestroomlijnd doet verlopen. Onze sensibiliteit is meteen ook louter registrerend en functioneel - m.a.w. onmenselijk - geworden, sinds de communicatie tussen de mensen via de beeldschermen verloopt en alles op de dag van vandaag in beeld moet kunnen worden gebracht, informatiseerbaar moet worden gemaakt, in computertekens moet worden omgezet. De vrijheid van de mens bestaat niet meer, want hij is een geïntegreerd circuit gaan vormen met de nieuwe technologieën: hij is geen subject meer, geen object meer: hij is gelijk alle andere mensen gestroomlijnd in zijn functioneren en 'leeft' machinematig.

Baudrillard zelf wil alleen een uitzinnig standpunt innemen tegenover wat hij als het uitzinnig 'leven' van de operationele en telematische mens in de hyperreële wereld van vandaag beschrijft. Hij blijft doorhameren op het catastrofale en implosieve karakter van onze samenleving, en zijn uitzinnig standpunt komt erop neer fatale strategieën op te zetten tegen de banale strategieën waarvan wij de dupe zijn. Hij illustreert daarmee eigenlijk zijn wanhoop aan de mens en aan de wereld, en dit uit zich in een richtingloos schrijven, dat in zijn meest recente werken alleen nog effecten sorteert. Hij vervalt daarmee eigenlijk zelf in het euvel waarop hij kritiek uitoefent. Of wordt dat juist de fatale strategie, om zijn lezers wrevelig te doen worden en aan te sporen tot enige reactie? Feit is, dat hij er zelf niet uitkomt.

Is er dan geen weg mogelijk naar een nieuw evenwicht voor de hedendaagse mens? Of is die mens zo oud geworden dat hij geestloos dreigt ten

onder te gaan aan de artificiële en verzakelijkte mentaliteit van zijn hoog-technologische wereld? Er is ontegensprekelijk een geestelijk reveil nodig waarbij de mensen hun gefixeerdheid op machines, computers en media-technieken doorbreken en terug aandacht krijgen voor de wezenlijke waar- digheid van de menselijke persoon. Er is vandaag een immense nood aan eerbied voor de menselijke persoon. En er is geen eerbied, als mensen operationeel worden gemaakt zoals machines, als mensen prestatiecijfers moeten evenaren van machines, als mensen gestroomlijnd moeten gaan denken en gevoelloos moeten gaan worden zoals machines, als mensen hun beslissingen moeten laten sturen door computernetwerken. Er heerst dan over onze samenleving een manager-mentaliteit die koel en berekend is en ethische rationaliteit minacht.

En zou een herwaardering van de ethische rationaliteit niet de sleutel zijn tot een nieuw evenwicht? Een analyse van het personalistisch gedachten- goed zou zo b.v. een herbronning op gang kunnen brengen van de ethische rationaliteit zonder daarbij de mogelijkheden van de wetenschappelijke en technologische rationaliteit uit het oog te verliezen. Beide vormen van rationaliteit zouden in de context van onze tijd kunnen samenwerken, elkaar wederzijds kunnen bevragen en aanvullen, elkaar ook kunnen rela- tiveren. Een eenzijdig beklemtonen van de techniek en van de wetenschap leidt immers tot technocratische utopieën zonder referentie aan de ethi- sche rede. Baudrillard beschrijft er de catastrofale uitwassen van, zonder er een uitweg voor te zien. Een authentieke personalistische en gemeen- schapsgerichte ethiek daarentegen is gefundeerd op de eerbied voor de menselijke persoon en erkent de wetenschappelijke en technologische rationaliteit als de stuwkracht van vele wijzigingen - ook ten goede - in onze samenleving. Zij streeft er echter tegelijkertijd ook naar deze weten- schappelijke en technologische rationaliteit in overeenstemming te bren- gen met de ethische rationaliteit, die aan de grondslag ligt van de zin en van de fundamentele waarde van ieder menselijk leven en van de samen- leving.

#### LITERATUURLIJST

Baudrillard, J. (1990) *La Transparence du Mal*. Paris: Galilée.



**800 pagina's vol informatie + contactadressen:**  
muzikanten, groepen, orkesten, boekingen  
festivals, organisatie, concertpodia, platenfirma's,  
enz., ..., allee kom, de podiumwereld compleet!

Te koop in uw muziekwinkel of door overschrijving van 875 BEF  
(verzending inbegrepen) op rekeningnr. 401-7018151-25 van  
**ARTIST SERVICE vzw** - E. Goossensstraat 1, B-2223 Schriek  
Tel.: 015/23.54.56 - Fax: 015/23.63.13

# de golfoorlog en de media (\*)

bart fieremans

## DE ROL VAN DE MEDIA

De Golfoorlog (17 januari 1991-28 februari 1991) staat geboekstaafd als een eenzijdige en succesvolle geallieerde overwinning tegen Irak. Maar ook de presentatie van het conflict door de media zal in de herinnering blijven voortleven. De mediaverslaggeving vóór en tijdens de oorlog was misschien minstens even belangrijk als het militaire optreden in het verloop van het Golfconflict. Beide partijen gebruikten de media functioneel om de oorlog te winnen, met in de hoofdrol CNN. Die zender werd het venster waardoor het publiek de oorlog te zien kreeg, wat echter gepaard ging met een pijnlijke manipulatie. Want ondanks de massale media-aandacht en de indruk de oorlog 'rechtstreeks', soms als een spektakel, mede te beleven, bleef het een onzichtbare oorlog, zonder beelden van ook maar één ernstig gevecht.

### 'This will not be another Vietnam'

De journalisten moesten op hun zoektocht naar beeldmateriaal en verhalen optornen tegen strenge censuurmaatregelen, nauwkeurig uitgestippeld door de Amerikaanse militaire bevelhebbers. Die laatsten hadden wel gegronde argumenten om de journalisten in toom te houden. President Bush kruidde zijn toespraken vaak met de geveugelde woorden: 'This will not be another Vietnam', waar de publieke opinie sterk beïnvloed werd door gruwelijke oorlogsbeelden en negatieve perscommentaren. In de Golfoorlog wekte vooral het pool-systeem wrevel los bij de journalisten. Hierdoor kon slechts een handvol reporters (van de grote nieuwsorganisaties) onder militair toezicht de fronteenheden bezoeken. Na terugkeer van zo'n geleid bezoek passeerden alle verhalen een censurdienst. Niet alleen betekende dat een barrière tegen onafhankelijke, kritische journalistiek, maar bovendien werden op die manier de journalisten misbruikt als een wapen of werktuig om de publieke opinie te beïnvloeden. Merkwaardig

genoeg stelde de meerderheid van de Amerikanen die censuur op prijs. Een opiniepeiling, uitgevoerd in opdracht van Times Mirror tijdens de eerste maand van de Golfoorlog, wees uit dat 79 % van de Amerikanen de militaire censuur als gerechtvaardigd beschouwde (Lamb, 1991:35). Het grootste deel van het duizendkoppige journalistenleger legde zich dan ook noodgedwongen neer bij de richtlijnen van het Pentagon en beperkte zich tot secundaire bronnen (tv, poolberichten, briefings). Sommige journalisten berustten echter niet bij die passieve verslaggeving en omzeilden op eigen risico de militaire restricties. Die unilaterals zorgden voor de beste reportages.

### **De tv-oorlog**

Zoals reeds vermeld, speelde CNN een hoofdrol in de verslaggeving over de oorlog. Het motto van CNN (*history-as-it-happens*) bereikte een hoogtepunt tijdens de 17-uur lange live-berichtgeving van het begin van de oorlog. CNN had wel het voorrecht om als enig buitenlands nieuwsstation in Irak te blijven, wellicht omdat Saddam Hoessein CNN incalculeerde als propaganda-instrument. Die unieke positie maakte dat de regeringsleiders CNN ook als diplomatiek kanaal gebruikten om met Bagdad te communiceren. Daarentegen waarschuwde het Witte Huis voor mogelijke Iraakse propaganda op CNN.

De tv als medium hielp tijdens het conflict mee aan een zeer eenzijdige beeldvorming. In de maanden vóór de start van het luchtoffensief kwam dit vooral tot uiting in het 'goedpraten' van de beleids optie om meer troepen naar het gebied te zenden, en uiteindelijk in het rechtvaardigen van de oorlog. Een strategie hiertoe was het systematisch uitsluiten van tegenstrijdige visies in de media. Uit een wetenschappelijk onderzoek, uitgevoerd door 'Fairness & Accuracy in Reporting', bleek dat op een totaal van 2.855 minuten (Amerikaanse) televisieverslaggeving over de Golfcrisis (tussen 8 augustus en 3 januari), slechts 29 minuten, ruw geschat 1 %, als verzet tegen de militaire opbouw in het gebied kon worden bestempeld (Ruffini, 1991: 21).

Naast die eenzijdige positieve mediaberichtgeving waren er ook al dan niet vooraf uitgekende propagandamaneuvres. Zo werd in het westen de legersterkte van Saddam Hoessein danig opgeschroefd, en werden allerlei vergelijkingen tussen Saddam Hoessein en Adolf Hitler getrokken. Verder besteedden de westerse media veel aandacht aan de gruweldaden van de Iraakse bezetters in Koeweit. Een zogezegd anoniem schoolmeisje van 15 jaar (Nayirah) getuigde voor de Commissie Mensenrechten hoe Iraakse soldaten de couveuses in Koeweitse ziekenhuizen meenamen, terwijl ze de hulpeloze baby's op de grond achterlieten. Dat verhaal zinderde via CNN na in vele huiskamers. President Bush gebruikte dat voorval meermaals in



zijn toespraken om de wreedheden van de bezetters te beklemtonen. Later bleek het verhaal een verzonnen propagandastunt te zijn, terwijl het anonieme schoolmeisje niemand minder dan de dochter van de Koeweitse ambassadeur in de Verenigde Staten (Nacir Al-Sabah) was.

Ook stelden de Amerikaanse autoriteiten alles in het werk om de oorlog als eerlijk en vooral als 'proper' te verkopen. De getoonde video's op CNN van jets die precisiebombardementen uitvoeren, bleken in deze context een meesterzet. Omdat de televisie weinig beelden van slachtoffers toonde, ging een groot deel van het kijkerspubliek dat extrapoleren naar de werkelijkheid. Het Iraakse regime, ook niet om enige propaganda verlegen, trachtte het stereotiepe beeld van een 'chirurgische' oorlog voortdurend te doorbreken, waarbij het eveneens gebruik maakte van CNN. Daarnaast speelde ook het taalgebruik een belangrijke rol in de manipulatie van het publiek. Militair wetenschappelijk jargon versluisde en abstraheerde de dodelijke militaire acties. In contrast met de camouflagetaal die het westen hanteerde, stond de bombastische, overdrijvende taal van Saddam Hoessein. Saddam Hoessein was echter minder gelukkig in zijn propaganda gericht naar het westen. Vóór de oorlog wekte hij groeiend ongenoegen in de hand door de westerse buitenlanders in Irak te gijzelen en ermee te dreigen hen als menselijk schild te gebruiken. Ook de Scuds op Israël, de olievlek-historie en de vertoning van klaarblijkelijk mishandelde geallieerde piloten op televisie, faalden in hun propagandadoelstelling.

## **INHOUDSANALYSE VAN VIER WESTERSE KRANTEN (1)**

Ondanks de hoofdrol van de televisie bij dit conflict, loont het de moeite te onderzoeken hoe enkele vooraanstaande kranten de Golfoorlog presenteren. De bedoeling van deze krantenanalyse is drieledig. Ten eerste gaan we na hoeveel aandacht de kranten aan het conflict besteden, wat enigszins symbool staat voor het belang dat de Golfoorlog in onze samenleving heeft ingenomen. Daarnaast bestuderen we de aard van de Golfverlaggeving, wat ons iets meer leert over de eigenheid van de kranten. Tenslotte trachten we het standpunt van de kranten t.o.v. het conflict te distilleren, wat de publieke opinievorming over deze oorlog helpt verklaren.

Gekozen werd om de Golfoorlog te ontleden in vier westerse kranten, afkomstig uit landen die deel uitmaken van de coalitie tegen Irak. Bij de selectie hielden we verder rekening met de politiek-militaire betrokkenheid bij het conflict van het land waar de krant verschijnt, de kwaliteit van de krant en de potentiële invloed die het dagblad op haar lezers zou kunnen uitoefenen.

Voor Amerika (sterke politiek-militaire betrokkenheid) selecteerden we de International Herald Tribune (IHT). Dat dagblad profileert zich als een echte wereldkrant en heeft het onmiskenbare voordeel dat ze de beste artikels van The Washington Post en The New York Times, haar twee moederkranten, integreert in haar editie. Groot-Brittannië noteerden we als een land met een middelmatige tot grote betrokkenheid bij het conflict. Dit land is rijk aan kwaliteitskranten, maar omwille van haar traditie en naambekendheid verkozen we The Times te weerhouden voor het onderzoek. Voor België (geringe maar toch bestaande betrokkenheid bij het conflict), weerhielden we De Standaard, die zich doorheen de jaren heeft geprofileerd als een goed gedocumenteerde kwaliteitskrant. Als vierde krant opteerden we voor de USA Today, een Amerikaanse populaire patriottische krant met een verfrissende opmaak en een positieve nieuwsfilosofie.

