

FB  
MUN

# unicatie

communicatiewetenschap en mediacultuur

g 26 • nummer 4 • december 1997

(4)  
97  
10/12/97

a t c o m l e w q

v o f i s m u a

n i d e c x m o

x d i g s h c a

t i e m l e b a

Garant

## **Redactie**

---

F. Thevissen, Sectie Communicatiewetenschappen, V.U. Brussel  
H. Van Pelt, Departement Politieke en Sociale Wetenschappen, U. Antwerpen  
L. Van Poecke, Departement Communicatiewetenschap, K.U. Leuven  
P. Vyncke, Vakgroep Communicatiewetenschappen, U. Gent

## **Redactiesecretariaat**

I. De Wachter, R. Van Gompel

## **Redactieadres**

*Communicatie*, Departement Communicatiewetenschap, K.U. Leuven,  
E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven, tel 016/32.32.20-24, fax 016/32.33.12  
E-mail: Ingrid.DeWachter@soc.kuleuven.ac.be

## **Verantwoordelijke uitgever:**

L. Van Poecke, E. Van Evenstraat 2A, B-3000 Leuven

## **Uitgever**

---

Garant Uitgevers, Tiensesteenweg 83, B-3010 Kessel-Lo (Leuven).

**Abonnementenadministratie en advertentie-exploitatie:** Garant Uitgevers

### **Abonnementsprijzen voor een jaargang (4 nummers):**

- in België: **600 BEF** - betaling op rekening nr. 734-4291103-26 van Garant-Uitgevers.
- in Nederland: **NLG 35,5** - betaling op rekening nr. 42.61.07.322 van ABN-AMRO-bank, Apeldoorn (giro nr. 837570) t.n.v. Garant Uitgevers.
- Andere landen: 600 BEF + verzend- en wisselkosten - betaling na ontvangst van onze factuur.

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

### **Advertenties:**

Advertentietarieven worden op aanvraag toegezonden.

*Communicatie* verschijnt driemaandelijks, in maart, juni, september en december.

ISSN 0771-7342

© 1997 Garant Uitgevers NV

Alle rechten voorbehouden.  
Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd,  
opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand  
en/of openbaar gemaakt in enige vorm of op enige wijze  
hetzij elektronisch, mechanisch  
door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier  
zonder voorafgaande schriftelijke toestemming  
van de uitgever.

# communicatie

TIJDSCHRIFT VOOR COMMUNICATIEWETENSCHAP  
EN MEDIACULTUUR

Jaargang 26, nummer 4  
december 1997

## INHOUD

<b>De remake als model van de filmgeschiedenis en middel voor filmgeschiedschrijving: een macrohistorische verkenning</b> Kurt Van den Vonder	2
<b>'Boundary-setting' en 'data-setting': effecten van televisie. Van een transmissiemodel naar een cognitieve-effectenmodel</b> Jan Van den Bulck	29
<b>Standpunt: Bourdieu over televisie</b> Gust De Meyer	49
<b>Boekbesprekingen</b>	59
<b>Ingezonden boeken</b>	63
<b>Abstracts</b>	64

Garant

Leuven-Apeldoorn

# De remake als model van de filmgeschiedenis en middel voor filmgeschiedschrijving: een macrohistorische verkenning

Kurt Van den Vonder

## SAMENVATTING

Een macrohistorische analyse van de remakepraktijk in de (Amerikaanse) filmgeschiedenis toont aan dat de geschiedenis van de remakepraktijk zowel model kan staan voor de filmgeschiedenis in zijn totaliteit als een middel kan zijn om aan filmgeschiedschrijving te doen. Na een omschrijving van het remakebegrip wordt aan de hand van het historisch materiaal verzameld door Nowlan en Wright Nowlan de geschiedenis van de remakepraktijk op een kwantitatieve manier beschreven. Het bekomen cijfermateriaal kan door middel van de door Allen en Gomery beschreven klassieke invalshoeken binnen de filmgeschiedschrijving, met name een technologische, een economische en een esthetische invalshoek, in zijn context worden geplaatst. Deze contextualisering toont duidelijk aan dat de remakepraktijk niet alleen vanuit een puur filmeconomische hoek kan worden benaderd, maar dat ook andere contexten/factoren binnen de remakepraktijk een rol vervullen. Bovendien toont een aparte analyse van de stille filmperiode aan dat de remakepraktijk geen monolithisch geheel is.

Sleutelwoorden: remake, filmgeschiedenis, filmgeschiedschrijving, macrohistorische analyse, contextuele analyse

Sinds het begin van de jaren '70 is er een groeiende lijst van filmkritische artikels verschenen (o.a. Walker, 1968; MacTrevor, 1975; Hickey, 1978; Silverman, 1978; X, 1979; Harvey, 1980; Clarens, 1983; Van Ieperen, 1989) gewijd aan de creatieve malaise die zou heersen binnen de Hollywood cinema. Deze critici verwijten Hollywood een chronisch gebrek aan inspiratie - MacTrevor (1975) vraagt zich reeds in de titel van haar artikel af: 'Hollywood est-il à court d'inspiration?' - en verwijzen daarbij steevast naar het toenemende aantal remakes en sequels. Remakes worden door deze critici beschouwd als een 'fantasieloos na-apen' (Van Ieperen, 1989:36) van vorige originele successen, als een puur commerciële vorm van filmmaken waarin elke inspiratie ont-

breekt. Deze klassieke filmkritische stelling kan als volgt worden samengevat: de artistieke cinematografische praktijk gaat dood aan de puur commerciële imperatieven van de 'sequellitis' en de 'remake-mania'.

Deze klassieke filmkritische stelling heeft een sterk negatief vooroordeel ten opzichte van de remakepraktijk in het leven geroepen, met als gevolg dat de remake tot op heden zelden het onderwerp is geweest van een filmhistorisch of filmtheoretisch onderzoek. Dit is makkelijk te begrijpen voor wat betreft de klassieke filmgeschiedschrijving, die nagenoeg enkel oog heeft voor de esthetische ontwikkeling van de film als een kunstvorm, waarbij niet zelden een normatief denkkader wordt gehanteerd. De remake, door de klassieke benadering beschouwd als een puur economisch fenomeen, valt bij deze esthetische geschiedenissen uit de boot. Maar ook binnen de zogenaamde revisionistische filmgeschiedschrijving is de remake nauwelijks aan bod gekomen als onderzoeksobject. Dit is veel minder begrijpbaar daar deze revisionistische filmgeschiedschrijving niet normatief maar eerder descriptief wil werken en een geïntegerde filmgeschiedschrijving nastreeft waarin naast esthetische ook economische, technologische en sociale contextuele factoren in overweging worden genomen.<sup>1</sup>

Door middel van een macrohistorische analyse van de remakepraktijk in de (Amerikaanse) filmgeschiedenis hopen we echter aan te tonen dat de remake wel degelijk het onderzoeken waard kan zijn. In de nu volgende analyse hopen we het belang van de remake als filmhistorisch onderzoeksobject op drie niveau's te verduidelijken:

1. het filmhistorische belang van de remake: door een kwantitatieve benadering maken we duidelijk dat de remake geen marginaal verschijnsel is binnen de filmgeschiedenis, maar eerder een vrij sterk ingeburgerde praktijk binnen de filminstitutie.
2. de remake als model van de filmgeschiedenis: door een contextuele analyse tonen we aan dat de geschiedenis van de remakepraktijk parallel verloopt aan de algemene filmgeschiedenis.
3. de remake als middel om aan filmgeschiedschrijving te doen: door het aantonen van niveau 2. maken we eveneens duidelijk dat de filmgeschiedenis kan worden benaderd vanuit de remakepraktijk, waardoor in beide, zowel de geschiedenis van de remake als de algemene filmgeschiedenis, een beter inzicht kan worden verkregen.

## ■ DE REMAKE: OMSCHRIJVING EN AFBAKENING

De term remake wordt door zowel filmhistorici en -theoretici als het filmpubliek gebruikt om een nieuwe filmversie van een reeds verfilmd verhaal aan

te duiden. Twee aspecten zijn van belang bij een omschrijving van de remake: 1. een herhalingsprincipe waarbij een verhaal of elementen van een verhaal de basis vormen voor een tweede filmversie na reeds behandeld te zijn geweest in een eerdere filmversie; en 2. de (h)erkenning via een vergelijking met het filmisch origineel door het publiek/de filmhistorici dat de tweede filmversie als een remake kan worden gezien en 'gelezen', waardoor hij ook kan functioneren als een remake.

Verschillende auteurs (Protopopoff, 1989; Leitch, 1990) hebben erop gewezen dat er binnen het remakeconcept verschillende herhalingsmodi van narratieve elementen mogelijk zijn. Serceau (1989:162) spreekt in dit verband over het polymorfe karakter van het remakeconcept. Dit maakt een (h)erkenning van een film als een remake niet altijd gemakkelijk. Zo blijkt filmhistorische kennis van groot belang te zijn voor de toekenning van het remake-statuuat aan een film: indien het filmisch origineel niet gekend is, zal een film niet als remake kunnen worden aangeduid. De omschrijving van het remakeconcept wordt op deze manier wel erg subjectief: een remake is wat men zegt dat een remake is, en dit hangt in sterke mate af van de filmhistorische kennis die een persoon bezit. Naar begrip is er wel een objectieve definitie mogelijk - zoals reeds vermeld wordt de remake gekarakteriseerd door een herhalingsprincipe dat via een vergelijking kan worden blootgelegd - echter niet naar uitgebreidheid: niet iedereen heeft dezelfde (film)historische kennis om de vergelijking te kunnen maken. Het remakeconcept kan dan ook worden gezien als één van de 'grands régimes cinématographiques' zoals Metz (1977:15) deze heeft gekarakteriseerd:

Le paradoxe de ces régimes, qui correspondent aux principales formules de cinéma connues à ce jour, c'est qu'assez souvent ils sont évanescents et incertains sur leur frontières, qui s'émiettent en une série indéfinie de cas particuliers, et pourtant très clair et bien dessinés dans leur centre de gravité: c'est pourquoi on peut les définir en compréhension, non en extension. Institutions floues, mais institutions pleines. Le spectateur habitué au cinéma ne s'y trompe pas, ce sont des catégories mentales qu'il possède et qu'il sait manier.

In zijn kern is het 'régime' duidelijk omlijnd, en er bestaat dan ook doorgaans een sterke consensus binnen de filmhistorische literatuur omtrent het statuut van een film die zich binnen deze kern bevindt: of een film een remake is of niet, is dan een eenvoudig te bepalen zaak. Aan zijn grenzen is het 'régime' echter minder vast omlijnd, en zien we dan ook een verbrokkeling in een onbepaalde hoeveelheid bijzondere gevallen waarover in de filmhistorische literatuur heel wat minder eensgezindheid bestaat.<sup>2</sup> Zo kan men ook beginnen te begrijpen dat er heel wat randgevallen binnen de filmhistorische literatuur

opduiken onder de vorm van zogenaamde 'onofficiële' of 'verborgen' remakes. De oplossing die wij hier verkiezen, is het zoeken naar de consensus in de filmhistorische literatuur. Een remake is dan een remake wanneer de film in kwestie zich binnen de duidelijke (d.i. algemeen aanvaarde) kern van het 'régime' bevindt.<sup>3</sup>

Deze oplossing is in overeenstemming met de polysystematische vertaaltheorie zoals die door Cattrysse (1992, 1994) is toegepast op de filmadaptatie. Zijn omschrijving van de literatuurverfilming sluit nauw aan bij onze opvatting over de remake.

Onder *literatuurverfilming* wordt dus niet langer meer verstaan 'iedere film die een (prestigieuze) literaire tekst op een getrouwe manier verfilmt', maar 'ieder fenomeen dat binnen een specifieke context als een literatuurverfilming *functioneert*', d.w.z. zich als zodanig presenteert en/of als zodanig gepercipieerd wordt (Cattrysse, 1994:19).

Een film is voor ons dus een remake indien er binnen de filmhistorische literatuur een consensus bestaat over het remake-statuut van de film in kwestie, ongeacht het feit of de film zich al dan niet presenteert als een remake. 'Verborgen' remakes, die zichzelf niet presenteren als remakes, waardoor ze moeilijk aan te duiden zijn, zullen toch voor het onderzoek in aanmerking komen, daar er meestal wel een consensus bestaat omtrent hun remake-statuut. 'Onofficiële' remakes daarentegen zijn meestal onderwerp van discussies omtrent hun remake-statuut, waardoor de nodige consensus ontbreekt om ze in de kern van het 'régime' te plaatsen.

## ■ DE REMAKEPRAKTIJK: EEN KWANTITATIEVE ANALYSE

### De sample van Nowlan en Wright Nowlan

Deze afbakening van het remakeconcept maakt een macrohistorische analyse van de remake niet eenvoudig. Indien we een zicht willen krijgen op de totale remakeproductie, zouden we immers in principe bij iedere film de filmhistorische en -kritische literatuur moeten raadplegen om een consensus te kunnen vaststellen. Deze Sisyfusarbeid wordt vermeden door gebruik te maken van het door Nowlan en Wright Nowlan (1989) verzamelde filmhistorische materiaal. Zij geven ons namelijk een encyclopedisch overzicht van remakes van 1903 tot 1987.

De reden waarom we het encyclopedisch overzicht van Nowlan en Wright Nowlan gebruiken en niet dat van b.v. Limbacher (1979), is viervoudig: 1. het overzicht van Nowlan en Wright Nowlan beslaat een grote(re) tijdsperio-

de, 2. Nowlan en Wright Nowlan streven binnen de grenzen van hun opzet (cf. infra) naar volledigheid, 3. daar waar Limbacher enkel titels en jaartallen vermeldt, vermelden Nowlan en Wright Nowlan bijkomende data noodzakelijk voor een contextuele analyse zoals filmcredits, en duiden ze aan hoe en waar verschillende versies van elkaar verschillen, en 4. Nowlan en Wright Nowlan (1989:xii) hanteren een definitie van het remakeconcept dat zeer dicht bij onze eigen definitie aansluit, zodat we zelf niet meer naar consensus in de literatuur moeten zoeken:

On occasion, we found claims of remakes or sequels of movies mentioned in one or another of our sources which was never corroborated by any other authority. Rather than to repeat what may be fiction, we have chosen not to honor any claim of remakes or sequels unless it is made in more than one reliable source.

Daar zij echter zoveel materiaal vonden, stelden ze zelf de volgende beperking voor dit eerste volume van een verder lopend onderzoek (Nowlan & Nowlan, 1989:xii) :

All films, silent or sound, from the genres of drama, action-adventure, romance, comedy or thriller, which have at least one English-speaking sound remake or sequel, will be treated as primary films, and together with their remakes and sequels will be featured.

Het overzicht van Nowlan en Wright Nowlan is verre van volledig - zo zijn er geen vermeldingen van remakes indien de originele film een western, musical, horror- of sciencefictionfilm is, en nagenoeg alleen Engelstalige, en dan met name Amerikaanse, remakes zijn in hun lijst opgenomen. Bovendien hebben we bij de analyse van hun gegevens zelf de volgende beperking ingesteld: alleen die remakes waarvan de volledige credits vermeld zijn, komen in aanmerking om in het onderzoek betrokken te worden, daar dit noodzakelijk is voor de contextuele analyse. Dit heeft vooral een effect op de stille filmperiode, waar wel heel wat jaartallen worden vermeld van remakes maar geen credits. Zo vermelden Nowlan en Wright Nowlan volgende jaartallen waarin een filmversie van Shakespeares 'Macbeth' werd geproduceerd zonder hiervan de credits te geven: 1905, 1908, 1909, 1910, 1911, 1912, 1913, 1917, 1920, 1922, 1946, 1950, 1952, 1958, 1960 en 1962. Naast deze 16 jaartallen (= 16 remakes) vermelden zij dan 5 remakes (1916, 1948, 1955, 1961 en 1972) waarvan ze wel de credits opsommen; enkel deze laatste 5 komen in aanmerking voor het onderzoek.

Deze beperkingen omtrent de lijst van de onderzochte remakes bij Nowlan en Wright Nowlan heeft natuurlijk wel gevolgen voor het globale aantal remakes



dat we bekomen hebben. Dat aantal moet met name heel wat hoger worden ingeschat dan met de huidige stand van het onderzoek mogelijk is. Vandaar ook dat we de lijst van Nowlan en Wright Nowlan willen aanduiden als een sample van het totale aantal remakes. In onze analyse zullen we dan ook rekening moeten houden met de beperkingen van de sample. Met name de stille filmperiode vormt voor filmhistorici in het algemeen, en voor Nowlan en Wright Nowlan in het bijzonder (cf. het voorbeeld van Shakespeares 'Macbeth', waarbij 10 van de 16 creditloze vermeldingen stille films zijn), nog een probleem, o.a. daar naar schatting 80% van de stille filmproductie verloren gegaan is (Cherchi Usai, 1994:18). De stille film verdient dan ook aparte aandacht (cf. infra).