Om alle misverstanden te vermijden, vestigen we er hier de nadruk op dat we de beperkte samenstelling van die groep dagbladen zeker niet mogen beschouwen als een staal dat representatief is voor de hele westerse pers, hoogstens zijn de geselecteerde titels indicatief voor gelijkaardige kranten qua genre, politiek-ideologische strekking, enz.

De Golfoorlog begon de facto op 17 januari 1991, met de eerste vliegtuigraids boven Bagdad. Het krantenonderzoek start dus vanaf de 18de januari. Op 28 februari van datzelfde jaar gaf het VS-ministerie het formele bevel de strijd te staken, zodat dat moment als eindpunt van de analyse geldt. De laatste krant die we dus bestuderen, is het exemplaar van 1 maart 1991. De methode van de inhoudsanalyse werd ingeschakeld om het geheel wetenschappelijke draagkracht te geven.

### **Globale aandacht van de kranten voor de Golfoorlog**

Uit de resultaten blijkt dat in alle kranten de Golfoorlog (niet onverwacht) de gebeurtenis is waarover bij uitstek bericht wordt. Alle elementen in een krant die indicatief zijn om de globale aandacht te meten (het aantal artikels, de grootte van die artikels, de hoofdartikels, de globale en gemiddelde oppervlakte per dag, het percentage Golfnieuws op de voorpagina...), wijzen op een determinerende invloed van het Golfnieuws op het totale nieuwsaanbod van de kranten. We illustreren dit met enkele concrete cijfers uit ons onderzoek. De onderstaande tabel drukt uit hoeveel procent van het representatief redactioneel (of journalistiek) gedeelte van de respectieve kranten besteed werd aan de Golfoorlog tijdens de bestudeerde periode. De percentages zijn berekend op basis van de oppervlakte van de bijdragen. Onder het representatief redactioneel gedeelte verstaan we alle journalistieke bijdragen (artikels + foto's) van de krant. Volgende aspecten horen daar niet onder (niet-representatief): het betaald drukwerk (advertenties, seintjes, jobaanbiedingen), de loutere beurscijfers, de tv &

radio-programma's, loutere sportuitslagen, de stripverhalen en de weerkaart. Die referentiebasis geeft een meer realistisch beeld omdat de oppervlakte van het niet-representatief gedeelte erg verschillend is tussen de kranten.

Tabel 1: Oppervlakte-percentage Golfbijdragen

	Opp. representatief journalistiek gedeelte	Opp. bijdragen Golffoorlog	Percentage
IHT	798.412 cm <sup>2</sup>	352.602 cm <sup>2</sup>	44,16 %
The Times	1.441.310 cm <sup>2</sup>	332.805 cm <sup>2</sup>	23,09 %
De Standaard	1.228.080 cm <sup>2</sup>	258.824 cm <sup>2</sup>	21,07 %
USA Today	696.252 cm <sup>2</sup>	294.075 cm <sup>2</sup>	42,24 %

Die percentages zijn indrukwekkend hoog. De IHT wijdt tijdens de onderzochte periode maar liefst 44 % van het journalistiek gedeelte aan de Golffoorlog. De Standaard, die verhoudingsgewijs het 'minste' aandacht binnen de krant aan de Golffoorlog besteedt, publiceert toch nog ruim 1/5 van de redactionele ruimte erover. Dergelijke percentages, die in feite een gemiddelde zijn over een periode van 6 weken, zijn slechts voor weinige gebeurtenissen weggelegd en staven de impact die de Golffoorlog op de media (en dus ook op de publieke opinie) heeft uitgeoefend. Willen we de kranten onderling vergelijken, dan zijn de absolute oppervlaktes gewijd aan de Golffoorlog (cf. tabel 1) de beste referentiemaat. Het nadeel ervan is echter hun moeilijke interpreteerbaarheid. Daarom herberekenen we die oppervlaktecijfers naar krantenpagina's, waarvan de lezer wel een voorstellingsvermogen heeft (cf. tabel 2). Als gemeenschappelijke graadmeter gebruiken we het gemiddelde van het formaat van de vier kranten. Bij deze berekening is de oppervlakte van één krantenpagina 1957 cm<sup>2</sup> (grosfweg 2.000 cm<sup>2</sup>). In tabel 2 vergelijken we zo de absolute oppervlakte van de bijdragen (artikels + illustraties) i.v.m. de Golffoorlog.

Tabel 2: Vergelijking kranten

Bijdragen Golfoorlog (artikels + illustraties) (IHT, The Times, De Standaard = 37 exemplaren; USA Today = 31 exemplaren)

	Totale oppervlakte (cm <sup>2</sup> )	Visuele voorstelling oppervlakte (pagina)
IHT	352.602	180 (168)
The Times	332.805	170 (177)
De Standaard	258.824	132 (125)
USA Today	294.075	150 (166)

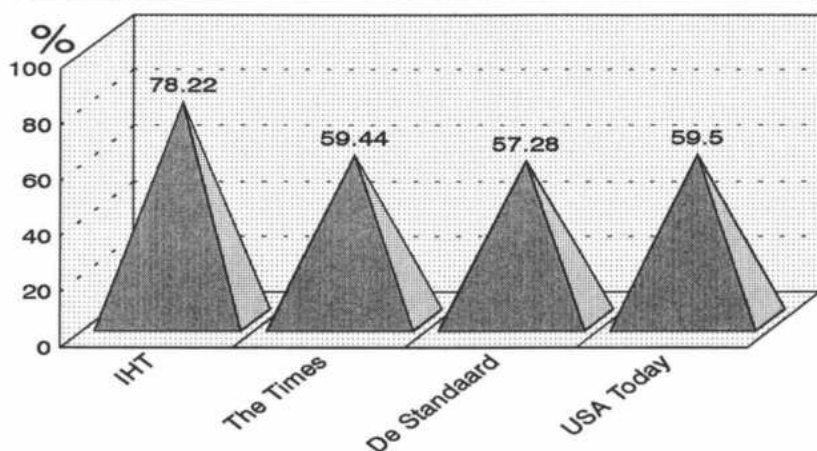
	Gemiddelde oppervlakte (per dag)	Visuele voorstelling oppervlakte (pagina)
IHT	9.530	4,9 (4,5)
The Times	8.995	4,6 (4,7)
De Standaard	6.995	3,6 (3,4)
USA Today	9.486	4,8 (5,4)

Formaat 1 krantenpagina = 1.957 cm<sup>2</sup> (gemiddelde van de vier kranten)  
Tussen haakjes staat het aantal pagina's in het formaat van de eigen krant

We merken dat de onderlinge verschillen niet echt uitgesproken zijn, met toch gemiddeld een overwicht voor de bestudeerde Engelstalige kranten. De IHT publiceert gemiddeld per dag de grootste oppervlakte aan Golfverslaggeving, ongeveer 4,9 volle krantenpagina's, op de voet gevolgd door de USA Today. Over de hele periode van de oorlog (37 kranten) vullen de journalisten van de IHT maar liefst 180 krantenpagina's over de Golfoorlog. Globaal gezien moet de USA Today hier The Times voorlaten. Omdat de USA Today slechts vijfmaal per week verschijnt, bedraagt haar totaal aantal pagina's over de Golf 'nog maar' 150 pagina's, t.o.v. 170 voor The Times. De Standaard besteedt zowel globaal als gemiddeld per dag de 'minste' aandacht aan het Golfconflict, al is het woord 'minste' hier wel zeer relatief. In feite heeft De Standaard slechts een kwart minder gepubliceerd over het conflict dan de IHT, een verhouding die ergens normaal is vanwege het uitgesproken Amerikaans karakter van de Golfoorlog.

Omdat het nieuws op de voorpagina wordt aanschouwd als het meest belangrijke van de dag, is het nuttig te onderzoeken hoeveel procent hiervan ingepalmd wordt door de Golfoorlog. De resultaten (grafiek 1) zijn verbluffend, waarbij weerom de IHT in het oog springt.

Grafiek 1: Percentage Golfnieuws op de voorpagina



### Context

Deze globale resultaten kaderen in de stelling dat de media een overweldigende belangstelling toonden voor het conflict. De oorzaken hiervan zijn divers. In de eerste plaats was de draagwijdte, vooral door het economisch belang van Koeweit, van het conflict zeer mondiaal. Na de inval reageerden de voornaamste politieke leiders van de wereld erg furieus. Feit is dat de Golfoorlog het belangrijkste gespreksonderwerp op de politieke agenda werd, waarover de media gretig berichtten. In zekere zin hielpen zij zelfs het conflict dramatiseren, omdat het een onderwerp was dat 'verkocht'. De Golfoorlog betekende vooral een 'voltage' voor de Amerikaanse media, omdat ze heel de natie beroerde en bovendien de nachtmerrie van Vietnam kon uitwissen... Ook de militair-politieke betrokkenheid kan verklaren waarom de geselecteerde Amerikaanse kranten en het Britse dagblad gemiddeld meer aandacht aan de Golfoorlog besteedden dan De Standaard. Zonder de kordate beslissing van Bush om troepen naar Saoedi-Arabië te sturen, zou de aandacht van de media waarschijnlijk doodbloeden. De militaire aanwezigheid van hun 'boys' was van een blijvend belang voor de media. Ook The Times schreef gretig over haar Britse troepen, maar deze inspiratiebron gold veel minder voor De Standaard, omdat de Belgische militaire aanwezigheid in de Golfregio minimaal was.

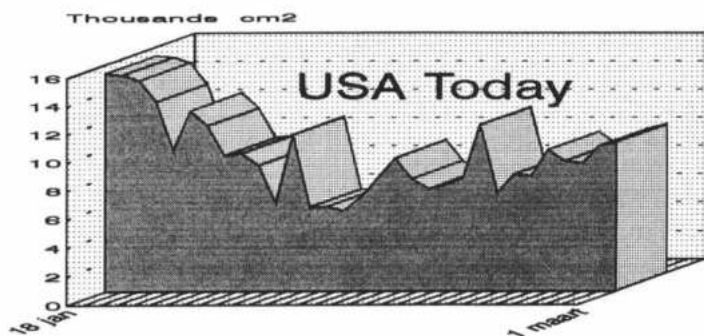
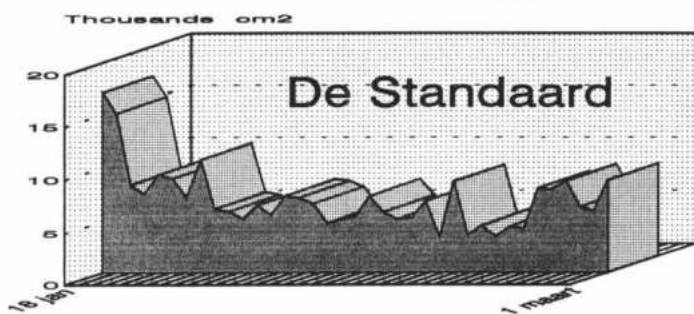
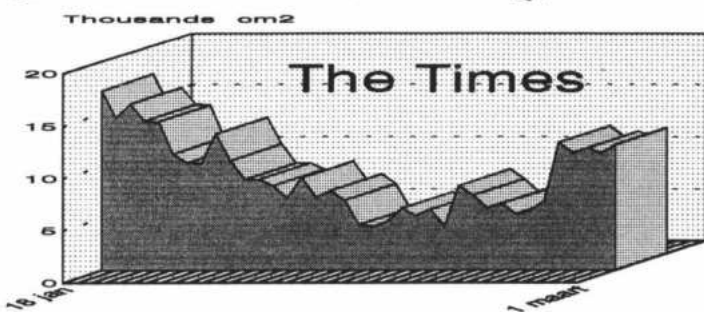
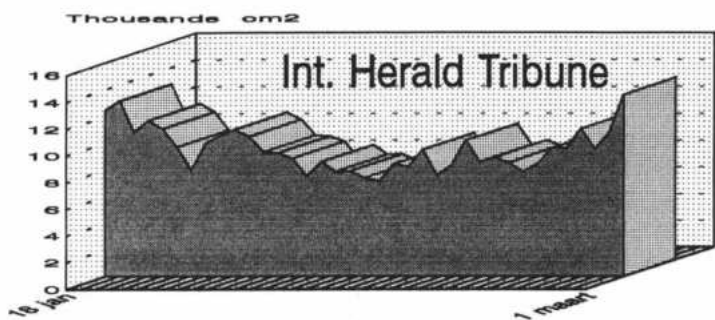
### Spreading nieuwsaanbod Golfoorlog over de tijd

De onderstaande grafieken stellen de evolutie van het nieuwsaanbod over de Golf voor. Ze zijn opgemaakt op basis van de oppervlakte Golfbijdragen (artikels + illustraties) die de kranten per dag publiceerden.

## Grafieken 2,3,4,5: Evolutie oppervlakte bijdragen Golfoorlog

In absolute getallen (cm<sup>2</sup>)

Visuele voorstelling: formaat 1 krantenpagina = +/- 2.000 cm<sup>2</sup>





Een blik op de visuele grafieken laat ons toe een algemeen patroon te formuleren. De eerst dagen na het uitbreken van de oorlog is de berichtgeving zeer intensief. Naarmate de oorlog voortduurt, verzwakt de aandacht geleidelijk. We kunnen dus in zekere zin reeds spreken van het gewenningseffect. Die tendens wordt af en toe onderbroken door piekmomenten. Op het einde, met de grondoorlog in zicht, en tenslotte tijdens de grondoorlog zelf, neemt de verslaggeving opnieuw toe, maar bereikt in het algemeen niet dezelfde proporties als tijdens het begin van de luchtoorlog. Dit algemeen patroon komt bij de ene krant iets sterker tot uiting dan bij de andere.

Wanneer we de evolutie iets gedetailleerder bestuderen, merken we dat de eerste dag na het losbarsten van het luchtoffensief, de 18de januari 1991, de kranten, op uitzondering van de IHT, hun hoogste oppervlakte Golfnieuws 'scoren'. De Standaard bereikt op die dag zelfs het absolute record voor de geselecteerde kranten, met maar liefst 17.129 cm<sup>2</sup> nieuws en beschouwingen over de Golfoorlog. Dit getal komt visueel overeen met ongeveer 8,5 volle krantenpagina's (1 krantenpagina is +/- 2.000 cm<sup>2</sup>). Wanneer we in het algemeen patroon spraken van een geleidelijke vermindering van de aandacht naargelang de luchtoorlog vorderde, dan is deze inzinking wel veel duidelijker zichtbaar bij The Times en De Standaard dan bij de kranten van Amerikaanse oorsprong. De oppervlakte Golfnieuws van de IHT valt slechts zeer geleidelijk terug, zonder noemenswaardige sprongen. Bij De Standaard daarentegen daalt de aandacht reeds twee edities na het luchtoffensief met bijna de helft (van 15.107 cm<sup>2</sup> op 19/20 jan. tot 8.347 cm<sup>2</sup> de volgende dag). De 'dieptepunten' (het minste aandacht) situeren zich in het midden van de Golfoorlog. Dit is vooral bij The Times merkbaar, mede te verklaren door een ander nieuwsfeit. Op 7 februari 1991 pleegde de IRA immers een bomaanslag op het kabinet van John Major, een gebeurtenis met een enorme weerklank in Groot-Brittannië, voldoende om de Golfoorlog naar de achtergrond te verdringen. Ook in de andere kranten was deze bomaanslag voorpaginanieuws, maar ze waren veel vlugger uitgepraat dan The Times.

### **Inhoud van de Golfverslaggeving**

Bij het onderzoek naar de aard van de informatie over de Golf steunen we op een indeling in categorieën, waarvan we de belangrijkste even beknopt toelichten. Onder de categorie oorlogsverslaggeving plaatsten we alle artikels die de oorlog op een feitelijke manier beschrijven, zonder veel achtergrondanalyse. De nadruk ligt hier op militaire oorlogsgebeurtenissen, acties aan het front, luchtaanvallen boven vijandelijk grondgebied, directe reacties van piloten, soldaten en militaire bevelhebbers. De categorie militaire duiding en analyse hebben we gecreëerd om een onderscheid te

maken tussen de directe, feitelijke oorlogsverslaggeving en artikels die een meer beschouwend of analytisch karakter t.o.v. de oorlogsgebeurtenissen hebben. Typisch duidende artikels zijn o.m. bijdragen die de technische kenmerken en mogelijkheden van het militair arsenaal beschrijven, evenals artikels met taktische en strategische analyses door militaire oorlogsexperten. Alle artikels met nadruk op de economische gevolgen van de oorlog (kosten van de oorlog, effect op wereldeconomie, onstabiele olieprijsen, enz.) horen thuis onder de categorie economisch nieuws i.v.m. de Golfoorlog. Berichten die het politiek, diplomatiek (o.a. vredesinitiatieven) beleid verslaan, zijn opgenomen in de categorie politiek, diplomatiek nieuws en analyse. Ook reacties, standpunten van politieke partijen en wereldleiders op de oorlog zijn hierin inbegrepen. Onder sociaal nieuws hebben we alle artikels geplaatst die een sociale situatieschets geven van een land, streek of volk tijdens de oorlog. Emoties, houdingen (b.v. betogingen) van het gewone volk staan hierin centraal. Naast deze hoofdcategorieën zijn er ook nog enkele kleinere inhoudscategorieën zoals media (artikels i.v.m. CNN, de censuur, de propaganda,...), terreur (artikels i.v.m. (potentiële) terreuracties) en het milieu (ecologische gevolgen van de oorlog). Verder zijn er nog de vormelijke categorieën (hoofdartikel, de rubriek commentaar en opinie, en de lezersbrieven i.v.m. de golfoorlog). Tenslotte zijn er nog enkele restcategorieën.

Volgende tabel geeft een globaal idee hoe de aandacht van de kranten over de verschillende categorieën verspreid is.

Tabel 3: Percentageverdeling categorieën Golfartikels

Berekend op basis van de oppervlakte

	IHT	The Times	De Standaard	USA Today
1. Oorlogsverslaggeving	14,22	20,65	12,18	21,89
2. Militaire duiding, analyse	12,85	13,99	7,47	11,28
3. Economisch nieuws	15,55	9,12	11,52	10,92
4. Politiek, diplomatiek nieuws	21,74	18,82	25,76	12,71
5. Sociaal nieuws en duiding	3,49	4,95	7,27	10,88
6. Media	3,39	3,94	3,72	5,23
7. Terreur(dreiging)	3,34	1,61	3,00	2,71
8. Milieu	0,96	1,04	2,51	1,03
9. Hoofdartikel	3,52	4,45	2,42	2,46
10. Opinie, commentaar	16,33	8,66	9,58	8,89
11. Lezersbrieven	1,48	4,26	2,74	1,65
12. Andere reacties, standpunten	0,84	1,15	1,83	3,16
13. Andere duiding, achtergrond	1,15	4,28	7,19	2,97
14. Diversen	1,13	3,07	2,80	4,22
TOTAAL	100,00	100,00	100,00	100,00

Uit deze resultaten blijkt dat de respectieve kranten andere accenten leggen of andere waarden nastreven in de berichtgeving over het conflict. Hier komt de eigenheid van elke krant tot uiting.

Zo valt bij de IHT de grote hoeveelheid opinie- en commentaarartikels i.v.m. de oorlog op. Het weerspiegelen van het maatschappelijk discussieveld staat in deze krant hoog aangeschreven. Echter ook in de andere kranten is de Golfoorlog het meest besproken onderwerp op de opiniepagina's.

Weinig verrassend is de vaststelling dat de kwaliteitskranten de nadruk leggen op de politieke, diplomatieke verslaggeving over het Golfconflict. Bij De Standaard maakt deze categorie zelfs één vierde van alle Golfbijdragen uit. Opmerkelijk echter is dat ook de USA Today, een populaire krant, vrij veel politieke verslaggeving over het conflict brengt. De Golfoorlog werd natuurlijk ook gekenmerkt door een vrij intensieve politieke activiteit, waarbij de vredesinitiatieven zich in een snel tempo afwisselden.

Ook de resultaten van de categorie 'sociaal nieuws en duiding' liggen in de lijn van de verwachtingen: hier 'scoort' de USA Today het hoogst. Het is immers een karakteristiek van populaire kranten dat zij veel aandacht besteden aan human interest-verhalen. De Golfoorlog vormt hierop geen uitzondering. Integendeel, zij is een welgekomen onderwerp omdat een oorlog steeds aanleiding geeft tot emoties, nationalistische gevoelens en dramatiek. De USA Today hecht dan ook veel belang aan de menselijke kant van de oorlog, hierbij haar 'filosofische' duiding indachtig.

De Amerikaanse en Britse kranten publiceren relatief veel feitelijke oorlogsverslaggeving in vergelijking met De Standaard. Ook hier ligt de verklaring voor de hand: de troepen die gestationeerd zijn in de Golfregio zijn voornamelijk Amerikaans en Brits. Daardoor ontstaat en groeit er een psychologische verbondenheid die o.a. tot uiting komt in een grotere verslaggeving over de verwezenlijkingen van de troepen. Ook hebben The Times en de USA Today veel journalisten ter plaatse ingezet om de ontwikkelingen op oorlogsvlak zo nauwgezet mogelijk te volgen. En de IHT kon gebruik maken van het materiaal van de oorlogsverslaggevers van The Washington Post en The New York Times, twee Amerikaanse kranten met een hoge reputatie.

The Times en de IHT blinken, zowel kwantitatief als kwalitatief, uit in de analyse van de oorlog. Deze kranten maakten gretig gebruik van kopij van defensiespecialisten en/of oorlogsstrategen die de gebeurtenissen op oorlogsvlak contextueel aan de lezer verduidelijken, d.m.v. tactische besprekingen en speculaties.

## OPINIEONDERZOEK

Daar de Golfoorlog aanleiding gaf tot erg controversiële debatten, loonde het de moeite om enkele veelbesproken thema's i.v.m. de Golfoorlog te bekijken vanuit het standpunt van de geselecteerde kranten. Hierachter schuilt een bepaalde redenering. Bij de selectie van de kranten hielden we rekening met het kwaliteitscriterium van de krant, daar wordt aangenomen dat die kranten een grotere invloed uitoefenen, of tenminste gelezen worden door invloedrijke personen. In het lezerspubliek van kwaliteitskranten treffen we heel wat decision makers of opinion leaders aan. Dat type van mensen extrapoleren de standpunten, geformuleerd in de kranten, naar de buitenwereld toe, zodat ze deel gaan uitmaken van de publieke opinie. In dergelijke kranten neemt het hoofdartikel dan ook een erg belangrijke plaats in. Het hoofdartikel is in feite het formele geïncorporeerde spreekorgaan van de krant, dat op een directe wijze de brug naar zijn lezers slaat.

### Eenstemmigheid

Uit de studie van de hoofdartikels over de Golfoorlog blijkt dat er al bij al een grote eensgezindheid heerst in de standpunten die de kranten innemen t.o.v. het conflict. De gevoerde politiek van Bush wordt grotendeels ondersteund.

Niettemin zijn er enkele gradaties tussen de kranten merkbaar.

De USA Today hanteert een meer onverbloemde stijl. Zij houdt geen blad voor de mond in het partijkiezen. Zij richt zich rechtstreeks tot het publiek en poogt het met een hele resem van argumenten te overtuigen wat het moet denken en wat het dient af te keuren.

Ook The Times en de IHT, die de hoofdartikels van The Washington Post en The New York Times publiceert, formuleren duidelijke opinies, die ze in een betoog rechtvaardigen. Bij het lezen van de hoofdartikels van deze kranten ontstaat de indruk dat ze zich niet alleen tot het gewone lezerspubliek richten, maar ook tot de bevelhebbers in deze oorlog, in de hoop dat die effectief rekening zouden houden met hun visie. Voor The Washington Post en The New York Times is dat niet onwaarschijnlijk.

De Standaard neemt minder concrete standpunten in. Zij concentreert zich vooral op een diepgaande analyse van de gebeurtenissen tijdens de Golfoorlog.

In het onderzoek van de hoofdartikels hebben we verder getracht het standpunt van de respectieve kranten t.o.v. enkele belangrijke thema's of gebeurtenissen te distilleren. Ook hier noteren we veel eenstemmigheid.

De schuld voor de oorlog schuiven alle kranten in de schoenen van Saddam Hoessein. The New York Times vindt dat het Amerikaanse volk de troepen moeten steunen die hun leven op het spel zetten tegen een brutale tiran. The Washington Post vindt dat de oorlog via de VN op een democratische manier tot stand is gekomen. Saddam Hoessein had geen enkel ander alternatief opengelaten dan deze fatale oorlog. The Times zegt 'no respite' te voelen bij het uitbreken van de oorlog. Zij looft de technische precisie van de eerste bombardementen, met een minimum aan burgerslachtoffers tot gevolg. De USA Today schrijft dat Saddam Hoessein nu eindelijk de prijs betaalt. Zij vindt het een principieel gerechtvaardigde oorlog. Enkel De Standaard vraagt zich af of het nagestreefde doel opweegt t.o.v. de onmiddellijke gevolgen van de oorlog.

De aanval op Israël met Scud-raketten wordt door de kranten als een daad van terrorisme aangezien, een wrede politieke zet om Israël in het conflict te betrekken. 'Once again Jews are being targeted because they are Jews', formuleert The New York Times. Ze respecteren het recht van zelfverdediging, maar vinden een mogelijke Israëliëse actie weinig zinvol om het nagestreefde doel te bereiken.

Het vertonen van geallieerde krijgsgevangenen op televisie becommentariëren de kranten met protest en afgrijzen. 'It is as ugly as anyone imagined', luidt de reactie van de USA Today hierop. Voor De Standaard is dat het zoveelste teken dat de oorlog niet in het voordeel van Irak verloopt.