### De remakepraktijk: een macrohistorisch overzicht

Al de beperkingen van de sample in acht genomen, vermelden Nowlan en Wright Nowlan toch nog een totaal van 1.380 remakes afkomstig van 851 originele films. Dit is een gemiddelde van 1,62 remakes per origineel. 561 van de originele films (66%) hebben slechts 1 remake opgeleverd, wat inhoudt dat 290 originele films (34%) aanleiding hebben gegeven tot meervoudige remakes. Anders gezegd, 60% van het totale aantal remakes behoort tot een reeks van meervoudige remakes.

Het belang van de remake in de filmgeschiedenis blijkt duidelijker uit de onderstaande tabel waarin de onderzochte sample per decennium wordt afgezet tegenover de totale Amerikaanse filmproductie:

Tabel 1: Verdeling van de remakes uit de sample per decennium

Periode	Remakes (sample)	Totaal geproduceerde films USA <sup>4</sup>	Percentage remakes
1900-1910	9	-	-
1911-1920	64	-	-
1921-1930	139	5.354	2,6
1931-1940	488	4.977	9,8
1941-1950	277	3.980	7,0
1951-1960	213	2.720	7,8
1961-1970	91	1.462	6,2
1971-1980	71	1.334	5,3
1981-1987	28	1.113	2,5
Totaal	1.380	20.940	6,2 <sup>5</sup>

Het eerste wat opvalt, is dat in geen enkele periode het aantal remakes boven de 10% van de totale filmproductie uitstijgt. We dienen er natuurlijk wel rekening mee te houden dat we slechts met een sample van remakes te maken hebben, terwijl wel de volledige cijfers van de totale filmproductie zijn gegeven. Zoals reeds vermeld, ontbreken in de sample de remakes van westerns, musicals, sciencefiction- en horrorfilms. Dit wil overigens niet zeggen dat er geen westerns, musicals, sciencefictionfilms of horrorfilms in de sample zitten. Er kan immers een genreverandering hebben plaats gevonden tussen de originele film en zijn remake, zodat de hoger genoemde genres toch in de sample aanwezig kunnen zijn ondanks het feit dat geen enkel filmisch origineel binnen de sample tot deze genres behoort. Zo kreeg de gangsterfilm *High Sierra* uit 1941 in 1949 een remake in de gedaante van de western *Colorado Territory*, beide gedraaid door dezelfde cineast Raoul Walsh. Toch mag redelijkerwijs worden verondersteld dat in minimum 1 periode, nl. de jaren '30, de 10% wel wordt overschreden. Allicht geldt dit voor nog meerdere periodes en ook voor de totale cijfers vanaf de jaren '20. Nowlan en Wright Nowlan (1989:vii) beweren immers dat hun huidige sample nog met twee bijkomende volumes kan worden aangevuld.<sup>6</sup> Deze cijfers maken hoe dan ook duidelijk dat de remake geen marginale praktijk is binnen de filmindustrie en dat ook nooit is geweest.

De verdeling van de 1.380 remakes per decennium levert eerder verrassende resultaten op. De jaren '30 springen qua absolute cijfers onmiddellijk in het oog: 35% van de sample bevindt zich in deze periode. Na dit absolute topdecennium blijft het cijfer gedurende de jaren '40 en '50 vrij stabiel om dan vanaf de jaren '60 opnieuw vrij fors te dalen, terwijl dit vreemd genoeg een periode is waarin voor het eerst in filmkritische tijdschriften sterk negatief wordt gereageerd op een toename van het aantal remakes (cf. supra). De relatieve cijfers (het aantal remakes binnen het totale aantal geproduceerde films) vertonen een gelijkaardige maar toch beduidend minder uitgesproken evolutie: het hoogtepunt bevindt zich in de jaren '30, waarna er een stelselmatige afname meetbaar is. De daling van remakes vanaf de jaren '30, die in absolute cijfers meetbaar is, is m.a.w. in mindere mate ook meetbaar in de relatieve cijfers.

De daling van het aantal remakes vanaf de jaren '40 kan makkelijk worden verklaard door de daling van de totale filmproductie sinds de jaren '40. Dat echter de relatieve cijfers eveneens dalen, is eerder verrassend te noemen, vooral in het licht van de reeds aangehaalde klassieke filmkritische stelling als zou de remake pas vanaf de jaren '70 een sterk of toenemend aandeel van de filmproductie uitmaken. De cijfers zijn niet alleen sterk in tegenspraak met de traditionele filmkritische opvatting die de remake als een typisch fenomeen van

de jaren '70 en '80 beschouwt (MacTrevor, 1975; Silverman, 1978; Hickey, 1978; Harvey, 1980; Clarens, 1983; Van Ieperen, 1989; Gold 1990), maar ook met de stelling van Protopopoff (1989:15-16), die de remakepraktijk pas vanaf de jaren '40 als onderdeel van de filminstitutie ziet. Een meer gedetailleerde analyse biedt een aantal mogelijke contextuele verklaringen voor deze opmerkelijke cijfers.

## **De kwantitatieve analyse geconfronteerd met de klassieke filmkritiek**

Drie contextuele factoren kunnen worden aangeduid om de discrepantie tussen de door ons bekomen daling in de cijfers en de door de filmcritici waargenomen stijging van het aantal remakes in dezelfde periode, te verklaren. Meteen wordt aangetoond hoe de remake kan functioneren als model van de filmgeschiedenis en als middel om aan filmgeschiedschrijving te doen.

1. Een eerste mogelijke verklaring is dat er een scheef trekking in de sample is ontstaan, daar in de recentere periodes meer remakes buiten de sample zijn gevallen dan in de periodes van de jaren '30 en '40, ondanks het feit dat per decennium dezelfde criteria zijn toegepast. Het is namelijk mogelijk dat de genres die niet in de sample zijn opgenomen, een relatief groter aandeel van de totale filmproductie besloegen in de periode van de jaren '70 en '80 dan in de periode van de jaren '30 en '40, waardoor hun relatieve aandeel binnen het totaal aantal remakes van een periode groter zou zijn geworden. Zo wordt het interessant om te onderzoeken of b.v. de 'horror boom' aan het eind van de jaren '70 (Kapsis, 1986:68-85) niet heeft geleid tot een relatief gezien groter aandeel van horror remakes binnen de totale hoeveelheid van remakes voor deze periode. Indien dit het geval zou zijn, vallen er relatief gezien meer remakes uit deze periode uit onze sample weg, dan dat dit het geval is voor de andere periodes waarin horror remakes minder prominent aanwezig zijn.

Daarnaast dient rekening gehouden te worden met verschuivingen binnen de organisatie en structuur van de filmindustrie en filmmarkt, die een invloed hebben uitgeoefend op de uiteindelijke sample. Zo is de opkomst van de televisiefilm sinds het eind van de jaren '60 hier van groot belang. Deze televisiefilms zijn niet in de sample opgenomen - de sample heeft enkel betrekking op bioscoopfilms - terwijl deze televisiefilms in vele gevallen wel de functie van de vroegere B-films hebben overgenomen. Net zoals heel wat remakes uit de periode van de jaren '30 en '40 zogenaamde B-films zijn (cf. infra), zijn vanaf de jaren '70 heel wat remakes rechtstreeks voor het televisie en/of video 'release window' bestemd. Een onderzoek naar deze televisiefilms lijkt alleszins de moeite waard. Deze televisiefilms lijken zich in eerste instantie te richten op

een vorm van recyclage van populaire filmklassiekers die voor het tv-formaat een nieuwe behandeling krijgen (Walker, 1968:33). Het feit dat de meeste van deze televisieremakes de originele titel overnemen, wijst op een sterke band met de originele filmklassieker. Filmklassiekers die onder dezelfde titel voor televisie opnieuw werden bewerkt, zijn o.a. *Brigadoon* (1954 en 1966), *Laura* (1944 en 1968), *Dr. Strangelove* (1964 en 1970), *All Quiet on the Western Front* (1930 en 1979), *Little Lord Fauntleroy* (1936, 1976 en 1980), *Dial M for Murder* (1954 en 1981), *Hobson's Choice* (1954 en 1983), *Suspicion* (1941 en 1987), *Bonnie and Clyde* (1967 en 1993) en *A Streetcar Named Desire* (1951 en 1995).

Deze twee voorbeelden tonen aan dat door verschuivingen in de verdeling van genres en hun remakes na te gaan, het mogelijk wordt om een beter zicht te krijgen op de evolutie van de filmindustrie in zijn algemeenheid: meer bepaald kan er worden nagegaan welke genres in welke periodes in een 'boom'-fase zitten of eerder in een 'bust'-fase zijn terechtgekomen.

2. Een tweede mogelijke verklaring voor het feit dat filmcritici vanaf de jaren '70 zijn beginnen wijzen op een overvloed aan remakes terwijl onze cijfers net het tegengestelde aantonen, verwijst naar het feit dat remakes in de recentere periodes op individuele basis een groter gewicht in de schaal legden dan in vroegere periodes, toen er relatief gezien meer remakes op de markt kwamen. Immers, waar in de jaren '30 74% uit de sample van remakes B-films waren (363 B-films tegenover 125 A-films) met weinig commerciële, publicitaire en kritische uitstraling, stellen we vast dat deze verhouding in de jaren '60 bijna volledig is omgedraaid. Nog slechts 34% (31 B-films tegenover 60 A-films) van de remakes in de jaren '60 kunnen als B-films bestempeld worden, het overgrote merendeel van remakes (66%) zijn dan volwaardige A-films.

Dit kan verder worden gerelateerd aan de inkrimping van de totale filmproductie vanaf het eind van de jaren '40, die werd veroorzaakt door een verandering in de filmmarkt en -industrie, waarbij volgende factoren van belang zijn (Balio, 1976; Izod, 1988; Wyatt, 1994): het dalende bioscoopbezoek als gevolg van de opkomst van de tv en andere vormen van vrijetijdsbesteding, de Paramount Decrees van mei 1948 dat de studio's verplichtte zich te ontdoen van hun theaterketens waardoor de afzet van hun producten/films niet meer was verzekerd, het instorten van het oude studiosysteem en zijn vervanging door een 'package-unit' systeem, en de opkomst van de 'blockbuster'. Bij deze inkrimping van de totale filmproductie moeten we rekening houden met de twee volgende factoren.

a) De inkrimping van de totale filmproductie had tot gevolg dat de filmproducenten hun risico's over een kleiner aantal producten moesten spreiden. Elke

film die binnen het 'package-unit' systeem werd geproduceerd, kreeg dan ook een veel groter belang dan in de vroegere periode het geval was, omdat de film een groter financieel risico met zich meebracht. Individuele films kregen zowel qua kwaliteit (de film moest zich meer dan vroeger op de markt kunnen verdedigen tegen andere producten en verkreeg dus al vlug de A-status) als qua kwantiteit (het totaal aantal producten op de markt was kleiner zodat de aandacht per individueel product toenam) meer aandacht van zowel producenten als consumenten/critici, wat zich o.a. heeft geuit in het ontstaan van de 'blockbuster'. Ook individuele remakes genoten op die manier van een grotere aandacht van zowel producenten als recensenten

b) Wyatt (1994) en Litwak (1994) wijzen erop dat de hogere risico's verbonden aan het 'package-unit' systeem bij de producenten allerhande andere technieken van risicobeperkend gedrag in het leven hebben geroepen, waarvan de belangrijkste is dat de voorkeur wordt gegeven aan onderwerpen waaraan een 'pre-sold-property' gekoppeld is; m.a.w. naast de remake worden andere vormen van herhalingen binnen de filmindustrie - zoals de sequel, de pastiche, de spin-off, de adaptatie - meer en meer aangemoedigd, waardoor het herhalingsprincipe in zijn algemeenheid sterker op de voorgrond treedt.<sup>7</sup> Brodie (1996: 1,85) b.v. stelt dat binnen de Hollywood filmstudio's van de jaren '90 een hiërarchie bestaat die aanduidt welke soort scenario's de studio's het liefst ontwikkelen: 1. een 'package' van een beroemd regisseur, acteur(s) en schrijver, 2. de adaptatie van een bestseller, 3. de markt van de zogenaamde 'spec scripts' (dit zijn scenario's die ontwikkeld werden buiten de studio's en die te koop worden aangeboden door een schrijver die niet aan een bepaalde studio is verbonden) en 4. de 'pitch' van een schrijver binnen de studio zelf. Nieuwe, originele scenario's komen slechts op de derde en vierde plaats. Binnen deze strategie wordt ook meer dan vroeger het 'pre-sold' karakter van een filmproject door producenten publicitair en promotioneel uitgebuit (Wyatt, 1994). Daar waar er in de jaren '30 en '40 heel wat 'vermomde' remakes waren (cf. infra), die zichzelf niet als remake presenteerden, spelen de recentere remakes veelal juist in op het feit dat ze een remake zijn, dat ze afkomstig zijn van een 'pre-sold property'.

Deze factoren wijzen erop dat de status van de remake binnen de filmindustrie is gestegen sinds de jaren '30 en '40, en dat de 'zichtbaarheid' van de remake aan de productionele zijde is verhoogd. Dit zou een mogelijke verklaring kunnen bieden voor de grotere aandacht voor de remake aan de kant van de filmcritici in periode van de jaren '70.

3. Een laatste mogelijke verklaring wijst ook op een toenemende 'zichtbaarheid' van de remake, maar nu aan de zijde van de filmcritici en het algemene filmpubliek. Filmcritici en het brede publiek zijn, meer dan vroeger het geval

was, in staat om een remake te (h)erkennen. Bij de afbakening van het remakeconcept hebben we er reeds op gewezen dat bij het herkennen van een remake een kennisprobleem een centrale rol speelt: filmhistorische kennis is noodzakelijk om aan een film een remake-statuuat te kunnen verlenen. Er kunnen minstens twee factoren worden aangehaald die erop wijzen dat de filmhistorische kennis en belangstelling bij filmcritici en het publiek is toegenomen.

a) De opkomst van een filmcultuur en -bewustzijn sinds de jaren '50 in eerste instantie vooral in Frankrijk en de Verenigde Staten: dit had als gevolg dat publicaties van filmhistorische/kritische boeken en tijdschriften jaar na jaar bleef toenemen, en dat filmstudies vanaf het einde van de jaren '60 binnen academische kringen werd aanvaard; m.a.w., filmhistorische kennis kreeg niet alleen een meer wetenschappelijke basis, deze kennis werd nu ook veel makkelijker consulteerbaar en veel beter verspreid.

b) Door de opkomst van de televisie maar vooral de 'home video' aan het eind van de jaren '70 kwamen er ook meer dan ooit kansen om oudere films zelf opnieuw te bekijken om zo de vergelijking, die bij het herkennen van een remake noodzakelijk is, te kunnen maken; m.a.w., niet alleen filmhistorische kennis werd meer toegankelijk, ook de films zelf.

## ■ DE REMAKEPRAKTIJK: EEN CONTEXTUELE ANALYSE

Deze vrij eenvoudige analyse van drie contextuele factoren verwijst naar de mogelijkheid om binnen de filmgeschiedschrijving gebruik te maken van het remakeconcept als een geheel eigen invalshoek op haar materie, de filmgeschiedenis. Deze mogelijkheid kan nog verder gedemonstreerd worden door de sample van Nowlan en Wright Nowlan verder te onderzoeken in het licht van drie contextuele factoren die van belang blijken te zijn voor de evolutie van de remakepraktijk, waardoor we meteen ook de mogelijkheid creëren om deze remakepraktijk historisch meer in kaart te brengen. De centrale idee hier is dat een verandering in de status-quo van de filminstitutie op zijn beurt een verandering in de remakepraktijk met zich meebrengt. De contextuele factoren die achtereenvolgens worden onderzocht, zijn: 1. veranderingen in de filmtechnologie, 2. veranderingen in de filmeconomie en de structuur van de filmmarkt, en 3. verschuivingen in de esthetische normen die de filmproductie op een bepaald historisch moment regeren. Deze contextuele factoren zijn geïnspireerd op de door Allen en Gomery (1985) onderscheiden subsystemen van de filmgeschiedenis.

## De remakepraktijk en filmtechnologie

Telkens er een grote technologische verschuiving binnen de filminstitutie plaatsvindt, kan een parallelle reactie binnen de remakepraktijk worden vastgesteld. Druxman (1975:15) stelt het zo: 'Possibly the best reason for redoing classic films is to adapt these vintage stories to new screen techniques that have been perfected since the originals were made.' Naarmate de verschuiving indringender en bruusker wordt, waardoor die meer gaat lijken op een echte breuk met het verleden, kan een toename van het aantal remakes worden vastgesteld. Films uit de periode van voor de breuk krijgen op die manier een 'behandeling' met de nieuwe technologie.