De kranten willen ook een woordje meespreken over de strategie die moet worden gevoerd om de oorlog zo succesvol mogelijk af te sluiten. The New York Times legt er dikwijls de nadruk op dat de oorlog beperkt moet blijven, waarbij Irak militair niet volledig uitgeschakeld mag worden om te vermijden dat het een gemakkelijke prooi zou worden voor zijn buurlanden. The Times hecht het grootste belang aan een 'cleane' oorlog met precisiebombardementen en zo weinig mogelijk Iraakse burgerslachtoffers. Het bombardement op de Amiriya-schuilkelder, ook al was het misschien een militair commandocentrum, noemt The Times dan ook een tragedie. The New York Times vindt dat incident een voldoende reden om de bombardementen op doelwitten in Iraakse steden te staken en zich meer te concentreren op de bevrijding van Koeweit. De kranten zijn tegenstander van een pauze in de luchtbombardementen, tenzij Saddam Hoessein onvoorwaardelijk zijn troepen terugtrekt. Dergelijke wapenstilstand zou enkel in het voordeel van Saddam Hoessein spelen. The Washington Post en de USA Today willen een grondoorlog zo lang mogelijk uitstellen, om geallieerde levens te sparen. Ook The New York Times wenst geen overhaast grondoffensief (What's the rush?). The Times ziet een grondoorlog op termijn noodzakelijk, daar niets erop wijst dat Saddam uit vrije wil zijn

troepen zal terugtrekken uit Koeweit. Maar ook zij maant aan tot geduld: 'Impatient talk could cost lives'.

The New York Times, The Times en de USA Today spreken zich uit voor een open, waarheidsgetrouw informatiebeleid. Leugens zijn nergens goed voor, tenzij om wantrouwen in de publieke opinie te verwekken. The Washington Post hekelt de voorstelling van de oorlog als een videospelletje, hetgeen zeker niet overeenstemt met de realiteit. The New York Times en de USA Today kiezen expliciet partij voor de verslaggeving van Peter Arnett (CNN), ondanks de kritiek dat hij de propagandamachine van Irak zou dienen.

Alle vredesinitiatieven worden op een zeker scepticisme onthaald omdat ze niet 'onvoorwaardelijk' genoeg zijn. The Washington Post bekijkt de vredesinspanningen van Gorbatsjov met een argwanend oog. Het zou niet fair zijn dat Gorbatsjov de politieke eer opstrijkt van de militaire campagne. De Standaard ziet in de figuur van Gorbatsjov wel een geschikte bemiddelaar. The Times vindt dat het Sovjet-initiatief krediet verdient, maar vindt het vredesplan op vele punten ontoereikend. Het feit van onderhandelingen zelf is eigenlijk al te veel: Saddam is immers totaal onbetrouwbaar in diplomatie. Het succes van de grondoorlog heeft tot gevolg dat de kranten het slechts zelden betreuren dat aan de diplomatie niet meer tijd gegund werd. Voor Paul Vanden Bavière (De Standaard) is dit echter een teken dat de VS een klassieke koloniale oorlog voeren, waarbij ze de hegemonie over de rijkdommen willen verzekeren.

Het oprukken naar Bagdad zelf, om Saddam Hoessein uit het zadel te wippen, raden de meeste kranten sterk af, daar het te risicovol is en omdat het buiten het VN-mandaat valt. Wel vinden ze dat echte vrede pas mogelijk is als Saddam Hoessein zich overgeeft en terechtstaat voor zijn begane gruweligheden.

## BESLUIT

Deze terugblik op de belangrijkste krachtlijnen van ons analytisch onderzoek vervolledigen we met enkele globale indrukken betreffende de respectieve kranten. De verslaggeving in de IHT over de Golfoorlog is goed gedocumenteerd, mede dankzij uitstekende journalistieke bijdragen van The New York Times en The Washington Post. Door haar profiel als wereldkrant is de IHT goed geplaatst om nieuws te brengen over gebeurtenissen die het nationale belang overstijgen, zoals dat met de Golfoorlog het geval was. De IHT differentieert zich vooral door haar opiniepagina's.



De opinievrijheid maakt deel uit van het democratisch imago van de krant; een groot deel van de redactieruimte wordt dan ook ingevuld door invloedrijke journalisten en andere prominente personen die de Golfproblematiek ethisch, politiek, militair, filosofisch, ... omkaderen. De algemene teneur die uit de opinieartikels blijkt, is vrij eenstemmig: de Golfoorlog is gerechtvaardigd en Saddam Hoessein is schuldig. Uit de hoofdartikels van de IHT (NYT en WP) onthouden we dat de militaire optie verdedigd wordt, maar beperkt moet blijven tot de bevrijding van Koeweit.

The Times is hoofdzakelijk een nationale krant en dit komt ook tot uiting in de Golfverslaggeving. Het concrete oorlogsnieuws spitst zich vooral toe op het aandeel van de Britse piloten en soldaten in het conflict. Naast deze logische invalshoek wordt The Times echter eveneens gekenmerkt door een evenwichtig nieuwsaanbod i.v.m. de Golfoorlog. The Times profileert zich vooral door haar uitstekende oorlogsanalyses en door boeiende reportages van journalisten ter plaatse (o.a. Richard Beeston), die toch enigszins pogen een concreet beeld van deze oorlog te schetsen. Daarbij zijn sommige artikels gekruid met een zeker chauvinisme. Dit is geen verwijt, maar wellicht het gevolg van het feit dat elke oorlog gedreven wordt door een zekere ideologie, waaraan ook de journalisten niet ontsnappen.

De Golfverslaggeving van De Standaard kunnen we bestempelen als sober maar gedegen, zowel in opmaak als naar inhoud. De grote hoeveelheid politiek, diplomatiek nieuws i.v.m. de oorlog bevestigt het 'ernstig' karakter van deze krant. In haar hoofdartikels laat De Standaard zich niet betrappen op oorlogszuchtige verklaringen. Eerder wordt haar neutraliteit beklemtoond, waarbij zelfs soms de Amerikaanse belangen bekritiseerd worden.

De USA Today streeft andere waarden na in het presenteren van nieuwsgebeurtenissen. De Golfoorlog maakt daarop geen uitzondering. In de eerste plaats poogt zij de succesfactoren van de televisie te imiteren. Veel kleurenfoto's, in het oog springende grafieken, korte berichten moeten dit effect helpen bewerkstelligen. Verder poogt zij haar lezers persuasief te verleiden tot een bepaalde denktrant i.v.m. de Golfoorlog. Daarbij schuwt zij geen emotionele argumenten. Dit komt niet alleen tot uiting in de opinieartikels, maar ook sommige nieuwsberichten pogen bij de lezer een gevoelige snaar te raken. Daarvoor worden de gebeurtenissen i.v.m. de Golfoorlog gepersonaliseerd, waarbij markante, opvallende, dramatische feiten en voorvallen relatief veel aandacht krijgen.

(\*Dit artikel is gebaseerd op zijn eindverhandeling *Het Golfconflict en de media. Met inhoudsanalyse van vier westerse kranten*, Fac. Soc. Wet., Dep. Comm. Wet., K.U. Leuven, juli 1992, 190 blz. Promotor: Prof. Dr. W. Van der biesen.

## NOTEN

- (1) De inhoudsanalyse is gebaseerd op volgende krantenexemplaren:  
De Standaard, 18 januari 1991 t/m 1 maart 1991  
International Herald Tribune, 18 januari 1991 t/m 1 maart 1991  
The Times, 18 januari 1991 t/m 1 maart 1991  
USA Today, 18 januari 1991 t/m 1 maart 1991

## LITERATUURLIJST

- Lamb, D. (1991) 'Pentagon Hardball', *Washington Journalism Review*, (4): 33-36.  
Ruffini, G. (1991) 'Press Fails to Challenge the Rush War', *Washington Journalism Review*, (3): 21-23.

# het communicatieve dorp (\*)

gert martens

## INLEIDING

Gemeenten en steden hebben een belangrijke maatschappelijke functie bij het informeren van de burger. Ze produceren en verspreiden informatie die de burger helpt bij het oplossen van allerlei problemen. Daarbij bedienen ze zich van een waaier aan communicatiemiddelen. Denk maar aan gidsen, balies en brochures. Bij communicatie tussen overheid en burger wordt er zowel bij ons als bij de ons omringende landen (Nieuwenhuis, 1991; Van der Bauwhede, s.a.) meer en meer gebruik gemaakt van openbare communicatieterminals. De definitie van dit communicatiemiddel luidt als volgt. Openbare communicatieterminals staan opgesteld op openbare plaatsen, richten zich tot iedereen en kunnen door eenieder die dat wil, geconsulteerd worden. De consultatieprocedure ervan heeft een 'reactief' (1) karakter en de vergemeenschappelijkte bewustzijnsinhouden zijn van mededelende, informerende en wervende aard. Belangrijker dan de communicatietechnologie, zijn de contexten er omheen. Ontwikkelingen in het veld van massacommunicatie zijn immers geen neutrale, geen autonome processen. Ze worden bepaald door een complexe dynamiek van maatschappelijke determinanten, bijvoorbeeld wetten, en mediaspecifieke determinanten, bijvoorbeeld andere communicatiemiddelen (Punie, 1992; Drijvers, 1990-1991). In dit artikel zullen we trachten deze dynamiek te schetsen door nader in te gaan op bepaalde actoren en factoren met betrekking tot deze informatieterminals. In eerste instantie wordt de macrocontext, of de maatschappelijke determinanten, beschreven. Daarna wordt dieper ingegaan op de mediaspecifieke determinanten, of de microcontext.

## MACROCONTEXTEN

Openbare communicatieterminals verschenen voor het eerst in 1989 in het Belgische straatbeeld. Tot nog toe speelden een tiental constructeurs en een dertigtal gemeenten een rol in de geschiedenis van het nieuwe communicatiemiddel. Diverse initiatieven werden hierbij los van elkaar en door elkaar genomen. Grote constructeurs en overheden bleven te lang aan de kant staan. Kleine constructeurs maakten van deze gelegenheid gebruik om hun produkten op de markt te brengen.

Kleine constructeurs zonder ervaring in de sector richtten zich vanaf de tweede helft van de jaren tachtig op de markt van het nieuwe communicatiemiddel. De negatieve afloop van menig elektronisch avontuur kon dan ook niet uitblijven. De constructeurs A.P.-Matic, Deduco en Hard & Soft verdwenen van de markt. Ook Telepoint (2), de constructeur van de Leuvense terminals, is vrijwel volledig van de markt verdwenen. Met de constructeurs verdween in Dour, Péruwelz, Bastenaken, Nieuwpoort, Brugge, Knokke en De Panne ook de motor achter het project. De geschiedenis van de openbare communicatieterminals werd dus niet enkel door het bedrijfsleven bepaald. Overheden speelden een minstens even belangrijke rol. De meesten van hen stonden nog niet eens in voor de ontwikkeling van de inhoud van de terminal databank. Slechts enkele instanties, de stad Antwerpen, het OPT (3) en het Ministerie van Binnenlandse Zaken, bestudeerden het communicatiemiddel voor ze het in gebruik namen (4). Het gros van de overheden ging daarentegen met de eerste de beste constructeur in zee. De periode waarin de diverse terminals in het straatbeeld verschenen, was meestal van vrij korte duur. Na enkele jaren verdwenen de meeste terminals weer. Dat duidt erop dat de openbare communicatieterminals al die tijd geen onverdeeld succes geweest zijn.

De geschiedenis van de openbare communicatieterminals mag dan bepaald zijn door een wirwar van primaire feiten, secundaire gevolgen en dies meer, ze is toch verklaarbaar. Drie logica's bepalen op macrocontextueel vlak ontwikkeling, maatschappelijke implementatie én toepassing van nieuwe media en communicatietechnologieën. Het zijn

1. een economische logica;
2. een staats- of politieke logica;
3. een sociaal-culturele dynamiek.

Met de toepassing van de theorie op de geschiedenis van terminals worden enkele belangrijke macrocontextuele determinanten in kaart gebracht.

## **De economische logica**

Een economische logica gaat de ontwikkeling en de werking van nieuwe media na in het licht van overwegingen die gebaseerd zijn op een streven naar winstmaximalisatie en rentabiliteit. Het is vooral deze economische determinant die de ontwikkeling van nieuwe media aanzwengelt. Momenteel is de economische logica de meest dominante, om niet te zeggen de exclusieve factor in de ontwikkeling van communicatietechnologieën.

Het winststreven wordt duidelijk in de houding van de grote constructeurs. Omdat ze menen dat terminalparken slechts haalbaar zijn voor gemeenten met minimum 25.000 inwoners, zijn niet meer dan 300 van de 589 Belgische gemeenten en steden potentiële klanten voor hen of de reden waarom grote constructeurs in het begin voor de dienst bedankten. De bedrijfseconomische logica bracht ook reclame op en in de terminals. Omdat niet alle steden en gemeenten geld op tafel leggen voor de terminalparken, pogen bepaalde constructeurs hun terminals namelijk te financieren met reclamegelden. De financiering van terminalparken via de verkoop van advertentieruimte aan adverteerders en van supplementaire informatiepakketten aan de gemeenten werkt echter niet altijd. Adverteerders zijn namelijk vaak niet geïnteresseerd om via de terminals 'aandacht-kansen' (Van Kaam, 1991) aan te kopen, omdat het gebruik van de terminals vaak ondermaats is of omdat de netwerken te klein zijn. Economische determinanten bepalen dus blijkbaar niet alleen de terminals, ze bepalen ook elkaar.

## **De juridisch-politieke logica**

Via de respectieve media-instellingen zoekt een staats- of politieke logica naar politieke controle, hegemonie en regulering van de samenleving ten dienste van de vigerende machtsverhoudingen. Door middel van een politieke analyse kunnen de interne beleidscontradicties blootgelegd worden. De politieke logica is zeer belangrijk, omdat zij vaak de katalysator is van en voor de juridische logica. Wetgeving en politiek worden dan ook samen beschouwd. Wat de politieke logica betreft, is het momenteel in de meeste westerse staten zo dat de wetten van vraag en aanbod de plaats hebben ingenomen van de traditionele na-oorlogse opvattingen over de welvaarts- en verzorgingsstaat (Hamelink, 1988).

Terecht kunnen er vragen gesteld worden bij het laattijdige overheids-optreden omtrent de openbare communicatieterminals in concreto en bij de laattijdige informatisering van de overheid in globo. Overheden blijken niet steeds bereid om structurele investeringen te doen op het vlak van informatietechnologie ten nadele van arbeidsplaatsen, omdat jobvoorzie-

ning een belangrijke vorm van politiek dienstbetoon is voor de overheid. Daarenboven worden nieuwe media vaak beregeld met een inadequaat jargon. Ze worden beschreven in termen van 'net zoiets als'. Zo duidde de nationale overheid de 'Admi-Contact'-terminals uit haar proefproject aan met de term 'elektronische loketten' (Looze, 1992). Het probleem is dus de inadequate terminologie die de wetgever ertoe brengt nieuwe media in wettelijke kaders onder te brengen, die ofwel ontworpen zijn voor oudere media, ofwel zo dicht mogelijk in de buurt ervan liggen. Voor een nieuw medium betekent dat vaak een start met een handicap. De vraag naar welke ontwikkelingen in welk juridisch kader de beste voorwaarden bieden voor het scheppen van communicatievrijheid, wordt dus niet of te laat gesteld. Pas in september 1988, een goed jaar na de start van haar proefproject met openbare communicatieterminals (Tobback, 1989), kwam de overheid op de proppen met een geïntegreerd informatiseringsplan om de dienstverlening aan de bevolking en de werking van de overheidsdiensten te verbeteren.

### **De sociaal-culturele logica**

Binnen de sociaal-culturele dynamiek kunnen nieuwe media en nieuwe communicatietechnologieën gezien worden als middelen voor bewustzijnsverruiming, voor culturele democratisering, of als een instrument tot emancipatie, individuele expressie en consumptie (Burgelman, 1988). In de ontwikkeling van nieuwe communicatietechnologieën van de tweede generatie, dat zijn informatietechnologieën en telematica, speelt de sociaal-culturele logica een ondergeschikte rol (Miles, 1986).

De ontwikkeling van de openbare terminalparken gebeurde tot nog toe veelal los van herdefiniëring, modernisering of integratie van traditionele informatiecentra als de stadhuisbalie, de culturele centra en de bibliotheek met betrekking tot het nieuwe communicatiemiddel. Het ontbreekt namelijk al te vaak aan een geïntegreerd informatiseringsplan. Daardoor bestaat het risico dat traditionele informatiecentra op termijn zodanig verouderen dat er een communicatiekloof ontstaat tussen burgers met een grote communicatiecompetentie en zwak communicatievaardige burgers. Met andere woorden, een doorzichtige mediastructuur en communicatievrijheid zijn vaak geen produkten van een integratief communicatieplan, maar daarentegen bijprodukten van de economische en de politiek-juridische logica. Omdat de overheid naliet om als drijvende kracht op nationaal vlak initiatieven te ontwikkelen, en ook omdat grote constructeurs zich te lang afzijdig hielden, is nu zelfs de fysische drempel, de behuizing van de terminals, niet meer eenduidig voor de gebruiker. Nochtans is dat de eerste drempel die genomen moet worden in vulgariserende telematicaprojecten. Stel dat de behuizing van openbare telefooncellen verschilt van stad tot



stad. Wie herkent er dan nog een telefooncel in het straatbeeld? En dan hebben we het hier enkel over de verpakking van de systemen en laten we de implementatie van nieuwe communicatieprotocollen of nieuwe communicatiecircuits via dergelijke systemen nog buiten beschouwing. Bovendien wordt er ten gevolge van conceptuele denkfouten slechts sporadisch vooruitgang geboekt op het vlak van de communicatievrijheid of de mediastructuur. Via RiTT (5) wordt het mogelijk om de terminal databanken in huis te brengen via de televisie. De televisie is voor de meeste kijkers tot nog toe echter een amusementsmedium (Roe, 1991-1992). Toch wil men dat amusementsmedium gebruiken voor informatieve doeleinden, los van de amusementsfunctie. De mate waarin de televisiekijker zijn tv zal herdefiniëren als amusementsmedium én informatie-technologisch communicatiemiddel, zal dus cruciaal zijn voor het welslagen van dit experiment.

## MICROCONTEXTEN

Net als er in de macrocontext drie types maatschappelijke determinanten zijn, zijn er in de microcontext drie groepen mediaspecifieke determinanten omheen de terminals. Dat zijn

1. de communicatiemiddelen uit de gemeentelijke communicatiemix;
2. alternatieven, equivalenten en complementen van en voor de terminals;
3. de communicatiecircuits die de gebruikers van de terminals er op na houden.

### **De gemeentelijke communicatiemix**

De initiatieven die door de gemeentelijke administraties in hun communicatie met de burger in het recente verleden genomen werden, hebben op z'n minst geleid tot een drukker communicatieverkeer tussen overheid en burger. In die zin gaat het om een evolutie die met de tijd is meegegaan. Anderzijds is de huidige constellatie van de communicatiemix niet gebaseerd op een geïntegreerd communicatieplan. De redundantie en de hiaten in de dienstverlening, zijn eerder resultanten van een factuele historische ontwikkeling dan van een gepland communicatiebeleid (Rombouts en De Graeve, 1992; Van Wallendael, 1992).

De openbare communicatieterminals blijken bij nadere beschouwing letterlijk en figuurlijk in de marge van de gemeentelijke communicatie te staan. Omdat gebruiksfrequentiecijfers niet, nauwelijks of slecht gemeten en dito geïnterpreteerd worden, heeft men doorgaans geen idee van de toegevoegde waarde van de terminals voor de gemeentelijke communica-

tiemix. Bovendien zijn de terminals vaak incompatibel met de bestaande gemeentelijke informatietechnologie, waardoor hun databank nauwelijks kan worden gebruikt als bron voor andere media en communicatiemiddelen.

Om de burger volwaardige telematicadiensten te bieden, dient in de opbouw van de communicatiemix, om redenen uit de socio-culturele logica, het standpunt van de burger verrekend te worden. Dat is moeilijk, omdat de communicatiemix tegelijkertijd complexer en herverkaveld wordt, telkens wanneer er een communicatiemiddel, de terminals bijvoorbeeld, aan toegevoegd wordt (Roe, 1991-1992). De communicatiemiddelen herschikken zich namelijk als elkaars equivalenten, complementen en alternatieven. Dat brengt wrijvingen met zich mee op het vlak van de programmatorische organisatie van de media, de media-economie en het mediumgebruik.

### **Alternatieven, equivalenten en complementen**

Wat het mediumgebruik betreft, is het vooralsnog niet duidelijk in welke mate het gebruik van verschillende 'nieuwe' media en mediadiensten zich complementair of concurrerend zal ontwikkelen. De behoeften aan service zijn tot nog toe niet nauwkeurig vastgelegd, omdat de wensen van de burger dienaangaande nauwelijks gemeten werden. De technologie die de dienstverlening moet ondersteunen, is mede daardoor nog volop in beweging. Dat bemoeilijkt dan weer het vastleggen van een mediumstrategie voor de opzet van vulgariserende telematicadiensten met nieuwe communicatietechnologieën. Het is de vraag of er in de nabije toekomst op dit vlak verbetering te verwachten valt voor de openbare communicatieterminals.

Wat de programmatorische organisatie van de media betreft dient men in de mate van het mogelijke het publiek op te delen in groepen die in zichzelf homogeen zijn, maar onderling heterogeen. Een dergelijke publiekssegmentatie is uiteraard het gemakkelijkst te realiseren met media die mekaar zo min mogelijk inhoudelijk overlappen. Een communicatiemix waarvan de diverse communicatiemiddelen niet complementair maar concurrerend tegenover elkaar staan, leidt enkel tot publieksfragmentatie of opdeling van het publiek in groepen die in zichzelf heterogeen zijn maar onderling grotendeels homogeen. Een mediabestel waarin door een gelijkaardig media-aanbod van diverse media het publiek gefragmenteerd wordt, maakt een coherente strategie met betrekking tot publiekssegmentatie bijna onmogelijk. De inplanting van meerdere terminalparken binnen één enkele gemeente kan dan ook enkel overwogen worden op basis van een duidelijke functionele differentiatie tussen de systemen. Antwerpen nam

de handschoen op en nam, naast het bestaande terminalpark met toeristische gegevens, in januari 1993 een tweede terminalpark met administratieve informatie in gebruik.

Tenslotte dreigt een sterke mediaconcurrentie ook te leiden tot een specifiek media-economisch probleem. In een mediabestel waar verschillende media als concurrenten tegenover elkaar staan, werkt het vrije marktprincipe zodanig dat er voor elk medium afzonderlijk niet alleen een kostenopdrijvend effect is, omdat men moet investeren om zich te handhaven en omdat er een geringer mediumgebruik is, maar dat er daarenboven ook efficiency verlies en dus een inkomstendalend effect optreedt voor die terminals die op commerciële basis geëxploiteerd worden. Via het RiTT experiment van Belgacom ondervangt de overheid, wat de openbare communicatieterminals betreft, dit probleem door de televisie te ontwikkelen tot een complementaire informatietechnologie naast de terminals.

### Communicatiecircuits

Ondanks de interdependentie tussen communicatietechnologie en dienstverlening, kan er een mouw worden gepast aan de problemen die die interdependentie met zich meebrengt door te letten op verkeerspatronen en door te bepalen wat de desiderata zijn qua dienstverlening.

Letten op verkeerspatronen wil zeggen, de sociale communicatiecircuits bepalen. Sociale communicatiecircuits zijn 'werelden', waarin mensen leven en waarbinnen informatieverkeer plaatsvindt. Het gaat om relaties tussen mensen die iets gemeen hebben en waartussen zich informatieverkeer voltrekt (Roe, 1991-1992). Van belang is dat mensen uit dezelfde informatiebron putten. Wat we hier eigenlijk willen stellen is het volgende: de waarde van een terminal is groter naarmate hij deel uitmaakt van een knooppunt waarin meerdere communicatiecircuits samenkomen. De mensen die de circuits bemannen zijn van belang als doelgroepen voor de dienstverlening die men via de terminals wil aanbieden. Beschouwd vanuit sociale communicatiecircuits, is het zo dat de woning een bedeutend groter knooppunt van communicatiecircuits is dan de straat. In de woning komen de volgende circuits samen: het gezin, familie, vrienden en kennissen, de woonbuurt of wijk (Van Kaam, 1991).

Wie wil letten op verkeerspatronen, moet ook de twee volgende vragen beantwoorden: 'Wie bepaalt onderwerp, tijdschema en bestemming van de informatie?' en 'Uit wiens gegevensverzameling wordt geput?' De bal ligt daarbij in het kamp van de overheid, die op het vlak van de openbare communicatieterminals moet bepalen wat de dienstverlening inhoudt. Op de keper beschouwd is het onderwerp dan niet langer openbare communica-

tieterminals. Het onderwerp wordt dan wel telematische dienstverlening door de overheid, die zichzelf onder invloed van die digitalisering radicaal zal moeten herdenken. Deze stelling wordt gesteund door de evoluties die zich de afgelopen decennia in de banksector voorgedaan hebben. De banksector informatiseerde omdat men de vaste onkosten wilde drukken en om het cliënteel een betere dienstverlening te bieden. Het resultaat van die informatisering was niet enkel een digitalisering van de communicatie, maar ook en vooral een bankhervorming (Blockx, 1992). De overheid is zich bewust van die problematiek, maar wil er niets aan doen (Van den Eynde, 1992; Vanbellingen, 1992). Informatisering is een structurele operatie met verregaande organisatorische en bestuurlijke gevolgen (Nieuwenhuis, 1991). De overheid blijkt vooralsnog niet bereid te zijn om het mes in eigen vlees te zetten.

## NAWOORD

Beschouwingen bij nieuwe media en communicatiemiddelen gaan al te vaak voorbij aan de vraag wat belangrijke determinanten zijn bij de ontwikkeling ervan. Dat leidt tot een verkeerd begrip en foute beschrijvingen van de actuele stand van zaken, met als gevolg dat de daarop gebaseerde inschattingen van toekomstige ontwikkelingen gebrekkig zijn. Ontwikkelingen in het veld van massacommunicatie zijn immers geen neutrale, geen autonome processen. Ze worden bepaald door een complexe dynamiek van interdependente maatschappelijke en mediaspecifieke actoren en factoren.

We hopen dat deze bijdrage de lezer een zicht heeft gegeven op belangrijke communicatie-extrinsieke en communicatie-intrinsieke determinanten omheen de openbare communicatieterminals.