Het meest duidelijke voorbeeld van een dergelijke breuk binnen de filmgeschiedenis is de overgang van de stille film naar de geluidsfilm aan het eind van de jaren '20. Het grote aantal remakes van de jaren '30 is voor een groot deel toe te schrijven aan geluidsremakes van stille films van het decennium daarvoor: 333 remakes op een totaal van 488 (68%) uit onze sample voor deze periode zijn remakes van stille films. 237 van deze 333 (71%) situeert zich in de periode 1931-1935. Reeds in volle overgang van stille film naar geluidsfilm kan een duidelijke profilering van de nieuwe techniek in de remakepraktijk worden opgemeten: onze sample vermeldt binnen de periode 1928-1929 alleen al 39 geluidsremakes van stille films. De komst van het geluid had een dermate grote impact dat heel wat recente stille films na 1927 onmiddellijk een nieuwe geluidsversie kregen: *The Cradle Snatchers* uit 1927 kreeg reeds in 1929 een geluidsremake onder de titel *Why Leave Home?*. Andere voorbeelden zijn: *Drifting* (1923) en *Shanghai Lady* (1929); *The Family Upstairs* (1926) en *Harmony at Home* (1929); *The Fighting Coward* (1924) en *River of Romance* (1929). Taylor (1931:11,26) blokletterde in *Variety* van 21 januari 1931 het volgende: 'Studios on the Remake: 120 Silents into Sound Since '28: Necessary Because of Material Shortage - Public Seems Split on Acceptance - Best Time for Revival After 7 Years' Lapse - Under Four Years Is Poison - 12 Now into Work'. In een tabel vermeldt hij 134 remakes van stille films sinds 1928, waarvan 25 met een andere titel en 68 bij een andere studio.

Druxman (1975:15) stelt bovendien dat de komst van het geluid ook nog een uitgesteld effect had, waardoor het aantal remakes in de jaren '30 en '40 op een hoog peil bleef:

Later, when the sound process was perfected to give voices more clarity and allow the camera more fluidity, the studios remade some of their early talkies. Over at the Warner lot, Edmund Goulding directed a 1938 version of *The Dawn Patrol* starring Errol Flynn - almost an exact duplicate of Howard Hawks' original picture with Richard Barthlemess, shot in 1930.

De komst van het geluid had ook nog een tweede gevolg: de taal werd nu een barrière die het internationale karakter van de stille film teniet deed. Naast het tegelijk produceren van verschillende taalversies van dezelfde films, hanteerde Hollywood in de jaren '30 ook nog een andere strategie: de Amerikaanse remake van niet-Engelstalige Europese films vindt in deze periode zijn oorsprong. Het meest bekende voorbeeld hier is *Pépé-le-Moko* (1937, Frankrijk) en zijn Amerikaanse remake *Algiers* (1938, United Artists). Andere voorbeelden zijn: *L'équipage* (1935, Frankrijk) en *The Woman I Love* (1937, RKO); *Acht Maedels im Boot* (1932, Duitsland) en *Eight Girls in a Boat* (1934, Paramount); *Emil und die Detektive* (1931, Duitsland) en *Emil and the Detectives* (1935, Universal); *Fanny* (1932, Frankrijk) en *Port of Seven Seas* (1938, MGM); *Le mioche* (1938, Frankrijk) en *Forty Little Mothers* (1940, MGM). Een bijkomende verklarende context voor dit feit is de grote emigratiegolf van Europees talent naar Hollywood in deze periode (Vincendeau & Garncarz, 1995:127-129).

Naast de komst van het geluid kunnen nog andere technologische verschuivingen worden aangeduid die duidelijke sporen in de remakepraktijk hebben achtergelaten: nieuwe belichtingstechnieken en snellere films in de jaren 1915-1920 (Bordwell et al., 1994:243-261); het toenemende belang van de kleurenfilm vanaf het eind van de jaren '40; de komst van nieuwe beeldformaten, vooral cinemascope, in de jaren '50 (Scheuer, 1954:24); de steeds verdere ontwikkeling van 'special effects', vooral in digitale vorm via allerlei computertechnieken, in het bijzonder de zogenaamde 'Computer Generated Images' (CGI), vanaf het eind van de jaren '70.

De doorbraak van de kleurenfilm in combinatie met de cinemascopeformaten hebben b.v. een duidelijk effect in de jaren '50. Het is in deze periode dat de A-film (130 is 61%) voor het eerst beter vertegenwoordigd is dan de B-film (83 is 39%). In deze periode kan immers een groot aandeel van de remakes op conto worden geschreven van deze nieuwe technieken, die werden gebruikt om oude A-films een nieuwe 'behandeling' te geven. Vooral de epische genres hadden baat bij een dergelijke nieuwe behandeling. *Daily Variety* stelt op 1 november 1953 vast dat 'the current trend is remaking old epics with 6 majors remaking 14 epics at this moment.' Deze trend zou een voorbode worden van de latere 'blockbusters'. Voor het eerst stellen we ook vast dat deze remakes zichzelf meer uitdrukkelijk gaan presenteren als remakes, een feit dat ook aan contemporaine critici niet is voorbijgegaan: 'Where Hollywood was once cautious about admitting it was remaking old movies, it is now doing so quite extensively and unashamedly, in most cases even using the original titles.' (X, *New York Times Magazine*, 20 juli 1952:22-23)

Deze trend om A-films bewust te hernemen en aan te passen aan de nieuwe technieken van de kleurenfilm en 'cinemascope'-formaten, kwam het meest



Twee versies van hetzelfde fragment uit *The man who knew too much* van Hitchcock



uit 1934



uit 1956

duidelijk naar voor in de zogenaamde auto-remakes van deze periode, waarin een regisseur een vroeger succes opnieuw behandelde in het kader van de nieuwe technieken. Het meest bekende voorbeeld hier is Alfred Hitchcock en diens twee versies van *The Man Who Knew Too Much* (1934 en 1956). Andere voorbeelden zijn: Howard Hawks (*Ball of Fire* 1941 en *A Song Is Born* 1948), Leo McCarey (*Love Affair* 1939 en *An Affair to Remember* 1957); Cecil B. De Mille (*The Ten Commandments* 1923 en 1956), John Farrow (*Five Came Back* 1939 en *Back from Eternity* 1956) en Frank Capra (*Broadway Bill* 1934 en *Riding High* 1950, *Lady for a Day* 1933 en *Pocketful of Miracles* 1961).

## De remakepraktijk en filmeconomie

Veranderingen op filmeconomisch vlak, en dan met name qua structuur en organisatie van de filmmarkt, hebben eveneens een effect op de remakepraktijk. We hebben reeds aangetoond hoe de verschuivingen in de filmmarkt vanaf de jaren '40 een invloed hebben gehad op een vermindering van het aantal remakes, waarbij nog de kanttekening kan worden gemaakt dat er een verschuiving meetbaar is van B-remakes naar A-remakes. De economische structuur van Hollywood in de jaren '30 en '40 en de toenmalige organisatie van de filmmarkt kunnen op hun beurt gebruikt worden om de hoge aantallen remakes, en dan met name de B-remakes, van deze periode in een context te plaatsen. De grote vraag naar producten/films in deze periode - de wekelijkse bezoekersaantallen van de bioscoop zijn nooit hoger geweest dan in deze periode,<sup>8</sup> en de 'double bill' (voor de prijs van een ticket kreeg men twee 'features', een 'cartoon' en een filmjournaal) die in de jaren '30 werd ingevoerd als remedie tegen de teruglopende bedrijfsresultaten van de studio's ten gevolge van de depressie, werd pas aan het eind van de jaren '50 afgevoerd (Cook 1990:317-318) - samen met het feit dat de grote studio's rechtstreeks toegang hadden tot de markt via hun eigen theaters, had niet alleen tot gevolg dat de jaarlijkse filmproductie zeer hoog lag<sup>9</sup> (cf. supra tabel 1), maar ook dat de studio's gedwongen waren om op regelmatige basis vroeger gebruikt materiaal te 'recycleren' om aan de hoge vraag te kunnen blijven voldoen. De titel van een artikel uit *The Hollywood Reporter* van 29 juli 1954 spreekt in dit verband boekdelen: 'Remakes Are on the Increase. Acute Scarcity in New Yarns Spins Re-Filming of Top Hits of the Past':

Film story editors point out that, with less than 10 stage hits and about a dozen best-selling novels turned out annually that can be adapted to the screen, and with the increased competition from tv for story material from all sources, the best field for film stories today is the studio's own vaults

containing proved box office attractions of the past. (X, *The Hollywood Reporter*, 29 juli 1954:11)

Dit recycleren van reeds gebruikt materiaal gebeurde via verschillende strategieën: er waren film serials,<sup>10</sup> filmseries,<sup>11</sup> sequels en remakes. Met name de remakes waren bijzonder aantrekkelijk voor de studio's.

There is security in a good story, even though it has been done before, and as long as the studios have rights on a serviceable story, it will show up again and again for economic reason. Most mature movie fans remember the days when Warner Brothers used to re-make all its standard stories every seven years or so without any complaint from viewers. The scarcity of fresh new stories of top merit and the studios' averseness to new and untried material will keep remakes with us as long as there are projectors to show them and audiences to watch them. (Limbacher, 1971:5)

Remakes waren interessant voor de studio's daar ze reeds beschikten over een goed verhaal waarvan de rechten niet meer moesten verkregen worden en dat in alle vrijheid kon worden geadapteerd. Eénmaal een studio de adaptatierechten op een verhaal had verworven, kon het immers niet alleen het verhaal verschillende malen opnieuw gebruiken als basis voor een film (mits eventuele vergoeding), maar kon men ook telkens wat men ook maar wilde van het verhaal opnieuw gebruiken: niet alleen de plot, maar ook personages, settings, scènes of zelfs dialogen konden apart opnieuw gebruikt worden (Leitch, 1990: 139). Davis (1993:176) geeft hiervan een extreem voorbeeld:

Westerns were recycled most often, sometimes every two or three years. Paramount in the early days had an agreement with novelist Zane Grey that the studio could rework his stories as many times that they liked, so long as they paid the author \$12,500 every time they did.

De meeste van deze remakes waren B-films die goedkoop geproduceerd moesten worden. Eenzelfde verhaal kon op zeer regelmatige wijze opnieuw gebruikt worden voor een nieuwe film. Deze praktijk gaf aanleiding tot heel wat 'vermomde' remakes daar door de producenten alle moeite werd gedaan om het remake-statuuut van de film te verbloemen: o.a. door het geven van een andere titel en/of door een verandering van setting te introduceren zoals b.v. blijkt bij de film *Singapore* (1947), die door dezelfde studio, Universal, in 1957 opnieuw werd gemaakt onder de titel *Istanbul*. Vooral Warner Brothers stond bekend omwille van deze praktijken:

Bryan Foy, head of the B picture unit at Warner Bros., kept a stack of scripts on his desk. Whenever a writer was stuck for an idea, Foy would reach under the pile and pull one off the bottom. 'This is about horse racing', he told Ring Lardner, Jr. 'Maybe we could make it about automobile racing.' (Davis, 1993:176)

Ook de andere studio's recycleerden op regelmatige wijze hun eigen materiaal, zodat Nowlan en Wright Nowlan (1989:404) veelvuldig kunnen verwijzen naar bepaalde remakes als 'the usual B remake of a studio property'.<sup>12</sup> Vele veranderingen die in dergelijke vermomde remakes te zien zijn, kunnen worden toegeschreven aan elementen die uit de actualiteit werden gehaald: de avonturenfilm *The Green Goddess* (1930, Warner) kreeg in zijn remake *Adventures in Iraq* (1943, Warner) een actueel element mee: de boeven uit het origineel verhaal werden in de remake omgevormd tot 'Nazi-Arabieren' (!!); de originele versie van *Friendly Enemies* (1925, United Artists) speelt zich af in Wereldoorlog I, de remake met dezelfde titel (1942, United Artists) in Wereldoorlog II.

## De remakepraktijk en filmesthetiek

Een laatste factor die de aard van de remakepraktijk mee bepaalt, bestaat uit de esthetisch dominante filmpraktijk die een bepaalde periode kenmerkt. Alweer is het mogelijk om vanuit het standpunt van de remakepraktijk te kijken naar de filmgeschiedenis in zijn totaliteit.

Zo is het mogelijk om de populaire genres van een bepaalde periode af te leiden uit de remakes van diezelfde periode. Wanneer in de tweede helft van de jaren '30 de screwball comedy het dominante genre van Hollywood is (cf. Van den Vonder, 1991; Byrge & Miller, 1991), vertaalt zich dat in een relatief groot aantal remakes binnen dit genre, ook van filmische originelen die niet tot het genre worden gerekend: *The Gilded Lily*, een melodrama uit 1921 werd in 1935 onder dezelfde titel een screwball comedy. Andere screwball remakes, al dan niet van screwball originelen, zijn: *The Awful Truth* (1929, Pathe en 1937, Columbia), *Holiday* (1930, Pathe en 1938, Columbia), *What a Man* (1930, Sono-Art Productions) en *Merrily We Live* (1938, MGM) en *The Front Page* (1931, United Artists) en *His Girl Friday* (Columbia, 1940).

Hetzelfde fenomeen kan worden vastgesteld in de jaren '40 voor de film noir (*The Glass Key* uit 1935 en 1942; *The Maltese Falcon* uit 1931 en 1941 en tussendoor als *Satan Met a Lady* uit 1936) en vooral voor de jaren '40 en '50 voor de musical. Wat dit laatste betreft, kan worden vastgesteld dat in deze periode heel wat niet-musicals opnieuw in productie kwamen als musicals, wat de dominantie van dit genre voor de betreffende periode uitstekend demonstreert. Binnen onze sample kunnen er voor de periode 1941-1960 56

musical remakes worden genoteerd, wat 11% van de totale remakes binnen onze sample voor deze periode betekent. Dit is een buitengewoon hoog cijfer, zeker indien er rekening wordt gehouden met het feit dat geen enkele van deze 56 musical remakes gebaseerd is op een musical origineel (cf. supra: de musical is niet in de sample opgenomen als filmisch origineel, enkel als remake van een niet-musical).

Niet alleen dominante genres kunnen worden gedetecteerd met de remake, ook modeverschijnselen of kortstondige trends zoals de opkomst van een 'black (exploitation) cinema' aan het begin van de jaren '70 (Bogle, 1994:231-266) zien zich weerspiegeld in de remakepraktijk van die periode. Voorbeelden van 'zwarte versies' uit deze periode zijn: *Uptight* (1968, Paramount) gebaseerd op *The Informer* (RKO, 1935), *The Lost Man* (1969, Universal), gebaseerd op *Odd Man Out* (1947, Rank/Universal), *Hit Man* (1972, MGM) gebaseerd op *Get Carter* (1971, MGM) en *Cool Breeze* (1972, MGM) gebaseerd op *The Asphalt Jungle* (1950, MGM). De explosie van deze trend aan het begin van de jaren '70 leidde *Daily Variety* ertoe de volgende vraag te stellen: 'It makes one wonder if there will soon be two films, made and released simultaneously, one tailored for the black market and the other for the general market.' (X, *Daily Variety*, 29 december 1972:5) Aan dit modeverschijnsel van 'zwarte versies' kwam in 1978 een abrupt einde met het floppen van *The Wiz*, de zwarte remake van *The Wizard of Oz*.

## De remakepraktijk en actualiteit

Er is een concept dat als een rode draad door deze drie contextuele factoren loopt: de term actualiteit. Bazin (1951:52-56, 1952:48-54) vergelijkt film in dit opzicht met journalistiek waarbij het spreekwoord geldt 'who wants yesterday's papers': 'le film est, lui aussi, psychologiquement tributaire de son actualité' (Bazin, 1951:53). Telkens wanneer er een verandering merkbaar is binnen de drie contexten zoals ze hierboven zijn beschreven, zien we een reactie op het vlak van de remake daar de verandering in kwestie de vorige filmversie niet meer actueel maakt. Vandaar dat volgens Bazin (1951:53) 'on se borne pas à remettre l'original en circulation, on refait le film.' Zelden wordt een film waaraan door producenten nog commerciële waarde wordt toegeschreven, opnieuw in circulatie gebracht, wat duidelijk blijkt uit het feit dat de studio's zo weinig oog hebben voor de originele negatieven in hun 'film libraries'. Conservering van oude films gebeurt zelden binnen de studio's zelf, omdat deze de (commerciële) waarde van deze originelen laag inschatten (Ebert & Siskel, 1991). Producenten kiezen meestal om de film opnieuw te maken in plaats van de oude film opnieuw uit te brengen, ondanks het feit dat dit een veel hogere productiekost met zich meebrengt. Zelfs de buitengewoon

succesvolle 're-release' van de *Star Wars*-trilogie in 1996-1997 zal volgens Klady (1997:9,12) weinig aan deze situatie veranderen.