Inmiddels blijven de openbare communicatieterminals in opmars. Afgelopen zomer nam het OPT te Brussel de eerste terminals in gebruik die deel uitmaken van een grensoverschrijdend netwerk tussen Frankrijk, Engeland en België. En dat het niet enkel bestuurlijke overheden zijn die initiatieven nemen op het vlak van de openbare communicatieterminals, zal de spoorreiziger over enkele jaren duidelijk worden. De spoorreiziger zal het tastbare resultaat kunnen ervaren van een op stapel staand project van de NMBS. De NMBS werkt momenteel aan een studie over communicatieterminals voor Belgische spoorwegstations. Er zijn tevens plannen om de luchthaven van Zaventem met dergelijke terminals uit te rusten. En laatst maar niet in het minst heeft ook de K.U. Leuven plannen om een netwerk van communicatieterminals over de campussen uit te bouwen.

(\*)Dit artikel is gebaseerd op zijn eindverhandeling *Contexten om openbare communicatieterminals*, Fac. Soc. Wet., Dep. Comm. Wet., K.U. Leuven, september 1992, 149 blz. Promotor: Prof. Dr. D. De Grooff.

## NOTEN

- (1) Niettegenstaande consultatie van elektronische terminals in de omgang als interactief - 'elkaar wederzijds beïnvloedend, op elkaar inwerkend' - beschouwd wordt, spreken we hier dus niet van interactiviteit. Van Kaam, B. (1991) *Het taai leven van de dode letter*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever, blz. 96: 'Het kunstbrein is met name niet bij machte zelfstandig informatie te genereren, vrij te selecteren of om vrij te beslissen over het al dan niet afgeven van informatie. We hebben het dan ook over teleconsultatie met een reactief karakter omdat een centraal informatiebestand door de gebruiker op basis van individuele keuze van onderwerp en tijdschema van op afstand geraadpleegd wordt. Consultatie treedt dus op wanneer een kunstgeheugen geraadpleegd wordt.'
- (2) De Telepoint terminals staan op de volgende sites: aan de St.-Pieterskerk, aan de ingang van Gasthuisberg, aan het Station. Een demonstratietoestel staat in de inkomhal van het Mediacentrum.
- (3) OPT staat voor 'l'Office de Promotion du Tourisme Wallonie-Bruxelles', en is de Waalse tegenhanger van het 'Vlaamse Commissariaat Generaal voor Toerisme', het VCGT.
- (4) Helaas was het denken van die overheden die bij wijze van uitzondering toch een reflexieve houding aannamen, te eng.
- (5) RiTT staat voor Regionale Interactieve Teletekst.

## LITERATUURLIJST

- Blockx, J. (1992) Interview. Brussel.
- Burgelman, J.-C. (1988) 'Voorspelde en te Verwachten Ontwikkelingen van Interactieve Media', in H. Bouwman & N. Jankowski (eds.), *Interactieve Media op komst*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever.
- Drijvers, J. (1990-1991) *Communicatiepolitiek*. Leuven: Dep. Communicatiewetenschap.
- Finkelkraut, A. (1988) *La Défaite de la Pensée*. Amsterdam: Contact.
- Hamelink, C.J. (1988) 'Nieuwe Media: Oude Problemen. Geen Oplossingen', in L. Heinsman & J. Servaes (eds.), *Hoe nieuw zijn de Nieuwe Media*. Leuven: Acco.
- Horwitz, R.B. (1986) 'Understanding Deregulation', *Theory and Society*, 15 (2): 139-147.

- Miles, I. & Gershuny, J. (1986) 'The Social Economics of Information Technology', in M. Ferguson (ed.), *New Communication Technologies and the Public Interest*. Beverly Hills: Sage.
- Nieuwenhuis, M.A. (1991) *Dienstencentra in het Buitenland*. Utrecht: BSO Artificial Intelligence.
- Punie, Y. (1992) Interview. Hasselt.
- Roe, K. (1991-1992) *The Sociology of Mass Communication. Communicators and Audiences. Lecture 2. The Information Revolution*. Leuven: Departement Communicatiewetenschap.
- Rombouts, J. & De Graeve, W. (1992) Interview. Antwerpen.
- Tobback, L. (1989) *Actieprogramma voor de Modernisering van de Openbare Diensten. Een Jaar Later*. Brussel: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Modernisering van Openbare Diensten.
- Vanbellingen, J. (1992) Telefonisch interview. Hasselt.
- Van den Eynde, L. (1992) Telefonisch interview. Hasselt.
- Van der Bauwhede, J. (s.a.) *Videotex: Sleutel tot de Lokale Informatiemaatschappij?* Gent: onuitgegeven document.
- Van Kaam, B. (1991) *Het Taaie Leven van de Dode Letter*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgever.
- Van Wallendael, T. (1992) Interview. Antwerpen.

De bijdragen in dit nummer zijn van:

Bart FIEREMANS, licentiaat in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Gert MARTENS, licentiaat in de Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven

Esther MEULEMANS, werkleider aan het Departement Politieke Wetenschappen van de Katholieke Universiteit Leuven

Kurt VAN DEN VONDER, assistent aan het Departement Communicatiewetenschap van de Katholieke Universiteit Leuven



## boekbesprekingen

D. BYRGE en R.M. MILLER,  
*The screwball comedy films: a history  
and filmography, 1934-1942.*  
London, St. James Press, 1991, 146 blz.

De screwball comedy cyclus mocht zich gedurende de jaren '80 verheugen in een steeds toenemende academische (en niet-academische) belangstelling, wat heeft geleid tot een stroom van publicaties. Het boek van Byrge en Miller kan in dit kader een teleurstelling worden genoemd. In 4 hoofdstukken overlopen zij achtereenvolgens de belangrijkste screwball 'performers', de belangrijkste schrijvers, de belangrijkste regisseurs en tenslotte de films zelf. Dit alles gebeurt echter op een dergelijk oppervlakkige manier dat *The screwball comedy films* zelfs als een eerste kennismaking met de cyclus een onvoldoende scoort. Daarenboven laten Byrge en Miller na om hun visie omtrent de screwball comedy duidelijk te poneren. Zo maken zij bepaalde keuzes in hun filmografie, waar zij de lezer wel op wijzen, maar die zij niet 'verklaren' of verrechtvaardigen. Deze keuzes - en dus ook de visie van Byrge en Miller - kunnen pas begrepen worden wanneer men het screwball comedy discours gedurende de jaren '80 heeft gevolgd. Byrge en Miller spelen meer dan eens leentje-buur bij o.a. Gehring, Dooley e.a. Men kan *The screwball comedy films* nog het best omschrijven als een vereenvoudigde synthese van het screwball comedy discours van de jaren '80, en als dusdanig draagt het zeker niet bij tot een verdere uitdieping van dat discours.

K.V.d.V.

G. WILLIAMS,  
**Sociolinguistics. A sociological critique.**

London, Routledge, 1992, 278 blz.

Glyn Williams biedt een scherpe kritiek op de mainstream sociolinguïstiek en taalsociologie. Uitgaande van een theoretische sociologische benadering toont hij hoe de sociolinguïstiek door een gebrekkige aandacht voor het 'socio'-aspect van de discipline is blijven steken in een beperkte en vrij conformistische visie op taal en maatschappij.

Zo geeft hij een interessante analyse van de manier waarop in de jaren '60 en '70 de studie van taalvariatie, -contact en -planning uitging van een Parsoniaans structureel functionalisme. De later ontwikkelde conversatieanalyse en ethnografie van de communicatie blijken deze benadering slechts ten dele te hebben oversteegen.

Williams beperkt zich echter niet alleen tot kritiek, maar evalueert ook een aantal alternatieve benaderingen op hun mogelijke verdiensten. *Sociolinguistics* is een uitstekend boek.

H.V.d.B.

M. WETHERELL en J. POTTER,  
**Mapping the language of racism. Discourse and the legitimization of exploitation.**

London, Harvester Wheatsheaf, 1992, 246 blz.

Het doel van *Mapping the language of racism* is zowel theoretisch als empirisch.

In deel één wordt een analytisch kader voor de studie van racistische discourses ontwikkeld, uitgaande van de cen-

trale noties 'realiteit', 'samenleving' en 'identiteit'. Hiertoe wordt een kritische doorlichting gemaakt van wat binnen de sociologie en sociale psychologie is geschreven omtrent ideologie, stereotypering, sociale categorisering en sociale identiteit. Daarnaast worden ook de belangrijkste methodologische aspecten van een analyse van racistisch discours aangehaald.

In deel twee wordt dit kader gebruikt voor een analyse van het discours van blanke Nieuw-Zeelanders in hun relaties met de Maori. De aandachtige lezer kan hierin een discursieve geschiedenis ontdekken die terug te vinden is in vele gemeenschappen.

Door racisme uit de context van vooroordelen en attitudes te halen, biedt *Mapping the language of racism* niet alleen een waardevolle wetenschappelijke bijdrage aan dit studiedomein, maar ook een verrijkend inzicht voor ieder die bezorgd is om dit sociaal fenomeen.

H.V.d.B.

A. KING (red.),  
**Culture, globalisation and the world-system. Contemporary conditions for the representation of identity.**

London, Macmillan, 1991, 186 blz.

*Culture, globalisation and the world-system* vormt de neerslag van een symposium dat academici heeft samengebracht die vanuit verschillende disciplines bezig zijn met de globale dimensies van cultuur.

Belangrijke theoretici uit cultural studies (Hall), sociologie (Robertson, Wallerstein), kunstgeschiedenis (Tagg, King), cinema (Turim) en antropologie (Hannerz) brengen verschillende paradigma's

naar voren die de betekenis van cultuur en de representatie van identiteit in de 'global village' pogen te vatten.

De kwaliteit van *Culture, globalisation and the worldsystem* ligt erin dat het niet alleen deze inzichten naast elkaar plaatst, maar dat het ook ruimte biedt voor kritische analyse van de verschillende bijdragen, om zo tot een aantal gemeenschappelijke bevindingen te komen die een verdere studie van het onderwerp kunnen vooruithelpen.

H.V.d.B.

X.,

**Journalismus für den Hörfunk der Zukunft. Münchner Debatte zum Berufsbild des Hörfunk-Journalisten.**

München, Reinhard Fischer, 1991, 224 blz.

*Journalismus für den Hörfunk der Zukunft* is de neerslag van de debatten die in 1990 gevoerd werden op het vormingscongres van de Bayerische Landeszentrale für neue Medien. Het opzet van het congres was onder meer een overzicht te geven van de opleidingen voor radiojournalisten (naast de universitaire vorming) en klaarheid te scheppen over het beroepsbeeld van radiojournalisten in een veranderd mediavormingslandschap. Op die manier wou men uiteindelijk komen tot ideeën voor een gecoördineerde vorming om een wildgroei in opleidingen te vermijden.

Inhoudelijk gezien is het boek vrij goed gestoffeerd, maar het is - vooral door de letterlijke weergave van de debatten - niet altijd gemakkelijk om gericht naar informatie te zoeken.

C.F.

D.H. MELLOR (Ed.),  
**Ways of communicating.**

Cambridge, Cambridge University Press, 1990, 165 blz.

In *Ways of communicating* worden de lezingen van de vierde reeks 'Darwin College Lectures' gebundeld. Na een inleiding over wat communicatie juist is, komen een aantal uiteenlopende communicatiewijzen aan bod, gaande van cerebrale communicatie en communicatie tussen dieren tot muziek als communicatie en communicatietechnologieën. *Ways of communicating* is dus een goed boek voor wie wil kennismaken met veel onderwerpen, maar is niet geschikt voor wie dieper wil graven.

C.F.

F. VASSEUR,

**Les médias du futur.**

Paris, Presses Universitaires de France, 1992, 127 blz.

Frédéric Vasseur waagt het een prognose te doen over de communicatieve middelen en diensten waarover we zullen beschikken aan het begin van het derde millennium. Hij onderscheidt daarbij drie fenomenen: een verbetering van bestaande middelen (b.v. HDTV), een uitbreiding van de markt voor bepaalde bestaande producten en diensten (b.v. fax), en de opkomst van totaal nieuwe dingen (vooral multimedia). De auteur is zich echter bewust van het gevaar van toekomstvoorspellingen, en hij deinst er dan ook voor terug concrete cijfers voor de toekomst te geven.

C.F.

S.M. LIVINGSTONE,  
**Making sense of television. The psychology of audience interpretation.**  
Oxford, Pergamon Press, 1990, 217 blz.

Televisie heeft de afgelopen decennia grote veranderingen teweeggebracht in het dagelijkse leven van mensen. Ook in de toekomst zullen wijzigingen in de technologie en een toename van de vrije tijd een invloed hebben op onze interpretatie van de wereld waarin we leven.

In *Making sense of television* wordt vanuit een (sociaal)-psychologisch en mediatheoretisch perspectief gezocht naar de manier waarop tv-kijkers de programma's die ze zien interpreteren. Livingstone doet dit niet alleen door een aantal theoretische invalshoeken te bespreken, maar presenteert ook een heleboel empirische gegevens.

C.F.

W. FAULSTICH,  
**Medientheorien. Einführung und Überblick.**  
Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht, 1991, 190 blz.

*Medientheorien. Einführung und Überblick* is een poging om een beetje orde te brengen in de veelheid van mediatheorieën. De auteur probeert dit door de belangrijkste mediatheorieën onder te brengen in vier categorieën: theorieën die slechts één medium behandelen, meer algemene communicatietheorieën, maatschappijkritische theorieën en systeemtheorieën. Zodoende komen zowel Eisenstein, Maletzke, Adorno als Parsons (uiteraard naast nog vele anderen) in het boekje aan bod. De poging tot overzicht is dan ook vrij

goed geslaagd, onder meer ook omwille van de bruikbare literatuurlijst, die vrij beperkt gehouden werd door alleen de basiswerken op te nemen.

C.F.

H. WALDMAN,  
**Scenes unseen. Unreleased and uncompleted films, from the world's master filmmakers, 1912-1990.**  
Jefferson-London, McFarland, 1991, 276 blz.

Waldman overloopt in 11 hoofdstukken - die elk een 'oorzaak' representeren voor het mislukken van een filmproductie - 64 regisseurs die op bepaalde momenten in hun carrière een filmproductie hebben zien onderbreken. Qua historisch materiaal levert dit interessante zij het soms wat beperkte informatie op, maar qua theoretische omkadering stelt Waldman teleur. Waldman blijft teveel hangen in het anekdotische, en hierdoor verspeelt hij de mogelijkheid om tussen de verschillende regisseurs verbanden te leggen. Zo vermeldt en verklaart hij niet dat de meeste niet uitgebrachte films zich situeren in het begin en/of aan het eind van de carrière van de besproken regisseurs; of dat de niet-afgewerkte films in het geval van de 'kleinere' regisseurs wel degelijk speelfilms betreffen, terwijl dit voor de 'grotere' regisseurs eerder documentaires en educatieve films betreft. *Scenes unseen* blijft daardoor steken op het niveau van een goed gedocumenteerde catalogoog, iets wat in het licht van zijn gekozen onderwerp al een niet geringe verdienste kan worden genoemd.

K.V.d.V.

G. LANG en H.T. VAN DER MOLEN,

**Methodiek van gespreksttraining.**  
Baarn, H. Nelissen, 1992, 205 blz.

Docenten en trainers die een theoretische maar voornamelijk pragmatische bagage willen verwerven in professionele gespreksttraining, komen goed aan hun trekken in *Methodiek van gespreksttraining*. De theoretische grondbeginselen van de sociale leertheorie vormen voor de auteurs het uitgangspunt van hun methodiek. Het leerproces wordt beschouwd als zien en ervaren van positieve en negatieve effecten van eigen en andermans gedrag in verschillende situaties. Vanuit deze achtergrond wordt getracht aanwijzingen en suggesties te bieden bij het geven van trainingen onder de vorm van trainingsdoelen, -methoden (o.a. rollenspel, de benadering van Goldstein) met hun toepassing op verschillende doelgroepen, de houding van de trainer, zowel cognitief als gedragsmatig. Het vormelijke aspect wordt evenmin uit het oog verloren; voorbereiding, organisatie en evaluatie van gespreksttrainingen komen eveneens uitvoerig aan bod.

E.J.

E.J.M. EGGINK,

**Handboek interne communicatie.**  
Utrecht, Het Spectrum/Marka, 1993, 246 blz.

Weliswaar is het *Handboek interne communicatie* sterk praktijkgericht van opzet, maar het ontbreekt toch niet aan theoretische onderbouw. Interne communicatie wordt steeds meer onderkend als een van de belangrijkste suc-

cesfactoren van de onderneming, en wordt gedefinieerd als 'het beschikbaar maken, doorgeven en ontvangen van informatie en instructies, die direct en indirect een bijdrage leveren aan het doeltreffend realiseren van de bedrijfsdoelstellingen'. Vanuit deze invalshoek wordt de relatie gelegd met corporate image en bedrijfscultuur; naast verschillende typen organisaties wordt interne communicatie tevens geschetst bij kwaliteitsverbetering en crisissituaties. Tot slot worden de verschillende communicatiemiddelen van a tot z overlopen (gaande van het personeelsblad tot pep-talks).

E.J.

F. ATTEMA en W. VAN DE WETERING,

**Het PKR-instrument: meting van prestatie, kwaliteit en resultaat in de welzijnssector.**  
Arnhem, Stichting Rijnstad, 1993, 83 blz.

De welzijnssector vertoont een groeiende belangstelling voor het verhogen van de produktiviteit en voor kwaliteitsdenken. De behoefte aan het omschrijven van het eigen werk in de vorm van produkten en van resultaten wordt geconcretiseerd in vier verschillende meetmodellen voor het welzijnswerk: effectmeting, prestatie-meting, resultaat- en kwaliteitsmeting. Ieder model wordt in *Het PKR-instrument* doorgelicht op zijn onderzoeksmogelijkheden, potentiële problemen en het type informatie dat de meting oplevert. Het PKR-instrument vormt een combinatie van drie soorten metingen: prestatie (P), kwaliteit (K) en resultaat (R).

Met dit instrument wordt voor iedere functie nagegaan of deze voldoet aan voorwaarden die het productieproces met zich meebrengt. Daarbij worden deelinstrumenten aangereikt voor informatieverzameling bij de PKR-meting.

E.J.

C.B.M. VAN RIEL,

**Identiteit en imago. Een inleiding in de corporate communication.**

Schoonhoven, Academic Service, 1992.

In *Identiteit en imago* schetst Van Riel een wetenschappelijke stand van zaken op het gebied van 'corporate communication'. Deze stand van zaken wordt gestructureerd in zes hoofdstukken. In een 1ste hoofdstuk situeert Van Riel de communicatie binnen de organisatie van het bedrijf. Hierbij onderscheidt de auteur vnl. 2 soorten 'corporate communication', nl. 'marketingcommunicatie' en 'concerncommunicatie'. Hierbij worden ook reeds de 2 kernbegrippen 'bedrijfsimago en bedrijfsidentiteit' aangehaald. Hoofdstuk 2 en 3 werken vervolgens respectievelijk het begrip 'corporate identity' en 'corporate image' uit. Naast een aantal definities van deze termen wordt ook een aantal methoden uitgelegd waarmee het bedrijfsimago en de bedrijfsidentiteit (eventueel op een meetbare wijze) kunnen worden geanalyseerd. Hoofdstuk 4 presenteert een systematische aanpak van een 'corporate identity' beleidsprogramma. In het 5de hoofdstuk wordt aangegeven hoe de afstemming van alle vormen van interne en externe communicatie organisatorisch moet worden vormgegeven. En in het 6de hoofdstuk tenslotte wordt a.d.h.v. drie Nederlandse voorbeelden

(de Rabobank, de Hoogovens Groep en het Ministerie van Economische Zaken) uitgelegd hoe in de praktijk aan 'corporate communication' wordt gedaan.

Met *Identiteit en imago* biedt de auteur een beknopt en duidelijk geschreven handboek dat zeker geschikt is voor onderwijsdoeleinden. Het boek bevat overigens ook menig praktische tip voor lezers uit de praktijk.

Opvallend in de hele discussie rond 'identiteit' en 'imago' is toch dat geen enkel wetenschapsfilosofisch werk wordt geraadpleegd. In deze postmoderne tijden lijkt mij de vraag dan ook zeer gerechtvaardigd of de zoektocht naar een 'identiteit' via verschillende 'imago's' niet neerkomt op een spokenjacht, waarbij het spook op onvermijdelijke wijze steeds aan onze subjectieve perceptie ontsnapt.

P.C.

D.G. PRUITT en P.J. CARNEVALE,  
**Negotiation in social conflict.**

Buckingham, Open University Press, 1993, 251 blz.

Pruitt en Carnevale benaderen in *Negotiation in social conflict* het proces van onderhandelen vanuit een sociaal-psychologische invalshoek. Onderhandelen of negotiatie wordt door hen omschreven als een discussie tussen twee of meer partijen erop gericht onverenigbare doelstellingen te verzoenen. Ingeval van onverenigbare doelstellingen is er sprake van een sociaal conflict, het tweede belangrijke onderwerp dat door de auteurs wordt behandeld. Het eerste deel gaat dieper in op het dominante theoretische model van onderhandelen, waarbij conflictuerende partijen een mondelinge overeenkomst sluiten met



de bedoeling hun eigenbelang te maximaliseren. In de tweede helft wijken de auteurs af van dit gangbare paradigma door andere motieven dan het nastreven van eigenbelang aan te halen, zoals de sociale context en het moment van onderhandelen. Conflictmanagement wordt op deze wijze in een breder daglicht geplaatst.

E.J.

K. MAIO,

**Popcorn and sexual politics: movie reviews.**

Freedom, The Crossing Press, 1991, 216 blz.

Het probleem met de meeste bloemlezingen van filmrecensies - wat *Popcorn and sexual politics* uiteindelijk is - bestaat erin dat de filmrecensies in kwestie nooit werden geschreven met het oog op een gezamenlijke publikatie. Dit resulteert dan ook meestal in een boek waarin de onderlinge recensies te weinig met elkaar te maken hebben om een geüniformeerd geheel te vormen dat 'an sich' betekenis draagt, maar waar men nog wel net een artificiële, post-hoc structuur aan kan geven om ze in hoofdstukken in te delen die handelen over eenzelfde 'onderwerp'. Ook Maio verdeelt haar recensies in verschillende hoofdstukken, die elk een verschillend thema lijken te behandelen. Inderdaad lijken, want al haar recensies draaien om 1 ding: de (mis)representatie van de vrouw in de (Hollywood) film, of meer specifiek, 'the continuing diminution of everything female by the American film industry'. Wat dat betreft, kunnen we dus vaststellen dat haar bloemlezing een rare uitzondering kan worden genoemd op de hierboven

beschreven 'wet'. Dit maakt echter ook dat het boek erg eenzijdig overkomt ondanks de levendige en begrijpbare stijl waarmee Maio haar opinies verkondigt. Trapt ze zelf daarmee niet in de val die zij zelf Hollywood filmmakers aanwrijft? 'Filmmakers can't seem to keep themselves from saying nasty things about women', stelt Maio in één van haar recensies. Kan hetzelfde niet gezegd worden van Maio en haar attitude t.o.v. 'patriarchaal' geregeerd Hollywood? Tot haar krediet staat in ieder geval het feit dat ze haar boodschap minstens even onderhoudend en begrijpbaar uitdraagt dan de Hollywood films die ze bespreekt, en dat ze deze daarenboven in scherpzinnigheid moeiteloos overklast.

K.V.d.V.

A.T. DURNING,

**How much is enough? The consumer society and the future of the earth.**

London, Earthscan Publications Ltd., 1992.

*How much is enough* maakt deel uit van een reeks, The Worldwatch Environmental Alert Series, die enkele vraagstukken behandelt omtrent het milieubehoud. Alan Durning heeft het over de tol die we volgens hem zullen moeten betalen voor het hedendaags teugelloos consumeren. De auteur stelt dat geen enkele generatie in de geschiedenis zo fel de bronnen der aarde heeft aangeboord, dan de huidige generaties. De consumptie van goederen en diensten stijgt aanhoudend, niet alleen in het westen maar ook in de jonge geïndustrialiseerde landen. Durning probeert eerst de 'roots' van de consump-

tiemaatschappij te verkennen, hoe de consumptie gegroeid is, hoe bepaalde noden 'gecreëerd' werden, hoe de diverse cultuurgemeenschappen en ook religies staan t.o.v. consumptie.

Daarna presenteert hij de rekening: 'Forests, soils, water, air and climate are exhausted or destroyed to feed the appetite of consumers, yet their satisfaction is not appreciably increased'. Daarom stelt Durning dat we moeten onderzoeken wat de natuur nog kan verdragen, dus wanneer genoeg, genoeg is.

M.R.W.

X,

**Freedom of the press throughout the world. 1993 Report.**

London, John Libbey, 1993, 377 blz.

'Freedom of the press is the most important of all freedoms' is de stelregel van Reporters Sans Frontières, een onafhankelijke organisatie werkzaam ter verdediging van de persvrijheid en van de talrijke journalisten die verspreid over de hele wereld door vervolging en hechtenis het zwijgen wordt opgelegd.

Het jaarlijks gepubliceerde rapport omtrent de toestand van de persvrijheid in de wereld vormt één van de middelen die RSF inzet in deze voortdurende strijd. Zo is dit rapport opgedragen aan de minstens 61 journalisten die in 1992 de dood vonden bij en wegens de uitoefening van hun beroep.

Deze opmerkelijke publikatie bevat een indrukwekkende lijst met schendingen van de persvrijheid in 1 jaar tijd in 152 landen, waaronder ook België. Per land wordt telkens kort de actuele situatie van de pers toegelicht, gevolgd door

een chronologisch jaaroverzicht van inbreuken op de persvrijheid.

De koele, zakelijke opsomming van feiten in objectieve nieuwsstijl resulteert in een hard, somber en enigszins beangstigend totaalbeeld, dat tot nadenken stemt. Een theoretische beschouwing of een expliciet waardeoordeel hoeft RSF hieraan niet te koppelen. De feiten spreken voor zich en illustreren de vaak onmenselijke prijs die moet worden betaald voor de waarheid.