Routinely about a dozen pictures (excluding Disney animated titles), are recycled annually. (...) Even with Disney factored into the equation, reissues account for less than 2% of the big picture. No one's going to make a serious case for retreads as a major factor in the industry. (...) Given the limited funds and sad shape of archives and labs, it literally takes two years from conception to execution to get an old picture overhauled. (...) The raiders of the vault won't be coming to the industry's rescue. It's a lot of time and energy for modest returns. *Star Wars* is a wonderful fluke and not a pathway to the millennium.

Bazin (1952:49) heeft zelf het technologische aspect van het concept actualiteit het meest uitgewerkt.

Depuis le film sans montage de Lumière à *Citizen Kane*, le cinéma n'a cessé de voir diminuer ses infirmités techniques; en 1925 un film muet donnait l'impression parfaite de la réalité, en 1936 son silence était une convention que l'on ne pouvait accepter que volontairement.

Allen (1995:112-113) verklaart deze drang naar actualiteit aan de hand van verwachtingen die kijkers ten opzichte van een medium bezitten en die hen in staat stellen om de representaties binnen het medium te ervaren als een 'projective illusion', de dominante wijze waarop kijkers een film (willen) ervaren. Hij verklaart de grote aandacht voor de rol van filmtechnologie in het dateringsproces van een film door de stelling te verdedigen dat film een medium is waarin het dateringsproces niet alleen door de inhoud maar ook door de technologie wordt bepaald:

When her expectations of what the medium should afford are let down, the spectator becomes medium aware in the sense that undermines the experience of projective illusion. Of course, with the advent of sound in the cinema a threshold was introduced: the presence - or rather, the expectation - of profilmically motivated sound. A similar argument applies to color. Indeed, in this respect the cinema dramatizes the historical character of projective illusion in a way that no other medium does. A film may appear dated in a manner that is not dependent on its content but upon its technology. The spectator interested in film primarily for the experience of projective illusion is interested largely in current cinema, which provides, so to speak, the latest model. A silent or black and white film seems old-fashioned in the manner that an old car appears out of date.

Niet alleen de remakepraktijk wordt door een dergelijke invulling van het begrip actualiteit beheerst, ook andere filmische fenomenen beantwoorden aan dit begrip. Het meest bekende fenomeen naast de remake dat aan het begrip actualiteit beantwoordt, is de praktijk van het inkleuren van zwart-wit films.

## ■ DE REMAKEPRAKTIJK IN DE STILLE FILMPERIODE

De analyse tot nu toe heeft weinig of geen rekening gehouden met de stille filmperiode. Uit de cijfers van onze sample zou kunnen worden afgeleid dat de remakepraktijk in deze periode in de marge van de filminstitutie stond. Niets is minder waar. Zo vermeldt Gifford (1991) alleen al voor de periode 1896-1915 ongeveer 2.000 literaire bronnen van films, terwijl het totaal aantal literaire filmadaptaties in diezelfde periode rond de 3.000 zou liggen. Dit betekent dat voor de opgegeven periode het aantal remakes van films gebaseerd op een literair werk rond de 1.000 zou liggen, immers 'many of the more popular or familiar titles were remade several times during our periode.' (Gifford, 1991:vii) Voorbeelden van dergelijke titels zijn trouwens veelvuldig aanwezig: het populaire kortverhaal 'Rip Van Winkle' van auteur Washington Irving werd tussen oktober 1896 en oktober 1915 17 maal op het witte doek gebracht door 16 verschillende productiemaatschappijen. Indien er dan al kan worden gesproken van een gouden periode van de remake, dan is het wel deze periode die hiervoor in aanmerking komt.

Alweer dient men bij de interpretatie van dergelijke cijfers rekening te houden met een aantal contextuele factoren van technologische, economische en esthetische aard, die duidelijk maken dat de remakepraktijk in deze periode van een andere aard is dan in de andere periodes. Hierbij kan verwezen worden naar Protopopoff (1989:15), die stelt dat 'à ses débuts, le remake s'assumait comme tel, et l'on parlait de "nouvelle version", acceptée par le public et la critique comme la reprise fidèle d'un film.' Aan de hand van Musser (1991a, 1991b), die de Amerikaanse cinema van de periode 1895-1907 heeft onderzocht en die wel de term remake hanteert, kan deze stelling nu beter in zijn context worden geplaatst. Er kunnen met name twee contextuele factoren worden aangeduid die de remakepraktijk in deze periode hebben bepaald: 1. een economisch-juridische context en 2. een esthetische context.

### **De remakepraktijk in de 'primitieve periode': een economische context**

Wat in de periode tot 1907 onmiddellijk opvalt, is dat het gros van de remakes van deze periode door andere productiemaatschappijen zijn gemaakt dan de maatschappij die het origineel maakte, net het tegenovergestelde van de situa-

tie vanaf de jaren '20 en '30, waar een 'property' binnen de studio bleef (cf. supra). Zo vermeldt Musser (1991b) in zijn monografie over de Edison Manufacturing Company een lijst van remakes die de maatschappij produceerde naar aanleiding van films geproduceerd door Biograph, Lubin, Lumière, Pathé, Paul, Smith en Williamson. Contextuele elementen die hiervoor een verklaring kunnen bieden, zijn het productiesysteem van deze periode, de juridisch niet streng gereguleerde jonge filmindustrie en de wijze van distributie van films.

Een eerste element houdt in dat in deze periode aan productionele zijde zeer weinig specialisatie heerste tussen de verschillende productiemaatschappijen (Musser, 1991a:6). Dit betekende dat een uitwisseling van onderwerpen en thema's tussen de verschillende maatschappijen zeer vlot kon verlopen. Wanneer in een latere fase een hiërarchische structuur binnen de productiemaatschappijen wordt ingevoerd, kan niet alleen meer specialisatie worden vastgesteld bij de werknemers van een productiemaatschappij, maar ontstaat er ook meer specialisatie in de productie tussen de verschillende maatschappijen onderling (o.a. Cook, 1990:208-211).

Een tweede element betreft de weinig gestructureerde filmindustrie die vanaf 1896 van de grond kwam. Niet alleen ontstonden er heel wat 'piraten'-maatschappijen, die zich niets aantrokken van patentrechten, ook de vage omschrijving van het copyright werkte bevorderend voor de remakepraktijk. In 1896 werd door productiemaatschappijen zelden of nooit copyright aangevraagd, waardoor het volkomen legaal was voor een andere producent om een succesvolle film van een rivaal te 'dupen', te dupliceren, en zo in zijn eigen distributiepakket op te nemen. Voor een bedrijf zoals de Columbia Phonograph Company, dat zelf niet over een camera beschikte, was dit overigens de enige manier om op de markt te kunnen komen (Musser, 1991a:164). Het was de Edison Manufacturing Company die op 23 oktober 1896 voor het eerst copyright aanvraagde voor een film, *Feeding the Doves* (Musser, 1991a:164). Hiermee werd de praktijk van het 'dupen' buiten de wet gesteld, wat aanleiding gaf tot een explosie van remakes van populaire titels, daar het copyright in deze periode enkel het fotografische beeld van de film beschermde, niet het onderwerp of het verhaal. Zo had de Biograph Company in 1904 een grote hit met de film *Personal*. Toen de Edison Manufacturing Company faalde om een kopie van de film in handen te krijgen, besloot de maatschappij een remake van de film te produceren onder de titel *How a French Nobleman Got a Wife Through the New York 'Herald' Personal Columns*, waarvan binnen de 6 maanden 71 kopieën werden verkocht, waardoor het de meest verkochte Edison film van dat jaar werd. Toen Biograph de Edison Company voor de rechter daagde wegens inbreuk van copyright, verloor het tot twee maal toe de zaak (Musser, 1991a:386). Dergelijke remakes waren doorgaans zoveel moge-



lijk exacte kopieën van de originele films, waarmee ze meestal rechtstreeks concurreerden op de markt. Een productiemaatschappij zoals Lubin veroverde zo via remakes van populaire titels zijn eigen plaats op de filmmarkt (Musser, 1991a:393-394). De strategie die Lubin hierbij toepaste, bestond erin om het originele zo dicht mogelijk te benaderen maar wel goedkoper te produceren, waardoor hij de film ook goedkoper kon aanbieden dan zijn rivalen. Zo kan verwezen worden naar het voorbeeld van de remake van *The Great Train Robbery* (1902, Edison) door Lubin in juni 1904. Door het aantal frames per seconde te verminderen, was de remake niet alleen korter (740 feet t.o.v. 600 feet) maar ook goedkoper: Lubin kon zijn versie op de markt brengen voor \$66, Edison bracht zijn origineel op de markt voor \$110.

Dit werd tenslotte allemaal in de hand gewerkt door het distributiesysteem van de films. Vele productiemaatschappijen - de belangrijkste hiervan waren de Edison Manufacturing Company en de Vitascope Company - uit deze beginperiode verkochten niet alleen filmkopieën aan exploitanten, maar ook de noodzakelijk 'hardware' om deze 'software' te kunnen afspelen. De productiemaatschappijen verkochten hun films doorgaans dan ook alleen maar aan exploitanten die hun projector hadden afgenomen. Een succesvolle film van een bepaalde productiemaatschappij bereikte dan ook maar een beperkt aantal exploitanten, zodat de vraag naar deze films bij andere exploitanten bleef bestaan (Musser, 1991a:164).

### **De remakepraktijk in de 'primitieve periode': een esthetische context**

Naast deze economische factoren is echter ook de esthetische context van belang voor deze periode. Het nieuwe medium film had nog slechts weinig kansen gehad om aan codevorming te doen, zodat Musser (1991a:2) dan ook kan stellen dat 'its representational system could *not* present a complex, unfamiliar narrative capable of being readily understood irrespective of exhibition circumstances or the spectators' specific cultural knowledge.' Heel wat elementen werden daarom geleend van de andere kunsten. Het representatiesysteem waarvan in deze periode gebruik werd gemaakt, wordt door Musser (1991a:3) 'presentational' genoemd, een stijl die werd geleend van het theater. Deze 'presentational'-benadering van de filmesthetiek had ook effecten op naratief vlak, die het herhalingsmechanisme van de remake sterk benaderden:

Many narratives were highly conventionalized and operated within genres far narrower than those found in later cinema. The bad-boy and fire-rescue genres are only two examples. The spectator knows that the bad boys will engage in a series of humorous, mischievous acts; only the specific form of their mischief is in doubt. In other instances, as Noël Burch points out,

stories were not told 'as if for the first time' insofar as they were assumed to be a part of the viewers' previous knowledge. (Musser, 1991a:4-5)

Deze 'narrow' genres en de veronderstelde 'previous knowledge' bij de kijker werkten herhalingen sterk in de hand. De 'previous knowledge' kon bovendien ook van filmische aard zijn, wat verbonden kan worden met onze definitie van het remakebegrip (cf. supra), waarin filmhistorische kennis ook van belang is. De herhaling die hier zo prominent naar voor wordt geschoven, schijnt als een soort code te fungeren die het voor de toeschouwer mogelijk maakt om de boodschap, de film en zijn narratief parcours, te begrijpen. Het 'primitieve' karakter van de vroege cinema - d.i. het weinig uitgebouwde filmische code-systeem waarmee een filmisch verhaal kan worden verteld - leidt dus niet alleen tot het lenen van elementen uit andere kunsten, maar ook tot het lenen van elementen uit andere films. Neoformalistische studies verwijzen in dit verband naar de grote rol die processen van standaardisatie en differentiatie hebben gespeeld in het totstandkomen van filmische conventies (Staiger, 1994).

## ■ BESLUIT

De sterke nadruk op allerlei vormen van herhaling binnen de 'primitieve' cinema wijst op de rol die het herhalingsprincipe kan opeisen in het totstandkomen van de conventies en codes van de moderne filmtaal. Alleen al deze vaststelling is voldoende om te wijzen op het belang van de remakepraktijk, beheerst als deze is door een herhalingsprincipe, in de filmgeschiedenis en de filmgeschiedschrijving. Onze kwantitatieve en contextuele analyse heeft echter nog meer resultaten opgeleverd. In de inleiding stelden we onszelf het doel om het belang van de remake als filmhistorisch onderzoeksobject op drie niveaus te verduidelijken. Terwijl de kwantitatieve analyse duidelijk heeft gemaakt dat de remakepraktijk wel degelijk een meer dan marginale plaats in de filminstitutie kan opeisen, hebben we daarnaast vooral aandacht geschonken aan een contextuele analyse waarmee we de stelling konden illustreren dat de remakepraktijk een model is van de filmgeschiedenis en een middel kan zijn om aan filmgeschiedschrijving te doen. Ons eigen stukje filmgeschiedschrijving maakt meteen ook duidelijk dat de klassieke inzichten rond de remakepraktijk, zoals beschreven in de inleiding, niet meer houdbaar zijn.

## NOTEN

- 1 Meer over het verschil tussen de klassieke en revisionistische filmgeschiedschrijving is te vinden bij Hommel (1991). Het filmhistoriografisch basiswerk van de revisionistische filmgeschiedschrijving is van Allen en Gomery (1985).

- 2 Volgens Metz (1977:16-17) kunnen bepaalde 'régimes' in een paradigmatische reeks worden geplaatst waarbinnen verschillende 'régimes' elkaar aan de grenzen kunnen overlappen. Dit biedt meteen een verklaring voor bepaalde grensgevallen. Zo is de grens tussen de remake en de sequel soms erg vaag: zo vertonen *Evil Dead II* (1987, Sam Raimi) en *Desperado* (1994, Robert Rodriguez) zowel kenmerken van de remake als van de sequel. De consensus beschouwt hen beide als sequels. Ook de grens tussen de remake en de adaptatie is eerder vaag, ook al omdat de remake kan worden beschouwd als een speciale vorm van adaptatie.
- 3 Belangrijk is te onthouden dat het hier gaat om een consensus die in de loop van de tijd kan veranderen: een film die nu buiten de consensus valt, kan in de toekomst in de kern worden opgenomen.
- 4 Deze cijfers zijn afkomstig van Finler (1988:484-487). Ook deze cijfers illustreren hoe de periode van de stille film, en dan met name de periode van de zogenaamde 'primitieve cinema', filmhistorisch moeilijk ligt. Cijfermateriaal voor de eerste twee decennia van de filmgeschiedenis zijn moeilijk te achterhalen.
- 5 Bij de berekening van dit percentage hebben we de 9 en 64 remakes uit de eerste twee decennia niet meegerekend.
- 6 Dit hebben ze helaas tot op heden nog niet gedaan.
- 7 Problematisch hierbij is dat binnen het klassieke filmkritische discours deze verschillende toepassingen van het herhalingsprincipe binnen de filmindustrie op een hoop worden gegooid zonder een onderscheid te maken in de verschillen tussen deze toepassingen. Exemplarisch is de titel van het artikel van Silverman (1978) *Hollywood Cloning: Sequels, Prequels, Remakes, and Spin-Offs*.
- 8 Het jaar 1946 staat bekend als Hollywoods meest succesvolle jaar: er gingen wekelijks naar schatting 100 miljoen Amerikanen naar de bioscoop, d.i. twee derde van de toenmalige bevolking.
- 9 Er kunnen nog andere economische factoren worden aangeduid die de hoge productieaantallen in deze periode mee verklaren: o.a. het studiosysteem met zijn vaste contracten bracht met zich mee dat het vast personeel (schrijvers, regisseurs, acteurs, technisch personeel, ...) zoveel mogelijk aan het werk moest blijven, terwijl het systeem van 'block booking' een bijkomende zekerheid van afzet garandeerde.
- 10 Voorbeelden zijn: *Superman* (1948, Columbia), *Flash Gordon* (1936, Universal), *Tarzan, the Fearless* (1933, Universal). Tussen 1929 en 1950 werden er in totaal 231 geluidsserials geproduceerd van 10 tot 15 hoofdstukken. Cf. Jackson (1995) en Schutz (1992).
- 11 De filmserie is een geheel van films waarin wel dezelfde personages worden gevolgd, maar die elk afzonderlijk kunnen worden bekeken, daar elk een afgerond verhaal verteld. Voorbeelden zijn: de Andy Hardy reeks (van 1937 tot 1946, MGM), de Thin Man reeks (van 1934 tot 1947, MGM), de Maisie reeks (van 1939 tot 1947, MGM), de Henry Aldrich reeks (van 1939 tot 1944, Paramount). Daar waar alle serials B-films waren, zijn sommige films uit een filmserie geproduceerd als A-films.

12 Voorbeelden van andere studio's zijn: Paramount (de avonturenfilm *The Lives of a Bengal Lancer* uit 1935 werd in 1939 de western *Geronimo*; *The Fleet's In* uit 1928 werd *Lady Be Careful* in 1936, opnieuw *The Fleet's In* in 1942 en *Sailor Beware* in 1951); RKO (*Laddie* in 1935 en 1940); Twentieth Century-Fox (*Love Is News* uit 1937 werd *Sweet Rosie O'Grady* in 1943 en *That Wonderful Urge* in 1948). Toch is het niet onterecht om Warner Brothers speciaal te vermelden voor deze praktijk: *Tiger Shark* uit 1932 werd achtereenvolgens *Bengal Tiger* (1936), *Slim* (1937), *King of the Lumberjacks* (1940) en *Manpower* (1941). Ook Druxman (1975:13) maakt een speciale vermelding voor het geval Warner Brothers: 'Warner Brothers was constantly switching their old stories around. *Hi, Nellie*, a 1934 light-weight newspaper yarn starring Paul Muni, became *Love Is on the Air* with Ronald Reagan in 1937, *You Can't Escape Forever* with George Brent in 1942, and as late as 1949 was utilized as *The House Across the Street* starring Wayne Morris'. Druxman (1975:13) geeft ook een speciale vermelding aan Twentieth Century Fox en Darryl Zanuck: 'Blessed with an astute sense for good story construction, the studio head rationalized that, if a plot worked well once, it would probably do so again. Zanuck found that the 'old switcheroo' was a good way to supply all his musical talent - Alice Faye and the Misses Grable and Haver - with stories for their films'.

#### LITERATUURLIJST

- Allen, R. (1995) *Projecting Illusion: Film Spectatorship and the Impression of Reality*. Cambridge: Cambridge University Press
- Allen, R.C. & Gomery, D. (1985) *Film History: Theory and Practice*. New York: Knopf.
- Balio, T. (ed.) (1976) *The American Film Industry*. Madison: The University of Wisconsin Press.
- Bazin, A. (1951) 'A Propos des Reprises', *Cahiers du Cinéma*, 1(5):52-56.
- Bazin, A. (1952) 'Remake USA', *Cahiers du Cinéma*, 2(11):48-54.
- Bogle, D. (1994) *Toms, Coons, Mulattoes, Mammies, & Bucks. An Interpretive History of Blacks in American Films*. New York: Continuum.
- Bordwell, D. et al. (1994) *The Classical Hollywood Cinema. Film Style & Mode of Production to 1960*. London: Routledge.
- Brodie, J. (1996) 'Tales from the Script. High-Pressure Spec Sales Frazzle but Dazzle Execs', *Variety*, 31 maart:1, 85.
- Byrge, D. & Miller, R.M. (eds.) (1991) *The Screwball Comedy Films. A History and Filmography*. London: St. James Press.
- Cattrysse, P. (1992) *Pour une Théorie de l'Adaptation Filmique. Le Film Noir Américain*. Bern: Peter Lang.
- Cattrysse, P. (1994) 'The Unbearable Lightness of Being: Een Andere Kijk op de Filmadaptatie', *Communicatie*, 24(1):17-31.
- Cherchi Usai, P. (1994) *Burning Passions. An Introduction to the Study of Silent Cinema*. London: BFI.

- Clarens, C. (1983) 'Ten Great Originals: Accept no Substitutes. Most Remakes Can't Touch the Real Thing', *American Film*, 13(12): 14-16.
- Cook, D.A. (1990) *A History of Narrative Film*. New York: Norton.
- Davis, R.L. (1993) *The Glamour Factory. Inside Hollywood's Big Studio System*. Dallas: Southern Methodist University Press.
- Druxman, M.B. (1975) *Make It Again, Sam. A Survey of Movie Remakes*. New York: A.S. Barnes and Company.
- Ebert, R. & Siskel, G. (1991) *The Future of the Movies: Interviews with Martin Scorsese, Steven Spielberg, and George Lucas*. Kansas City: Andrews and McMeel.
- Finler, J.W. (1992) *The Hollywood Story. Everything You Ever Wanted to Know About the American Movie Business*. London: Mandarin.
- Gifford, D. (1991) *Books and Plays in Films 1896-1915. Literary, Theatrical and Artistic Sources of the First Twenty Years of Motion Pictures*. London: McFarland.
- Gold, R. (1990) 'Remakes Offer High Hopes for Low Risks', *Variety*, 22 oktober: 2, 56.
- Harvey, S. (1980) 'Can't Stop the Remakes', *Film Comment*, 8(4): 50-53.
- Hickey, T. (1978) 'Make It Again, Sam (or June, or Susan, or Kim, or Mike - or anyone)', *Film Directors*, 2(5): 18-20.
- Hommel, M. (1991) 'Filmgeschiedschrijving', pp. 119-164 in P. Bosma (ed.) *Filmkunde. Een Inleiding*. Heerlen: SUN.
- Izod, J. (1988) *Hollywood and the Box Office, 1895-1986*. New York: Columbia University Press.
- Jackson, J.-P. (1995) *La Suite au Prochain Episode... Le 'Serial' Américain (1912-1956)*. Crisnée: Editions Yellow Now.
- Kapsis, R. E. (1986) 'Hollywood Genres and the Production of Culture Perspective', pp. 68-85 in B.A. Austin (ed.) *Current Research in Film: Audiences, Economics, and Law Volume 5*. Norwood (N.J.): Abbeex Publishing Corporation
- Klady, L. (1997) 'Careful Plans Reap Re-Release Riches', *Variety*, 31 maart: 9, 12.
- Leitch, T.M. (1990) 'Twice-Told Tales: The Rhetoric of the Remake', *Literature/Film Quarterly*, 18(3): 138-149.
- Limbacher, J.L. (ed.) (1979) *Haven't I Seen You Somewhere Before? Remakes, Sequels, and Series in Motion Pictures and Television, 1896-1978*. Ann Arbor: Pierian.
- Litwak, M. (1994) *Dealmaking in the Film & Television Industry. From Negotiations to Final Contracts*. Los Angeles: Silman-James Press.
- MacTrevor, J. (1975) 'Hollywood est-il à Court d'Inspiration?', *Ciné Revue*, 11 december: 10-12.
- Musser, C. (1991a) *History of the American Cinema. Volume 1: The Emergence of Cinema. The American Screen to 1907*. New York: Scribner's Sons.
- Musser, C. (1991b) *Before the Nickelodeon. Edwin S. Porter and the Edison Manufacturing Company*. Los Angeles: University of California Press.
- Nowlan, R. A. & Wright Nowlan, G. (1989) *Cinema Sequels and Remakes, 1903-1987*. Jefferson: McFarland.

- Metz, C. (1977) *Le Signifiant Imaginaire. Psychanalyse et Cinéma*. Paris: UGE.
- Protopopoff, D. (1989) 'Qu'est-ce qu'un Remake?', pp. 14-21 in M. Serceau (ed) *Le Remake et l'Adaptation*. Paris: CERF.
- Scheuer, P.K. (1954) 'Remake Fever Hits Wide-Screen Ranks', *L.A. Times*, 6 juni: 23.
- Schutz, W. (1992) *The Motion Picture Serial: An Annotated Bibliography*. Metuchen: Scarecrow.
- Serceau, M. (1989) 'Rappel des Principaux Remakes Cités (et de Quelques Autres)', pp. 162-173 in M. Serceau (ed.) *Le Remake et l'Adaptation*. Paris: CERF.
- Silverman, S.M. (1978) 'Hollywood Cloning: Sequels, Prequels, Remakes, and Spin-offs', *American Film*, 6(3): 24-27.
- Staiger, J. (1994) 'Standardization and Differentiation: The Reinforcement and Dispersion of Hollywood's Practices', pp. 96-112 in D. Bordwell et al. (eds.) *The Classical Hollywood Cinema: Film Style and Mode of Production to 1960*. London: Routledge.
- Taylor, T. (1931) 'Studios on the Remake: 120 Silents into Sound Since '28: Necessary Because of Material Shortage - Public Seems Split on Acceptance - Best Time for Revival After 7 Years' Lapse - Under Four Years Is Poison - 12 Now into Work', *Variety*, 21 januari: 11, 26.
- Van den Vonder, K. (1991) *Over 'Dizzy Dames' en 'Goofy Gents': De Screwball Comedy van de Jaren '30*, Leuven: KUL.
- Van Ieperen, A. (1989) 'Amerikaanse Remakes van Franse Komедies. Fantasieloos Naäpen', *Skoop*, 13(7): 36-41.
- Vincendeau, G. & Garncarz, J. (1995) 'Emigration and European Cinema', pp. 127-129 in G. Vincendeau (ed.) *Encyclopedia of European Cinema*. London: BFI.
- Walker, J. (1968) 'How Many 'Laura's' Do We Need?', *New York Times*, 31 maart: 33.
- Wyatt, J. (1994) *High Concept. Movies and Marketing in Hollywood*. Austin: University of Texas Press.
- X (1952) 'Hollywood on the Remake', *New York Times Magazine*, 20 juli: 22-23.
- X (1953) 'Covered Wagon To Roll Again At Par As H'wood Re-Make Fever Reaches New Pitch', *Daily Variety*, 1 november: 4.
- X (1954) 'Remakes Are on the Increase. Acute Scarcity in New Yarns Spins Re-Filming of Top Hits of the Past', *The Hollywood Reporter*, 29 juli: 11.
- X (1972) 'Black-Oriented Versions of Pix May Become Simultaneous Trend', *Daily Variety*, 29 december: 5.
- X (1979) 'Again and Again and Again and Again ...', *Films Illustrated*, 5(4): 301-302.

## AUTEUR

Kurt Van den Vonder is als assistent verbonden aan het Departement Communicatiewetenschap van de K.U. Leuven

# 'Boundary-setting' en 'data-setting': effecten van televisie

## Van een transmissiemodel naar een cognitieve-effectenmodel

Jan Van den Bulck

### SAMENVATTING

Veel tv-effectentheorieën zijn gebaseerd op een 'transmissiemodel'-benadering. De 'actieve kijker'-theorie heeft onderzoekers ervan bewust gemaakt dat televisieprogramma's op verschillende manieren begrepen kunnen worden. Toch laten programma's doorgaans geen onbeperkt aantal interpretaties toe. Het uiteindelijk beperkte aantal 'readings' dat mogelijk is, moet daarom worden gezien als een systeem van grenzen ('boundaries') waarbinnen bepaalde interpretaties meer steun krijgen dan andere.

De activiteit van de kijker mediëert en verandert de 'mainstream pull' van televisie. Dit betekent dat televisiedrama (net als non-fictie) er wellicht niet in slaagt ons te zeggen *wat* we moeten denken, maar wel *waarover* we moeten denken. Dit proces werd *data setting* genoemd. Een empirische studie in Vlaanderen (909 respondenten) toonde aan dat televisie-effecten op percepties gemakkelijker kunnen worden aangetoond dan effecten op opinies (die meer cognitieve activiteit vereisen, en dus 'multiple readings' opleveren).

Sleutelwoorden: tv-effecten, transmissiemodellen, cultivatie, agenda-setting, cognitieve effecten

Vragen over de relatie tussen 'televisie' en 'realiteit' zijn al een hele tijd prominent in studies over media-effecten. Een ongewone studie is die van Wober en Gunter (1988), die respondenten ondervroegen over hun perceptie van de televisiewereld. Meestal hebben onderzoekers echter getracht vast te stellen in welke mate televisiebeelden gereflecteerd worden in de percepties die kijkers hebben over de 'echte' wereld. Een van de meest besproken benaderingen in dit domein is de cultivatietheorie. George Gerbner en zijn collega's trachtten zorgvuldig en op kwantitatieve manier om de televisiedemografie in kaart te brengen, en gingen vervolgens op zoek naar sporen van zulke 'televisie-antwoorden' in grote, meestal representatieve, steekproeven van kijkers (voor een recent overzicht, zie: Morgan & Signorielli, 1990).

Televisie-effectenstudies zijn niet eenvoudig en hebben aanleiding gegeven tot veel discussie. Een probleem is het feit dat de zoektocht naar de invloed van televisie vaak vooral gericht was op het begrip *effect*, wat door sommigen werd gedefinieerd als 'an explicit change of one sort or another' (Morgan & Signorielli, 1990:17). Een aantal auteurs heeft echter opgemerkt dat televisie vooral dominante normen, percepties en attitudes weerspiegelt die ook in de 'echte' wereld bestaan. In zulke gevallen is het 'effect' van televisie wellicht een versterking van wat reeds bestaat in de maatschappij. De sociale wetenschappen zijn echter gespecialiseerd in het vaststellen, meten en verklaren van *verandering* (cf. Bonfadelli, 1983:417). De *afwezigheid* van verandering empirisch aantonen, is veel moeilijker (cf. Hawkins & Pingree, 1982:224).

Ten tweede hebben onderzoekers het moeilijk gehad om vast te stellen wat nu precies het 'televisiebeeld' van de echte wereld is. Als televisie politiemethodes of medische procedures toont, is het nog mogelijk om dit te vergelijken met wat in het echt gebeurt. Als het echter gaat over attitudes of meer abstracte percepties over 'het goede in de samenleving', 'het karakter van de typische moordenaar' of de motieven die mannen drijven bij het versieren van vrouwen, is het veel moeilijker om te bepalen wat het 'correcte' equivalent in de 'echte' wereld is (cf. Hughes, 1980:299; Potter, 1991:568).

Een derde struikelblok voor het effectenonderzoek is het probleem van de selectiviteit van de kijker. Hoewel Newcomb (1978:267) - nochtans een van de meest bekende fundamentele critici van Gerbners benadering - Gerbner heeft geprezen voor zijn 'careful mapping of television's social world', hebben von Feilitzen et al. (1989:17) erop gewezen dat zulke kwantitatieve inhoudsanalyses het gedrag van het publiek negeren. De auteurs maken daarom een onderscheid tussen *uitgezonden* en *ontvangen* inhoud. Potter (1993:573) heeft bijvoorbeeld opgemerkt dat:

Although levels of violence on television in general are high enough to conclude that the television world is a very violent one, it is possible for a person to watch television (even a great deal of television) and see very little violence because there are such large differences in content across programmes.

Von Feilitzen et al. (1989:17) stellen daarom voor rekening te houden met kijkcijfers. Als de 'demografie van de televisiewereld' wordt uitgetekend, mag een gewelddadig programma dat slechts door weinig mensen werd bekeken, niet even zwaar wegen als een minder gewelddadig programma dat door een groot deel van het publiek werd bekeken.

Denis McQuail (1994) noemt zulke benaderingen *transmissiemodellen* waarin 'boodschappen' worden behandeld als een soort 'informatie-objecten' die door de media worden getransporteerd naar het hoofd van de ontvangers.



Zelfs subtiele, gesofistikeerde of methodologische verfijningen en het introduceren van begrippen als 'de afwezigheid van verandering' of 'meanstreaming' en 'resonance', doen het idee niet verdwijnen dat dezelfde boodschap in dezelfde omstandigheden dezelfde invloed zal hebben op gelijkaardige mensen. Van inhoudsanalyses wordt verwacht dat aan de hand daarvan een accuraat en kwantitatief beeld van het 'televisie-antwoord' kan worden opgesteld, dat dan in survey-onderzoek kan worden gebruikt. Men kan zich echter afvragen of het veel zin heeft om aantallen moorden, ongevallen of schietpartijen te tellen. Ten eerste zullen verschillende kijkers een verschillend aantal moorden etc. zien (omwille van kijkselecties). Ten tweede - en dat is nog belangrijker - merkt Bouwman (1982:17) op dat de meeste 'feiten' die men op televisie ziet, door de kijker automatisch zullen worden gereduceerd tot vrij vage categorieën. Het lijkt erg onwaarschijnlijk dat de kijker de zogeheten *risk ratios* zal reproduceren in proportionele termen. De 'les' die men leert van televisie, zal waarschijnlijk beperkt blijven tot de vrij vage indruk dat sommige groepen mensen 'meer' of 'minder' risico lopen dan andere.

Een belangrijke stap weg van dit soort redeneringen wordt geïllustreerd door een opmerking van Bouwman (1987), die beweert dat geweld op de Nederlandse televisie, die ruwweg ongeveer evenveel geweld toont als de Amerikaanse, van een andere orde is. Volgens de auteur zou geweld op de Europese televisie veel meer afgekeurd worden. Ook Potter (1993:589) merkt op dat het aantal moorden per minuut niet accuraat geïnterpreteerd kan worden, tenzij men de context waarin deze moorden getoond werden, in overweging neemt. Context kan echter niet zomaar in kwantitatieve termen worden gemeten. 'Content analysis, designed to measure manifest and quantifiable content (...) cannot satisfactorily reveal complex, connotative and ideological meanings' (Livingstone, 1990:25). Studies van, onder anderen, Morley (1980), Ang (1985) of Liebes en Katz (1990) hebben aan de hand van kwalitatieve methodologieën aangetoond dat eenzelfde televisieprogramma verschillende betekenissen kan hebben voor verschillende mensen.

Beck (1994:41) gelooft daarom dat inhoudsanalyse zinloos is geworden omdat er nu eenmaal niet zoiets is als 'inhoud' die losstaat van een waarnemer. Livingstone (1993:10) voegt daaraan toe dat ook effectenstudies daarom triviaal zijn.