R.V.G.

M. MEYER (ed.),

**Aspects of school television in Europe. A documentation.**

München, Saur, 1992, 595 blz.

Na een schets van schooltelevisie in (West-) Europa op het einde van de jaren '80 en een blik naar de toekomst, komen de volgende facetten uitgebreid aan bod: de relatie tussen schooltelevisie en leerkrachten, ondersteunende diensten voor schooltelevisie (b.v. onderwijs) en modellen voor internationale samenwerking. Er gaat bovendien ook heel wat aandacht naar de bespreking van een aantal succesvolle schooltelevisie-programma's. In een laatste hoofdstuk van het lijvige werk komen nog enkele recente onderzoeken over het behandelde thema aan bod.

*Aspects of school television in Europe* kwam tot stand door de medewerking van meer dan 60 auteurs en geeft een heleboel informatie. Wie daarmee nog niet voldoende heeft, vindt waarschijnlijk zijn gading wel in de bibliografie.

C.F.

**ingezonden boeken** (bespreking naar mogelijkheid)

- ARIAS, E.G., *The meaning and use of housing. International perspectives, approaches and their applications*. Aldershot, Avebury, 1993, 582 blz., £ 47,80.
- AULICH, J., *Framing the Falklands war: nationhood, culture and identity*. Milton Keynes, Open University Press, 1992, 150 blz., £ 12,99.
- BENEDICT, H., *Virgin or vamp: how the press covers sex crimes*. Oxford, Oxford University Press, 1992, 309 blz., £ 22.
- BENNETT, R., *The handbook of European advertising. Media planning, marketing analysis and country-by-country profiles*. London, Kogan Page, 1993, 411 blz., £ 35.
- BERG, K. en KIEFER, M.-L., *Massenkommunikation IV: Eine Langzeitstudie zur Mediennutzung und Medienbewertung 1964-1990*. Baden-Baden, Nomos Verlagsgesellschaft, 1992, 388 blz., DM 38.
- BOEREN, A. en EPSKAMP, K., *The empowerment of culture: development communication and popular media*. Den Haag, CESO, 1992, 247 blz., Fl. 25.
- COLLINS, R., *Satellite television in Western Europe*. Revised edition, London, John Libbey, 1992, 125 blz., £ 18.
- COOK, C., *The Dilys Powell film reader*. Manchester, Carcanet Press, 1991, 453 blz., £ 25.
- COOK, D.A., *A history of narrative film. Instructor's manual*. Second edition, London, W.W. Norton, 1991, 185 blz., £ 6,95.
- COOK, G., *The discourse of advertising*. London, Routledge, 1992, 250 blz., £ 12,99.
- COULMAS, F., *Language and economy*. Oxford, Blackwell, 1992, 377 blz., £ 40.
- DARBY, W., *Masters of lens and light: a checklist of major cinematographers and their feature films*. Metuchen, The Scarecrow Press, 1991, 1.043 blz., \$ 99,50.
- DE LA GARDE, R. et al., *Small nations, big neighbour: Denmark and Quebec/Canada compare notes on American popular culture*. Acamedia Research Monograph 10, London, John Libbey, 1993, 239 blz., £ 18.
- DELANO, P., *Faces of America: photographs by Pablo Delano*. Washington, Smithsonian Institution Press, 1992, 131 blz.

- DITTMAR, H., *The social psychology of material possessions. To have is to be*. Hemel Hempstead, 1992, 250 blz., \$ 26,90.
- DOHERTY, J. e.a., *Postmodernism and the social sciences*. London, Macmillan, 1992, 253 blz., £ 15,99.
- EDGAR, T. e.a., *AIDS: a communication perspective*. Hove, Lawrence Erlbaum, 1992, 236 blz., £ 34,95.
- EVERITT en DUNN, *Applied multivariate data analysis*. Sevenoaks, Edward Arnold, 1991, 304 blz., £ 19,95.
- FERON, F. en THORAVALE, A., *L'Etat de l'Europe*. Paris, Ed. La Découverte, 1992, 651 blz., FF 198.
- GAMSON, W.A., *Talking politics*. Cambridge, Cambridge University Press, 1992, 272 blz., £ 12,95.
- HOLMES, J., *An introduction to sociolinguistics. Learning about language*, London, Longman, 1992, 412 blz.
- JONGEN, F., *Médias et service public*. Bruxelles, Etablissements E. Bruylant, 1992, 357 blz.
- JORDAN, S. en ALLEN, D., *Parallel lines, media representations of dance*. London, John Libbey, 1993, 241 blz., £ 14,50.
- KAPLAN, D., *Photo story: selected letters and photographs of Lewis W. Hine*. Washington, Smithsonian Institution Press, 1992, 192 blz., \$ 34,95.
- KAPIS, R.E., *Hitchcock: the making of a reputation*. Chicago, University of Chicago Press, 1992, 313 blz., \$ 16,95.
- KELLNER, D., *The Persian Gulf tv war*. Oxford, Westview Press, 1992, 460 blz., £ 13,50.
- KINNARD, R., *The comics come alive: a guide to comic-strip characters in live-action productions*. Metuchen, The Scarecrow Press, 1991, 237 blz., \$ 32,50.
- KOELEMAN, H., *Interne communicatie als managementinstrument. Strategieën, middelen en achtergronden*. Houten, Uitgeverij Bohn Stafleu Van Loghum, 1992, 198 blz., Fl. 48,75.
- KORZENNY, F., *Mass media effects across cultures*. Volume 16, London, Sage, 1992, 269 blz., £ 17,95.
- KUHN, A., *Alien zone. Cultural theory and contemporary science fiction cinema*. London, Verso, 1990, 231 blz., £ 11,95.
- KUITENBROUWER, J., *Neo-turbo. Van yuppie-speak tot crypto-mumble*. Amsterdam, Prometheus, 1993, 168 blz., BEF 390.
- LANG, G. en VAN DER MOLEN, H.T., *Methodiek van gespreksttraining*. Baarn, Uitgeverij Nelissen, 1992, 205 blz., BEF 950.
- LANGSTON, T.S., *Ideologues and presidents. From the new deal to the Reagan revolution*. Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 1992, 247 blz., \$ 42.
- LAURENT, F., *Les médias et leur audience*. Paris, Les Editions d'Organisation, 1992, 32 blz., FF 38.

- LOUKIDES, P. en FULLER, L.K., *Beyond the stars II: plot conventions in American film*. Studies in American Popular Film, 1991, 187 blz., \$ 18,95.
- LOUKIDES, P. en FULLER, L.K., *Beyond the stars: stock characters in American popular film*. Studies in American Popular Film, Bowling Green, Bowling Green University Popular Press, 1990, 245 blz., \$ 19,95.
- MAIO, K., *Popcorn and sexual politics*. Freedom, The Crossing Press, 1991, 216 blz., \$ 9,95.
- MICHEL, H. en ANGOULVENT, A.-L., *Les télévisions en Europe*. Que sais-je?, Paris, Presses Universitaires de France, 1992, 127 blz.
- MILLER, N. en ALLEN, R., *It's live - but is it real?* Current debates in Broadcasting 2, London, John Libbey, 1993, 121 blz., £ 14,50.
- MILLERSON, G., *Video production handbook*. Second edition, Oxford, Focal Press, 1992, 245 blz., £ 25.
- MILLWOOD HARGRAVE, A., *Sex and sexuality in broadcasting*. Broadcasting Standards Council, London, John Libbey, 1992, 146 blz., £ 12,50.
- McLUHAN, M. en POWERS, B.R., *The global village: transformations in world life and media in the 21st century*. Oxford, Oxford University Press, 1992, 220 blz., £ 8,95.
- NATHASON, P., *Over the rainbow: the Wizard of Oz as a secular myth of America*. New York, State University of New York Press, 1991, 432 blz., \$ 19,95.
- NORDENSTRENG, K. en KLEINWÄCHTER, W., *CSCE and information. Proceedings of a seminar of experts*. Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, 1992, 187 blz.
- OOMKES, F.R., *Training als beroep. Handboek training sociale en interculturele communicatie*. Deel 1, Meppel, Uitgerij Boom, 1992, 285 blz., Fl. 58,50.
- ORR, J. en NICHOLSON, C., *Cinema and fiction: new modes of adapting, 1950-1990*. Edinburgh, Edinburgh University Press, 1992, 183 blz.
- PETERSEN, A.J. en HOLZHAUER, F.F.O., *Briefing. Wat er voorafgaat aan het maken van advertenties*. Zaventem, Samsom BedrijfsInformatie, 1992, 110 blz., BEF 2.059.
- POYATOS, F., *Advances in non-verbal communication: sociocultural, clinical, esthetic and literary perspectives*. Amsterdam, John Benjamins, 1992, 412 blz., \$ 115.
- PRUITT, D.G. en CARNEVALE, P.J., *Negotiation in social conflict*. Buckingham, Open University Press, 1993, 251 blz., £ 12,99
- PURDIE, S., *Comedy: the mastery of discourse*. London, Harvester Wheatsheaf, 1993, 186 blz., \$ 17.
- REEVES, G., *Communications and the 'Third World'*. London, Routledge, 1993, 277 blz., £ 12,99.

- RIGGINS, S.H., *Ethnic minority media: an international perspective*. London, Sage, 1992, 298 blz., £ 15,95.
- ROBERTS, C. et al., *Language and discrimination: a study of communication in multi-ethnic workplaces*. London, Longman, 1992, 422 blz., £ 15,99.
- SEGERS, K., *Sponsoring in België*. Brussel, VUBPress, 1992, 278 blz.
- SILJ, A., *The new television in Europe*. London, John Libbey, 1992, 624 blz., £ 66.
- SPARKS, R., *Television and the drama of crime. Moral tales and the place of crime in public life*. Buckingham, Open University Press, 1992, 185 blz., £ 12,99.
- SPRAFKIN, J., GADOW, K.D. en ABELMAN, R., *Television and the exceptional child. A forgotten audience*. Hove, Lawrence Erlbaum, 1992, 213 blz., £ 16,50.
- TUFTE, E., *The visual display of quantitative information*. Cheshire, Graphics Press, 1983, 197 blz., \$ 40.
- VAN DER HOEK, J.W. en KREKELS, H., *Checklisten marketing management*. Deventer, Kluwer Bedrijfswetenschappen, 1992, losbladig, BEF 3.750.
- VAN DER MEIDEN, A., *Public relations, een kennismaking*. Muiderberg, Coutinho, 1993, 147 blz., Fl. 27,50.
- VAN PELT, H. et al., *De sociaal-economische situatie van de literaire auteur in Vlaanderen. Een onderzoek in opdracht van Gemeenschapsminister van Cultuur de heer P. Dewael*. Antwerpen, Universiteit Antwerpen, 1992, 106 blz.
- VAN PEURSEN, C.A., *Verhaal en werkelijkheid. Een deiktische ontologie*. Kapellen, Pelckmans, 1992, 226 blz., BEF 695.
- VASSEUR, F., *Les médias du futur. Que sais-je?*, Paris, Presses Universitaires de France, 1992, 127 blz., FF 38.
- X, *Annual review of BBC broadcasting research findings*. Number 19, London, John Libbey, 1993, 91 blz., £ 17,50.
- X, *Europe 1993: media*. Stern Marketing Series, Hamburg, Stern, 1993, 89 blz.
- X. *Finnish papers presented at the IAMCR conference, Brazil 1992*. Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, 1992, 141 blz.
- X, *Jaarboek van de audiovisuele sektor in België*. Gent, Making Magazines, 1993, 163 blz., BEF 950.
- ZIZEK, S., *Everything you always wanted to know about Lacan but were afraid to ask Hitchcock*. London, Verso, 1992, 279 blz., £ 11,95.

Verantwoordelijke uitgever:  
G. Fauconnier, Kleine Geeststraat 40  
B-1933 Sterrebeek



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 WORD5.0, WORDPERFECT 5.1 of WORD FOR WINDOWS 2.0.

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: Langer (1981:365) stelt dat ...; of : ... zoals door verschillende auteurs wordt opgemerkt (Connel en Curti, 1985:106; Altheide en Snow, 1991:46-47). De letters a, b, c ... worden gebruikt om de verschillende werken aan te duiden die eenzelfde auteur gedurende hetzelfde jaar heeft gepubliceerd, b.v. (Fiske, 1992a, 1992b). Gebruik 'et al.' wanneer een werk geciteerd wordt van meer dan twee auteurs, b.v. Leiss et al. (1990).

Alle geciteerde werken dienen achteraan, na de noten en onder de titel LITERATUURLIJST, alfabetisch 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:

Altheide, D.L. & Snow, R.P. (1991) *Media Worlds in the Postjournalism Era*. New York: Aldine de Gruyter.

Fiske, J. (1992a) 'British Cultural Studies and Television' in R.C. Allen (ed.) *Channels of Discourse, Reassembled*. 2nd. ed. Chapel Hill & London: The University of North Carolina Press.

Fiske, J. (1992b) 'Cultural Studies and the Culture of Everyday Life', in L. Grossberg, C. Nelson & P. Treichler (eds.) *Cultural Studies*. New York & London: Routledge.

Langer, J. (1981) 'Television's Personality System', *Media, Culture and Society*, 3 (4): 351-365.