## ■ DE PARADOX VAN DE COMMUNICATIE

Het idee dat het 'actieve kijker'-concept effectenstudies (die grotendeels gebaseerd zijn op kwantitatief onderzoek) onmogelijk heeft gemaakt, heeft tot scherpe polemieken geleid in de academische literatuur. Het perspectief is beschuldigd van 'zinloos populisme' (Seaman, 1992) en 'revisionisme' (Curran,

1990). Buckingham (1993:271) merkt op dat discussies op dit domein vaak gevoerd worden in termen van 'mutually exclusive oppositions' en dat veel 'binary distinctions' worden gemaakt.

Toch kunnen beide perspectieven geïntegreerd worden en gezien worden als twee zijden van dezelfde medaille. McLeod en Chaffee (1972:53vv) maken een gelijkaardig onderscheid bij het bespreken van theorieën over de *sociale constructie van de realiteit*. Het eerste perspectief benadrukt het *constructieve* aspect, namelijk het idee dat het gaat om subjectieve, persoonlijke en hoogst individuele processen die elk individu leiden bij de constructie van een persoonlijk beeld van de realiteit. Het tweede perspectief benadrukt echter het *sociale* en merkt op dat de zeer persoonlijke constructies van de sociale realiteit (vrijwel) altijd (minstens gedeeltelijk) gedeeld worden door andere mensen. Dit is een sociale en psychologische noodzaak. 'Individuals must, for the most part, share a common understanding of the social actions and outcomes that affect them, for without such consensus, social interaction would be chaotic, unpredictable, and beyond the control of the participants' (Ross, 1978:343). Vanuit het standpunt van de communicatie betekent dit dat 'to make a communication intelligible to another, the communicator must present images or information that are understandable to the other. This strategy requires working within the other's social world as he or she understands it' (Snow, 1983:223). Bhaskar (1989:154) noemt dit de *paradox van de communicatie*. Hij verwijst daarbij naar Habermas (1972:164), die schrijft: 'interpretation would be impossible if the life-expressions were totally alien. It would be unnecessary if there was nothing alien about them. It must therefore lie between the two extremes'.

Vanuit dit standpunt zijn de opvattingen van de 'actieve kijker'-school en van de meer traditionele 'transmissiemodellen' niet zo onverenigbaar als zou kunnen lijken. Eerst en vooral lijken het vertrekpunt van zowel de actieve kijkerbenadering als van Gerbners cultivatietheorie erg op elkaar. In beide gevallen geldt dat 'a television program is a three part development - the production process, the program, and the understanding of the program by the audience or consumer' (Hobson, 1982:136).

Wilson (1993:46) stelt dat er een cognitieve of semiotische afstand bestaat tussen 'tekst' en 'lezer'. Deze afstand moet op een of andere manier overbrugd worden opdat enige vorm van communicatie mogelijk zou zijn. Dit betekent dat de lezer de tekst op een of andere manier moet '*reproduceren*'. Anderzijds is deze 'lezing' zelden een volledige reproductie van de mening die de maker van de tekst trachtte uit te drukken. Dat is het '*productieve*' moment. Beck (1994:38) maakt daarom een onderscheid tussen *data* en *informatie*. Technische apparaten zijn dragers en transporteurs van data. Data kunnen inderdaad (zoals in transmissiemodellen) worden overgedragen, verzonden, ontvan-

gen en opgeslagen. Data worden echter *informatie* op het moment dat een 'cognitief systeem' (een persoon) erbij betrokken wordt. Informatie is het product van de relatie tussen de data en de waarnemer. De 'ontvanger' (lezer, televisiekijker) gaat er wel doorgaans van uit dat hij of zij de enige correcte interpretatie van het televisieprogramma maakt, en is zich waarschijnlijk niet bewust van het interpretatieve, constructieve moment. De kijker gebruikt met andere woorden zelf impliciet een transmissiemodel.

## ■ BOUNDARY-SETTING EN DATA-SETTING

Is effectenonderzoek inderdaad betekenisloos en triviaal geworden als gevolg van de introductie van het 'actieve kijker'-model, zoals Livingstone (1993:10) lijkt te suggereren?

De essentiële contributie van dit model aan elke discussie over televisie-effecten is de nadruk die het legt op het feit dat hetzelfde televisieprogramma een verschillende betekenis kan hebben voor verschillende kijkers. Een moord in een televisieserie kan een kijker vertellen dat de wereld een gevaarlijke en onvoorspelbare plaats is, terwijl een andere kijker kan geloven dat het verhaal de indruk bevestigt dat misdadigers altijd aan het kortste eind trekken. Omdat elke kijker cognitieve verwerkingsactiviteit vertoont, is het 'naïeve' transmissiemodel een onbruikbaar werkinstrument geworden. Krippendorf (1993:38) benadrukt dat het niet langer aanvaardbaar is dat effectenonderzoekers er van uitgaan dat de betekenis van een programma eenvoudigweg op kwantitatieve wijze gemeten kan worden door een onderzoeker, en dat vervolgens de antwoorden van de respondenten op vragen in survey-vragenlijsten zouden moeten aantonen dat ze in de 'televisieversie' van de wereld geloven. De betekenis van een televisieprogramma staat niet vast op voorhand en wordt niet bepaald door de analyses die academici ervan maken. Studies die het over 'resistive reading' hebben, benadrukken dat zelfs de maker van een programma de betekenis ervan niet kan vastleggen. Zelfs als, bijvoorbeeld, een quiz kapitalistische, hegemonische waarden lijkt te propageren, blijft het mogelijk dat sommige kijkers er volledig verschillende, zelfs tegenstrijdige ('resistive') betekenissen uithalen (cf. Van den Bulck, 1992).

Toch hebben heel wat auteurs erop gewezen dat kijkers niet eender welke betekenis aan een tekst kunnen toeschrijven. Het zou te ver leiden te stellen dat er evenveel interpretaties zijn als kijkers (Livingstone, 1990:23; Dayan & Katz, 1992:228; Buckingham, 1993:270; Morley, 1993:13).

Texts are not infinitely open and may allow a limited number of possible readings. Perhaps the *New York Times* can be read as pornography, but that is unlikely to be its statistically dominant use. (Blumler et al., 1985:260)

Teksten hebben (vooral in de 'mainstream' van televisie) meestal 'preferred readings' (cf. Livingstone, 1990), namelijk de betekenissen die sterk door de tekst zelf worden gesuggereerd. Noord-Amerikaans actie-drama kan sommige kijkers angstig maken, terwijl anderen de suggestie kunnen krijgen dat de 'goeden' het meestal van de 'slechten' winnen, maar niet veel kijkers zullen de indruk opdoen dat de wereld alsmaar veiliger wordt en dat de hoeveelheid misdaad daalt.

Televisie biedt dus een veelheid aan boodschappen aan die slechts een beperkt (maar mogelijk vrij groot) aantal interpretaties toelaten. Dit definieert televisie als 'the embodiment of a system of *causal restraints*, of a network of boundaries restricting the range of available information, views and images, and *not* as an evil demon manipulating the viewers as if they were programmable robots or marionettes' (Seaman, 1992:307). Dit is wat Gerbner al lang de 'mainstream pull' van televisie noemt (voor een recente discussie, zie: Gerbner et al., 1994). Het is wellicht beter te spreken van een 'boundary-setting effect'. Televisie biedt data aan die op verschillende manieren geïnterpreteerd kunnen worden. Binnen de grenzen of 'boundaries' (die vrij ruim kunnen zijn) is een groot aantal interpretaties mogelijk. Interpretaties die echter buiten de grenzen vallen (zoals 'de wereld wordt altijd veiliger' of 'misdad vormt geen bedreiging') worden niet bekrachtigd. De kijker wordt 'weggetrokken' van zulke conclusies. Dit concept vindt steun in de sociale cognitieleer waarin wordt gesteld dat het gemak waarmee mensen zich bepaalde alternatieven voor de geest kunnen halen (wat afhangt van het aantal voorbeelden dat ze hebben 'gezien') hun constructie van een beeld van de realiteit zal beïnvloeden (cf. Fiske & Taylor, 1991; Ross, 1978; Nisbett et al., 1982).

Deze benadering sluit individuele verschillen niet uit. De 'paradox van de communicatie' waarnaar hierboven werd verwezen, stelt echter wel dat de realiteitsdefinities van individuen altijd minstens gedeeltelijk overeen zullen komen met die van anderen. Actieve kijker-theorieën benadrukken de verschillen. Het blijft echter mogelijk om de overeenkomsten tussen de persoonlijke constructies van de realiteit te bestuderen en na te gaan in welke mate ze beïnvloed zijn door de data aangeleverd door één enkele bron (in dit geval televisie). Theorieën over televisie-effecten kunnen echter niet meer, zoals in naïeve versies van het transmissiemodel, stellen dat elke kijker op dezelfde manier beïnvloed wordt door wat hij of zij ziet op televisie. Anderzijds, 'ignoring audience interpretation as outside the scope of a given study is not the same thing as assuming homogeneity, passivity, and so on' (Pingree, 1992:109). Aandacht besteden aan een effectenbenadering is niet noodzakelijk hetzelfde als beweren dat alle kijkers op dezelfde manier beïnvloed zullen worden. Men gaat er alleen van uit dat het feit dat alle kijkers over dezelfde

informatiebron beschikken, ertoe leidt dat sommige gepersonaliseerde realiteitsconstructies eerder door het medium bevestigd zullen worden dan andere. Het 'boundary-setting'-concept laat duidelijk ruimte voor interpretatieve activiteit bij de kijker en vormt een mogelijke verklaring van de vaststelling van sommige auteurs dat televisie geen grote invloed lijkt te hebben op 'cultivatie van de tweede orde' (opinions, waarden en attitudes) (zie: Hawkins et al., 1987: 553; Hawkins & Pingree, 1990:49; Shrum, 1995:404). Anderzijds kan men stellen dat indicatoren van 'cultivatie van de eerste orde' (percepties van de wereld en van 'feiten') veel minder ruimte laten voor interpretatie. Indrukken als 'er is veel misdaad' of 'Amerikaanse agenten moeten zich identificeren door een badge te laten zien' of 'gearresterden hebben *the right to remain silent*' (die duidelijk aanwezig zijn in veel misdaaddrama) kunnen niet op veel verschillende manieren geïnterpreteerd worden. Hoewel de conclusies die mensen eruit afleiden over meer algemene of abstracte eigenschappen van de realiteit, binnen relatief ruime 'grenzen' kunnen vallen, zijn de 'data' zelf veel minder ambigu. Deze vaststelling over televisie-effecten lijkt merkwaardig veel op de *agenda-setting hypothesis*, die echter verband houdt met de effecten van feitelijke informatie. Agenda-setting theorie stelt dat de media niet zozeer bepalen *wat* we denken als *waarover* we denken (cf. Cohen, 1963:177). Zo ook kan het concept *data-setting* worden gebruikt om te verwijzen naar de hypothese dat televisiedrama de kijker voorziet van een overvloed aan zeer realistisch voorgestelde 'feiten' over de wereld. Televisiedrama zou dan op twee niveaus effecten kunnen hebben. Op het niveau van de feitelijke informatie (de 'eerste orde') zou het de percepties van feiten in de echte wereld kunnen beïnvloeden (*data-setting*), terwijl op het ('tweede orde') niveau van de opinions, waarden en attitudes, de interpretaties die mensen maken, door televisie kunnen worden bekrachtigd zolang ze enigszins binnen de grenzen vallen die nog verenigbaar zijn met het televisiebeeld. Alles buiten de grenzen wordt niet bekrachtigd (*boundary-setting*). De twee niveaus kunnen ook worden gezien als twee uiteinden van een continuüm. Afhankelijk van de mate van 'kijkersactiviteit' of 'cognitieve verwerking' die van de waarnemer wordt verwacht, kan een televisieprogramma slechts een zeer gelimiteerd aantal conclusies toelaten (*data-setting*) of, aan het andere uiteinde, een breder aantal dat 'multiple readings' toelaat (*boundary-setting*).

## ■ ONDERZOEKSHYPOTHESEN

De *data-setting* hypothese houdt in dat mensen van het kijken naar televisiefictie feiten over de wereld leren. Naarmate de feiten die impliciet of expliciet de basis vormen van televisiedrama, slechts een éénduidige interpretatie toelaten, zal er een duidelijker rechtstreeks verband bestaan tussen televisiekijken

en realiteitsperceptie. In cultivatietheorie worden dit de 'effecten van de eerste orde' genoemd. Daarbij gaat het onder meer om schattingen van de 'televisiedemografie'. Tot de 'feiten over de wereld' van de televisiedemografie horen de opvattingen dat er veel geweld is en dat vele mensen een plotse, brutale dood sterven. Ook nemen sommige beroepsgroepen (zoals artsen, advocaten en politiemensen) een zeer groot deel van alle personages voor hun rekening, zodat kan worden verondersteld dat zware kijkers hun relatieve aandeel in de totale beroepsbevolkingen duidelijker zouden moeten overschatten dan lichtere kijkers. De *data-setting hypothese* luidt daarom:

*H1: Er bestaat een lineair, additief verband tussen veel televisiekijken en percepties in verband met feiten in verband met misdaad, dood en de proportionele verdeling van de beroepsbevolking.*

Naarmate van de kijker meer cognitieve activiteit wordt verwacht bij het interpreteren van de aangereikte verbeeldingen van de werkelijkheid, neemt het aantal mogelijke interpretaties toe. De 'boundary-setting hypothese' houdt in dat verschillende kijkers in verschillende omstandigheden een andere boodschap menen te ontvangen. Dit geldt met name voor wat in cultivatiestudies 'effecten van de tweede orde' worden genoemd: opinies en attitudes. Gewelddadig televisiedrama bewijst niet voor iedereen dat de politie sneller zou moeten schieten of dat misdadigers in onze maatschappij te veel rechten hebben. Wel is het zo dat wat buiten de grenzen valt, geen steun vindt in het beeld dat televisie afschildert. Televisiedrama suggereert bijvoorbeeld zelden dat de hoeveelheid misdaad altijd daalt.

Vertaald naar een onderzoeksvraag luidt de *boundary-setting hypothese* dan ook:

*H2: Vragen die peilen naar opinies en attitudes laten zoveel verschillende antwoordmogelijkheden toe, die niet tegengesproken worden door de televisierealiteit, dat geen lineaire, additieve verbanden tussen televisiekijken en antwoorden op opinie- of attitudevragen worden verwacht.*

Het is een bekend fenomeen dat de meeste effectenstudies hooguit kleine effecten kunnen aantonen. De gevonden correlaties liggen meestal tussen de 0,10 en 0,20 (Cook et al., 1983; Potter, 1991). Als meerdere controlevariabelen worden geïntroduceerd, verdwijnen deze correlaties vaak (cf. Bonfadelli, 1983; Doob & MacDonald, 1979; Potter, 1988; Rubin et al., 1988; Tamborini et al., 1984; Weaver & Wakshlag, 1986).

Mulac and Kunkel (1989) stellen dat betere meetmethoden duidelijkere resultaten zouden moeten opleveren. Correlaties die in feite op een schijnverband wijzen of het gevolg zijn van meetfouten, zouden moeten verdwijnen, terwijl

resultaten die op een echte relatie wijzen, groter en geldiger zouden moeten worden. Deze hypothese kan worden uitgetest door gebruik te maken van een *structural equation model*-benadering, waarbij de invloed van bepaalde meetfouten in kaart kan worden gebracht.

Een tweede reden om *structural equation models* te gebruiken is Bouwmans opmerking dat vage percepties zelden tot expliciete ratio's leiden. Deze opmerking vindt steun in bepaalde vaststellingen uit de sociale cognitieleer. Fiske en Taylor (1991:143) merken bijvoorbeeld op dat mensen zich aan de hand van hun directe ervaring met individuen een beeld vormen van ruimere of abstractere groepen. Anders gezegd: als mensen in contact komen met een vrouwelijke advocate, doen ze daarmee geen beeld op van 'de vrouw', dat is te algemeen, maar ook niet van 'de vrouwelijke advocate', dat is te specifiek. Ze doen veeleer indrukken op over bijvoorbeeld de categorie 'carrièrevrouwen' of 'carrière mensen'. Bij *structural equation models* wordt in eerste instantie met *latente variabelen* gewerkt. Dat zijn variabelen die niet rechtstreeks gemeten worden in de vragenlijst, maar waarvan wordt aangenomen dat ze de onderliggende cognitieve categorie zijn die de antwoorden op meer concrete vragen bepaalt. Zo wordt de mening 'ik wil niet dat mijn dochter met een Turk trouwt' niet gezien als de uiting van de 'dochter met Turken laten trouwen'-attitude, maar als de uiting van meer algemeen 'racisme', dat ook het antwoord op de vraag 'zou u het op prijs stellen als er een Marokkaan naast u komt wonen' zal bepalen.

Toegespitst op televisie-effecten houdt dit in dat vragen over het aantal moorden, auto-ongelukken of hartinfarcten (belangrijke doodsoorzaken op televisie) een meer abstracte perceptie van het begrip 'het aandeel van plotselinge, gewelddadige dood in de totale sterfte' zal uitdrukken. De vragen over beroeps-categorieën zullen, in navolging van de opmerking van Fiske en Taylor, wellicht eerder tot percepties op een hoger (en latent te meten) niveau leiden.

De derde hypothese luidt daarom:

*H3: Een structural equation models-benadering, waarbij wordt gebruik gemaakt van latente variabelen en de meetkwaliteit van de data in rekening wordt gebracht, zal tot meer eenduidige resultaten leiden in verband met hypothese 1 en 2.*

## ■ METHODE

### Respondenten

77 studenten uit de tweede kandidatuur communicatiewetenschap van de K.U. Leuven werden zorgvuldig getraind als wetenschappelijke interviewers vol-

gens uitvoerig geteste technieken (zie: Carton & Loosveldt, 1991). Over de effecten van zulk een training op de kwaliteit van de antwoorden werd gerapporteerd door Billiet en Loosveldt (1988). Elke student diende een gemeente te kiezen dichtbij (maar niet waar) hij of zij woonde. In deze gemeente werden 12 adressen volgens een toevalsmethode geselecteerd uit de telefoongids. Om scheeftrekking die het gevolg zou zijn van het niet selecteren van mensen zonder telefoon of van mensen die niet geregistreerd zijn in de telefoongids, te vermijden, werden de interviewers verplicht aan te bellen aan het huis links van het geselecteerde adres. In dit huis dienden ze het lid van het huishouden te interviewen dat als eerste zou verjaren en ouder was dan 18 (een techniek uitgetest door Oldendick & Link, 1994). Het was hen niet toegestaan een ander lid van het huishouden te interviewen als de op die manier geselecteerde persoon niet thuis was of niet wou meewerken. Alle interviews werden 'face-to-face' afgenomen. Deze methode resulteerde in een toevalssteekproef die de demografische samenstelling van de Vlaamse bevolking redelijk representeerde. Eén provincie was ondervertegenwoordigd en mensen met een universitair diploma waren oververtegenwoordigd. Na zorgvuldig nazicht van de data en correctie voor codeerfouten en andere abnormaliteiten bleven 909 vragenlijsten over voor analyse.

## Variabelen

*Blootstelling aan televisie.* Een aantal vragen werd gesteld om een zo nauwkeurig mogelijke schatting van het wekelijkse kijkvolume te bekomen. Deze vragen waren gebaseerd op de oorspronkelijke vragenlijst gebruikt in het Zweedse 'media-panel programme' (voor een samenvatting, zie: Rosengren & Windahl, 1989). De Zweedse onderzoekers maakten een onderscheid tussen weekdays, zaterdag en zondag. In deze studie werden echter ook vrijdagen als een aparte categorie beschouwd. Voor elk type van dag werden twee vragen gesteld: 1) het aantal kijkuren op een kijkdag en 2) het aantal kijkdagen (aantal weekdays per week of aantal vrijdagen, zaterdag of zondag per maand). Deze variabelen werden gecombineerd en gehercodeerd zodat een index ontstond die een schatting gaf van het aantal minuten dat de respondent per week televisiekeek.

*Achtergrondvariabelen:* geslacht, leeftijd en opleidingsniveau.

*Effecten van de 'eerste orde'.* De respondenten dienden de proportie van het aantal sterfgevallen te schatten dat het gevolg was van moord, auto-ongelukken en hartinfarcten. Van Buerkel-Rothfuss en Mayer (1981) en Perse (1986) werden vragen gebruikt over de proportie in de (mannelijke) werkende bevolking die bestaat uit artsen, advocaten en metselaars, en welke proportie uit de



vrouwelijke werkende bevolking bestaat uit artsen, advocaten en verpleegsters. Respondenten moesten ook schatten welk percentage van de huwelijken tot een echtscheiding leidt.

*Effecten van de 'tweede orde'*. De respondenten moesten een aantal items beoordelen op een vijfpuntenschaal gaande van totaal niet akkoord tot totaal akkoord. De gebruikte items kwamen uit de 'vertrouwen in andere mensen'-schaal van Hawkins en Pingree (1981), de 'rechtvaardige wereld'-schaal, los gebaseerd op Rubin en Peplau (1975), een 'politie'-schaal die voor deze studie werd ontworpen, en een 'sekse-rollen'-schaal waarin opinies over huwelijk, verschillen tussen mannen en vrouwen en het opvoeden van kinderen werden gevraagd.

De exacte formulering van de vragen werd gerapporteerd in Van den Bulck (1996).

## ■ RESULTATEN

### Data

De items van de 'vertrouwen in andere mensen'-schaal laadden allemaal op dezelfde factor. De verklaarde variantie was 74 procent, Cronbachs alpha was 71. Voor de klassieke regressies (zie tabel 1) werden deze items gesommeerd tot een 'vertrouwen'-schaal, waarbij hogere waarden meer vertrouwen in andere mensen uitdrukte. Vijf items uit de 'politie'-schaal en de 'rechtvaardige wereld'-schaal laadden op dezelfde factor (verklaarde variantie: 84 procent, Cronbachs alpha: 82). De items werden gesommeerd tot een 'recht en orde'-schaal of 'hard optreden tegen misdaad'-schaal, die opinies weergaf zoals 'rechters zouden misdadigers strenger moeten straffen' of 'als de politie sneller zou schieten, zouden er minder onschuldige slachtoffers vallen'. Tenslotte werd een 'sekse-rollen'-index gemaakt met vijf items uit de 'sekse-rollen'-schaal. Deze items laadden eveneens op dezelfde factor (verklaarde variantie: 76 procent; Cronbachs alpha: 73) en drukten stereotype, traditionele opinies uit over geslacht, kinderopvoeding, huwelijk en carrièrevrouwen.

### Regressie

Traditionele multi-pele regressieanalyses suggereren dat er een televisie-effect bestaat in de meeste gevallen. Dit effect is terug te vinden in tabel 1 onder kolom met de gestandaardiseerde beta's. Deze beta's drukken de omvang uit van de invloed van het aantal uren televisiekijken op de afhankelijke varia-

belen. Zelfs als de invloed van geslacht, leeftijd en opleiding mee in rekening wordt gebracht, blijven de beta's voor televisiekijken significant. Deze beta's zijn het grootst voor de pure demografische variabelen (schattingen van de proporties professionele mannen en vrouwen en schattingen van het aantal echtscheidingen). Opinions over sekse-rollen bleken niet samen te hangen met televisiekijken.

Tabel 1: Multipiele regressie

	std. beta	R <sup>2</sup>
moord	.11*	.11***
ongeval	.10*	.16***
hartaanval	.08*	.03***
vr. arts	.12*	.08***
verpleegster	.16***	.09***
m. arts	.21***	.13***
m. advocaat	.24***	.12***
echtscheiding	.17***	.11***
vertrouwen	-.12***	.07***
recht en orde	.13***	.17***
sekse-rollen	.05	.28***

\* alpha<0.05 \*\* alpha<.001 \*\*\* alpha<0.0001

alle modellen controleren voor geslacht, opleiding en leeftijd

Hoewel traditionele sociologische controle-variabelen zoals leeftijd, geslacht en opleidingsniveau deel uitmaken van de modellen, blijft de verklaarde variantie (R<sup>2</sup>) vrij klein. De hoogste verklaarde variantie werd bekomen voor de sekse-rollen index, waar echter, zoals vermeld, geen significante televisie-invloed werd vastgesteld.

## Structural equation model

Tabel 2: Structural equation model

	std. beta	R <sup>2</sup>	RMSEA(p)	AGFI
plotse dood	.20*	.15	.07(.0064)	.94
demografie	.30*	.14	.057(.15)	.95
echtscheiding	.21*	.11	.077(.01)	.94
vertrouwen	-.02	.02	.051(.44)	.95
recht en orde	.02	.23	.08(.0001)	.91
sekse-rollen	.05	.38	.068(.0001)	.93

Beta's gemarkeerd met een '\*' hadden t-waarden significant op het niveau  $\alpha < 0.05$ .

In transversale studies kan niet worden aangetoond dat causale verbanden daadwerkelijk bestaan. 'All one can do is examine the *theoretical validity* of the postulated relationships in a given context' (Jöreskog & Sörbom, 1993: 112). Zogeheten 'structural equation models' zijn uitermate geschikt voor dit soort analyse omdat ze toelaten om rekening te houden met een aantal meetproblemen. Deze statistische techniek bestudeert de relatie tussen *latente* (indirect gemeten) variabelen, waarbij de potentiële onnauwkeurigheid van de relaties tussen de items waarmee deze latente variabele indirect is gemeten, in de berekeningen wordt betrokken. Gebruik makend van een programma zoals LISREL kunnen de relaties tussen de verschillende (latente en manifeste) variabelen én de kwaliteit van data worden geschat. De 'fit' van het model drukt bovendien uit in welke mate de theoretische verhoudingen tussen de variabelen (de geteste relaties) door de data worden ondersteund.

Hoewel dezelfde variabelen werden gebruikt als in de regressieanalyses, zijn er een aantal belangrijke verschillen, die inherent zijn aan de gebruikte techniek. In 'structural equation models' wordt een onderscheid gemaakt tussen het structurele deel van het model (waarin de relaties tussen de latente variabelen worden geschat) en het meetgedeelte (waarin de invloed van toevalsfouten in kaart wordt gebracht). In de structural equation models werd met *latente* variabelen gewerkt. De drie uitspraken over doodsoorzaken werden beschouwd als drie indicatoren van dezelfde factor. Deze variabelen leken het idee van 'plotselinge dood' met elkaar gemeen te hebben. Zo ook werden de vier items die vroegen naar schattingen in verband met beroeps categorieën, als één factor beschouwd, die 'demografie' werd genoemd in deze studie. De

schatting van het aantal echtscheidingen leek niet samen te hangen met een andere factor en werd dan ook als een aparte latente variabele met slechts één manifeste indicator beschouwd (zie tabel 3).

Tabel 3: Lambda's van het meetgedeelte van de structural equation models

latente variabele	manifeste indicatoren	plotse dood	demografie	echtscheiding	vertrouwen	recht en orde	seksrollen
televisie	week	.80	.80	.79	.80	.80	.80
	vrijdag	.83	.83	.83	.83	.83	.83
	zaterdag	.81	.81	.81	.81	.81	.81
	zondag	.75	.75	.75	.75	.75	.75
plotse dood	moord	.68					
	ongeval	.96					
	infarct	.59					
demografie	vr. dokter		.83				
	verpleegster		.78				
	m. dokter		.96				
	m. advoc.		.92				
echtscheiding vertrouwen				1.0			
	1				.23		
	2				-.75		
	3				.35		
	4				-.65		
	5				-.78		
recht en orde	1					.65	
	2					.77	
	3					.71	
	4					.75	
	5					.49	
seksrollen	1						.55
	2						.33
	3						.71
	4						-.58
	5						-.20

De kolomnamen duiden aan om welk model het gaat.

Na 'listwise deletion' van de ontbrekende waarden bleven 725 respondenten over voor de analyse. Omwille van dit hoge cijfer kon de Chi-kwadraat niet worden beschouwd als een betrouwbare indicator van de 'fit' van de modellen (cf. Hayduk, 1987). In plaats daarvan werd de *root mean square error of approximation* gebruikt (cf. Boomsma, 1996:21). Deze indicator houdt rekening met de grootte van de steekproef. Waarden van 0,05 of minder worden beschouwd als een goede fit, waarden tot 0,08 worden nog beschouwd als een aanvaardbare fit. Ten tweede werd de *adjusted goodness of fit* aangegeven.

Een fit groter dan 0,90 betekent een goede fit, zelfs in steekproeven van deze grootte (hoewel de AGFI ook is bekritiseerd, zie: Hu en Bentler, 1995:92).

Tabel 2 geeft de resultaten van de structural equation model-benadering met behulp van LISREL. Televisiekijken was ook gemeten als een latente variabele met het aantal kijkuren per kijkdag, gewogen voor de kijkfrequentie, als indicator. Voor alle modellen gold dat de fit van de modellen sterk werd beïnvloed door de ongelijke varianties tussen beide geslachten. Als de steekproef werd gesplitst in mannen en vrouwen, verbeterde de fit van de modellen aanzienlijk, vooral voor mannen.

Mulac en Kunkel (1989) voerden als hypothese aan dat échte relaties sterker zouden moeten worden als er beter gemeten wordt, terwijl schijnverbanden zouden moeten verdwijnen. Het ziet er inderdaad naar uit dat de relaties die in tabel 1 gevonden werden, veel eenduidiger worden in tabel 2. De gestandaardiseerde beta's blijken nu ofwel groter te zijn dan 0,20 ofwel niet significant verschillend van nul. Dit betekent dat er ofwel sprake was van een duidelijk verband tussen de afhankelijke variabele en het televisiekijken, ofwel dat dat verband duidelijk afwezig was.

Het feit dat de variabelen op die manier in twee groepen uiteenvallen, lijkt ook zinvol. Bij de variabelen die te maken hadden met *percepties*, produceerden modellen die een relatie met televisiekijken veronderstelden, een goede fit en een substantiële beta. Modellen die verwezen naar opinies en houdingen, daarentegen, leverden alleen beta's op die niet significant verschillen van nul.

## ■ DISCUSSIE

De eerste hypothese lijkt te worden bevestigd, ongeacht de gebruikte statistische techniek. Zowel in de regressie- als in de *structural equation models*-benadering lijkt er een positief verband te bestaan tussen televisiekijken en bepaalde percepties van de realiteit. Wat echter opinies en attitudes betreft, zijn de resultaten op het eerste gezicht niet eenduidig. Als een regressie-analyse wordt gedaan, wordt in sommige gevallen een verband tussen televisie en opinies gevonden, in andere gevallen niet. Als gelijkaardige analyses echter met *structural equation models* worden uitgevoerd, wordt de tweede hypothese wel ondersteund en blijkt er geen lineair, additief verband te zijn tussen televisiekijken en dit soort opvattingen en attitudes. Dit resultaat lijkt daarom een bevestiging van de derde hypothese. De methodologische verbetering die werd verwacht van de introductie van deze techniek, maakte de resultaten inderdaad eenduidiger en explicieter en dat in de richting die werd verwacht. De gebruikte variabelen vielen uiteen in twee duidelijke categorieën die inhoudelijk zinvol waren.

De resultaten suggereren dat de traditionele tegenstelling tussen 'empirische scholen', gebaseerd op transmissiemodellen, en 'kwalitatieve scholen', gebaseerd op het concept van de 'actieve kijker', niet altijd vruchtbaar is. Beide perspectieven zijn nodig om de invloed van televisie te begrijpen.

Op het 'eerste orde'-niveau van de pure percepties lijkt inderdaad een *data-setting* effect te bestaan. Naarmate men zich echter beweegt van de zuivere percepties weg, in de richting van opinies, waarden en attitudes, neemt het aandeel en het belang van cognitieve verwerking ('activiteit') aan de kant van de kijker toe, en wordt het effect van televisie minder vanzelfsprekend (en verdwijnt in de empirische modellen). Kijkers verwerken de data van televisie, die bepaalde opinies en attitudes bevoordeligt, actief. Bij sommige kijkers kan actie-drama daarom tot verhoogde angst leiden, bij anderen tot verontwaardiging of agressie, en nog een andere kijker heeft misschien alleen maar plezier gehad bij de kijkervaring, zonder ook maar iets over de realiteit te hebben geleerd. Als er weinig cognitieve verwerking plaatsvindt, kan televisie een *data-setting* effect hebben. Als er meer verwerking plaatsvindt, verbreedt *data-setting* tot *boundary-setting*. In die gevallen reikt televisie niet langer data over de wereld aan ('er is veel misdaad', 'de dood komt meestal plots en op een gewelddadige manier', 'er zijn veel advocaten'), maar zorgt voor data om over de wereld te *denken*. Op die manier worden grenzen getrokken waarbinnen sommige conclusies ('ik heb redenen om mij bang te voelen', 'de politie zou sneller moeten schieten') meer steun vinden dan andere ('de wereld wordt altijd maar veiliger', 'misdad is geen bedreiging'). Dit werd het *boundary-setting* effect genoemd.

Deze studie leidt tot twee belangrijke conclusies aangaande onderzoek naar televisie-effecten. Ten eerste is het *boundary-setting effect* een in hoge mate ongrijpbaar concept. Het leidt tot ernstige empirische vragen. Het *data-setting effect* kan empirisch geoperationaliseerd worden, maar het idee van brede grenzen waarbinnen verschillende sociale realiteitseffecten even goed mogelijk zijn, leidt tot ernstige meetproblemen. Hoe kan het bestaan van dit effect dan worden aangetoond? Een mogelijke oplossing is het ontwerpen van onderzoekopzetten die nagaan in welke mate televisiekijken het geven van antwoorden die 'buiten de grenzen' van de televisiewereld vallen, minder waarschijnlijk maakt. Tot op zekere hoogte betekent dit echter dat de voornaamste empirische hypothese voor data-analyse inhoudt dat een heteroscedastische vertekening van de relatie tussen televisiekijken en 'effect' wordt verwacht. Normaal wordt heteroscedastisiteit echter niet als een 'effect', maar als een 'tekort' van de data beschouwd. De mogelijkheid dat dit eveneens het geval is bij Gerbners 'mainstreaming'-idee, is interessant en verdient verdere aandacht.

Ten tweede benadrukken de vastgestelde verschillen tussen de resultaten van de klassieke regressieanalyses en de *structural equation models* het belang van meetproblemen bij het bekomen van geldige resultaten. Dit geldt bij uitstek in een domein dat vaak af te rekenen heeft met zwakke relaties tussen variabelen. Het duidelijke onderscheid tussen variabelen van de eerste en de tweede orde, dat verscheen in de *structural equation models*, dat bovendien theoretisch zinvol leek, maar dat helemaal niet verscheen in de regressieanalyses, verdient aandacht. Men kan zich dan ook de vraag stellen welke andere verschillen, effecten of patronen er in media-effectenstudies voorlopig onzichtbaar blijven door meetproblemen of door neveneffecten van de gebruikte statistische technieken.

#### LITERATUURLIJST

- Ang, I. (1985) *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*. London: Methuen.
- Beck, K. (1994) *Medien und die Soziale Konstruktion von Zeit, über die Vermittlung von Gesellschaftlicher Zeitordnung und Sozialem Zeitbewusstsein*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Bhaskar, R. (1989) *The Possibility of Naturalism: A philosophical Critique of the Contemporary Human Sciences*. New York: Harvester Wheatsheaf.
- Billiet, J. & Loosveldt, G. (1988) 'Improvement of the Quality of Responses to Factual Survey Questions by Interviewer Training', *Public Opinion Quarterly*, 52: 190-211.
- Blumler, J.G., Gurevitch, M. & Katz, E. (1985) 'Reaching Out: A Future for Grati-fications Research', pp. 255-273 in K.E. Rosengren, L.A. Wenner & P. Palmgreen (eds.) *Media Gratifications Research: Current Perspectives*. Beverly Hills: Sage.
- Bonfadelli, H. (1983) 'Der Einfluss des Fernsehens auf die Konstruktion der sozialen Realität: Befunde aus der Schweiz zur Kultivierungshypothese', *Rundfunk Und Fernsehen*, 31(3-4): 415-430.
- Boomsma, A. (1996) 'De Adequatheid van Covariantiestructuurmodellen: Een Overzicht van Maten en Indexen', *Kwantitatieve Methoden*, 17(52): 7-52.
- Bouwman, H. (1982) 'Television Audiences Watch by the Hour: Een Overzicht van Gerbners Opvattingen over Cultural Indicators', *Massacommunicatie*, 10(1): 7-24.
- Bouwman, H. (1987) *Televisie als Cultuurschepper*. Amsterdam: V.U. Uitgeverij.
- Buckingham, D. (1993) *Children Talking Television: The Making of Television Literacy*. London: Falmer Press.
- Buerkel-Rothfuss, N.L. & Mayes, S. (1981) 'Soap Opera Viewing: The Cultivation Effect', *Journal of Communication*, 31: 108-115.
- Carton, A. & Loosveldt, G. (1991) *Over Interviewen Gesproken: Handleiding bij de Training van Interviewers*. Leuven: Departement Sociologie K.U. Leuven.

- Cohen, B. (1963) *The Press and Foreign Policy*. Princeton: Princeton University Press.
- Cook, T.D., Kendzierski, D.A. & Thomas, S.V. (1983) 'The Implicit Assumptions of Television Research: An Analysis of the 1982 NIMH Report on Television and Behaviors', *Public Opinion Quarterly*, 47: 161-261.
- Curran, J. (1990) 'The New Revisionism in Mass Communication Research', *European Journal of Communication*, 5: 135-164.
- Dayan, D. & Katz, E. (1992) *Media Events, the Live Broadcasting of History*. Cambridge: Harvard University Press.
- Doob, A.N. & Macdonalds, G.E. (1979) 'Television Viewing and Fear of Victimization: Is the Relationship Causal?', *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(2): 170-179.
- Fiske, S.T. & Taylor, S.E. (1991) *Social Cognition*. New York: McGraw-Hill.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, N. (1994) 'Growing up with Television, the Cultivation Perspective', pp. 17-41 in J. Bryant & D. Zillmann (eds.) *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Habermas, J. (1972) *Knowledge and Human Interest*. London: Heinemann.
- Hawkins, R.P. & Pingree, S. (1981) 'Using Television to Construct Social Reality', *Journal of Broadcasting*, 25: 347-364.
- Hawkins, R.P. & Pingree, S. (1982) 'Television Influence on Social Reality', in D. Pearl, L. Bouthilet & J. Lazar (eds.) *Television and Behavior: Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties, volume 2, Technical Reviews*. Rockville: National Institute of Mental Health.
- Hawkins, R.P. & Pingree, S. (1990) 'Divergent Psychological Processes in Constructing Social Reality from Mass Media Content', pp. 35-50 in N. Signorielli & M. Morgan (eds.) *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research*. Newbury Park: Sage.
- Hawkins, R.P., Pingree, S. & Adler, I. (1987) 'Searching for Cognitive Processes in the Cultivation Effect: Adult and Adolescent Samples in the United States and Australia', *Human Communication Research*, 13(4): 553-577.
- Hayduk, L.A. (1988) *Structural Equation Modeling with LISREL: Essentials and Advances*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Hobson, D. (1982) *Crossroads: The Drama of a Soap Opera*. London: Methuen.
- Hu, L. & Bentler, P.M. (1995) 'Evaluating Model Fit', in R.H. Hoyle (ed.) *Structural Equation Modeling: Concepts, Issues, and Applications*. Thousand Oaks: Sage.
- Hughes, M. (1980) 'The Fruits of Cultivation Analysis: A Re-examination of the Effects of Television on Fear of Victimization, Alienation and Approval of Violence', *Public Opinion Quarterly*, 44(3): 287-302.
- Jöreskog, K.G. & Sörbom, D. (1993) *LISREL8: Structural Equation Modeling with the SIMPLIS Command Language*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Krippendorf, K. (1993) 'The Past of Communication's Hoped-for Future', *Journal of Communication*, 43(3): 34-44.
- Liebes, T. & Katz, E. (1990) *The Export of Meaning: Cross Cultural Readings of Dallas*. Oxford: Oxford University Press.



- Livingstone, S. (1990) *Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation*. Oxford: Pergamon Press.
- Livingstone, S. (1993) 'The Rise and Fall of Audience Research: An Old Story with a New Ending', *Journal of Communication*, 43(4): 5-12.
- McLeod, J.M. & Chaffee, S.R. (1972) 'The Construction of Social Reality', pp. 50-99 in J.T. Tedeschi (ed.) *The Social Influence Processes*. Chicago: Aldine.
- McQuail, D. (1994) *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage.
- Morgan, M. & Signorielli, N. (1990) 'Cultivation Analysis: Conceptualization and Methodology', pp. 13-34 in N. Signorielli & M. Morgan (eds.) *Cultivation Analysis: New Directions in Media Effects Research*. Newbury Park: Sage.
- Morley, D. (1980) *The 'Nationwide' Audience: Structure and Decoding*. London: BFI.
- Morley, D. (1993) 'Active Audience Theory: Pendulums and Pitfalls', *Journal of Communication*, 43(4): 13-19.
- Mulac, A. & Kunkel, D. (1989) 'Methodological Issues in the Study of Message Effects', pp. 52-74 in J.J. Bradac (ed.) *Message Effects in Communication Science*. Newbury Park: Sage.
- Newcomb, H. (1978) 'Assessing the Violence Profile Studies of Gerbner and Gross: A Humanistic Critique and Suggestions', *Communication Research*, 5(3): 264-282.
- Nisbett, R.E., Borgida, E., Crandall, R. & Reed, H. (1982) 'Popular Induction: Information is not Necessarily Informative', pp. 101-116 in D. Kahneman, P. Slovic & A. Tversky (eds.) *Judgement Under Uncertainty: Heuristics and Biases*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Oldendick, R.W. & Link, M.W. (1994) 'The Answering Machine Generation: Who Are They and What Problem Do They Pose for Survey Research?', *Public Opinion Quarterly*, 58: 264-273.
- Perse, E.M. (1986) 'Soap Opera Viewing Patterns of College Students and Cultivation', *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 30(2): 175-193.
- Pingree, S. (1992) 'At the Intersection of Messages and Receivers: Enriching Communication Theory', *Communication Yearbook*, 15: 107-114.
- Potter, W.J. (1988) 'Perceived Reality in Television Effects Research', *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 32(1): 23-41.
- Potter, W. J. (1991) *Communication Research*, 17(4): 562-583.
- Potter, W.J. (1993) 'Cultivation Theory and Research: A Conceptual Critique', *Human Communication Research*, 19(4): 564-601.
- Rosengren, K.E. & Windahl, S. (1989) *Media Matter: Tv Use in Childhood and Adolescence*. Norwood: Ablex.
- Ross, L. (1978) 'The Intuitive Psychologist and his Shortcomings: Distortions in the Attribution Process', pp. 337-384 in L. Berkowitz (ed.) *Cognitive Theories in Social Psychology, Papers from Advances in Social Psychology*. New York: Academic Press.
- Rubin, A.M., Perse, E.M. & Taylor, D.S. (1988) 'A Methodological Examination of Cultivation', *Communication Research*, 15(2): 107-134.
- Rubin, Z. & Peplau, L.A. (1975) 'Who Believes in a Just World?', *Journal of Social Issues*, 31(3): 65-89.

- Seaman, W.R. (1992) 'Active Audience Theory: Pointless Populism', *Media, Culture and Society*, 14: 301-311.
- Shrum, L.J. (1995) 'Assessing the Social Influence of Television: A Social Cognition Perspective on Cultivation Effects', *Communication Research*, 22(4): 402-429.
- Snow, R.P. (1983) *Creating Media Culture*. Beverly Hills: Sage.
- Tamborini, R., Zillmann, D. & Bryant, J. (1984) 'Fear and Victimization: Exposure to Television and Perceptions of Crime and Fear', pp. 492-513 in R.N. Bostrom & B.H. Westley (ed.) *Communication Yearbook no. 8*. Beverly Hills: Sage.
- Van den Bulck, J. (1992) 'De Verliezer is de Winnaar: Effecten en Gebruik van Televisiespelletjes', *Communicatie*, 22(4): 25-37.
- Van den Bulck, J. (1996) *Kijkbuis kennis: De Rol van Televisie in de Sociale en Cognitieve Constructie van de Realiteit*. Leuven: Acco.
- von Feilitzen, C., Strand, H., Nowak, K. & Andrén, G. (1989) 'To Be or Not to Be in the Tv World: Ontological and Methodological Aspects of Content Analysis', *European Journal of Communication*, 4: 11-32.
- Weaver, J. & Wakshlag, J.J. (1986) 'Perceived Vulnerability to Crime, Criminal Victimization Experience and Television Viewing', *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 30(2): 141-158.
- Wilson, T. (1993) *Watching Television: Hermeneutics, Reception and Popular Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Wober, J.M. & Gunter, B. (1988) *Television and Social Control*. Avebury: Aldershot.

#### AUTEUR

Jan Van den Bulck is als postdoctoraal onderzoeker F.W.O. verbonden aan het Departement Communicatiewetenschap van de K.U. Leuven.

## standpunt

## Bourdieu over televisie

Gust De Meyer

Wanneer Frankrijks socioloog nummer één, Bourdieu (1996) een boekje schrijft 'Over de televisie', dan zijn de verwachtingen hooggespannen. Vanuit het standpunt van de communicatiewetenschap valt er nogal wat kritiek te geven op zijn visie over televisie. Maar laten we beginnen met een samenvatting van enkele belangrijke punten uit het betoog.

### DE CENTRALE THEMA'S

In de inleiding komt Bourdieu al meteen tot de kern van de zaak: de televisie betekent niet alleen een zeer groot gevaar voor de verschillende sferen (of velden) van de culturele productie, kunst, literatuur, wetenschap, filosofie, recht, maar ook voor het politieke leven en de democratie. Omdat de sociologie de taak heeft verborgen zaken te ontmaskeren, gaat de socioloog op zoek naar de minder dan wel meer verborgen mechanismen die maken dat het zo ver is kunnen komen.

Bourdieu constateert op televisie een onzichtbare censuur, omwille van, bijvoorbeeld, het beperkte tijdsbestek dat aan een uiteenzetting wordt opgelegd, maar evenzeer omwille van economische redenen. Commerciële televisie is gecontroleerd door grote ondernemingen (wiens brood men eet, diens woord men spreekt). Bourdieu zegt dat televisie een vorm van symbolisch geweld uitoefent, bijvoorbeeld, via de aandacht voor de faits divers of les faits omnibus, die niemand choqueren, de consen-

sus bevorderen, iedereen interesseren zonder aan iets essentieels te raken.

Minder zichtbare mechanismen liggen verscholen in het feit dat journalisten een bril opzetten via dewelke zij een selectie maken. Het principe van deze selectie is de speurtocht naar het sensationele, het spectaculaire. Televisie doet een beroep op dramatisering om evenementen op het scherm te brengen. Bovendien wordt de concurrentie tussen media herleid tot het nastreven van de scoop: als eerste bij een gebeurtenis zijn, een gebeurtenis exclusief kunnen brengen. In andere domeinen leidt zulks mogelijk nog tot originaliteit, bij televisie echter tot uniformisering en banalisering. Dat alles heeft politieke gevolgen: televisie heeft namelijk de kracht om te mobiliseren, om ideeën of representaties op te roepen (zoals racisme, xenofobie).

De journalistieke producten zijn gehomogeniseerd, ondanks de toenemende concurrentie onder de media. Die beïnvloeden mekaar voortdurend - 'we hebben dat gemist' - en werken in die zin aan nivellering. De informatie over de informatie - wat is belangrijk om getoond te worden? - leidt tot homogenisering van hiërarchieën van belangrijkheid. De televisie-inhoud wordt niet alleen gedicteerd door de zorg om minstens dat te presenteren wat de anderen brengen, maar ook door de druk van de kijkcijfers. Die is zelfs al bij uitgevers van de avant-garde en in de wetenschappelijke instellingen voelbaar. Die zijn ook al begonnen met aan marketing te doen.

Er bestaat een negatief verband tussen tijdsdruk en het denken. Televisie is echter bevolkt door fast thinkers die sneller denken dan hun schaduw, maar die zich noodzakelijk bedienen van 'gangbare ideeën' (gemeenplaatsen, ba-

naliteiten). De communicatie wordt erdoor onmiddellijk, of beter, eigenlijk onbestaande. Denken is integendeel subversief. Het bedient zich van lange gedachtenketens die slechts over een langere tijdsperiode kunnen ontwikkeld worden. De fast thinkers presenteren integendeel cultureel fast-food, voorgerekauwde kost.

Debatten op televisie zijn allesbehalve echt in die zin dat de deelnemers aan het debat elkaar kennen, samen dineren. Tegenstanders op televisie, altijd dezelfde geïnviteerden, zitten in feite ingekapseld in een gesloten wereldje waar de logica van permanente zelfbevestiging heerst. Naast dergelijke echte schijndebatten zijn er ook schijnbaar echte debatten. Bourdieu vertelt hoe hij er zelf het slachtoffer van geworden is. In de overtuiging dat hij aan een democratisch debat zou kunnen deelnemen waar zou kunnen worden geargumenteed, werd hij, naar zijn mening, integendeel aan een reeks censuurmaatregelen onderworpen, zo onder meer via de rol die de presentator speelt. De laatste bepaalt wanneer wie het woord krijgt. Hij bepaalt ook de toon van het gesprek, respectvol of laatdunkend, aandachtig of ongeduldig. Hij maakt gebruik van de tijd om het woord te ontnemen. De deelnemers aan het debat worden bij verre na niet gelijk behandeld, in de tijd, bijvoorbeeld, die ze toegemeten krijgen, wat een belangrijk probleem stelt vanuit democratisch oogpunt. De enen zijn professionelen in het debat, de anderen amateurs.

Maar naast dergelijke zichtbare manipulaties spelen onzichtbare, met name via de samenstelling van het discussieplateau: de ene wordt niet gevraagd, de andere weigert. Nochtans zou de samenstelling aan de discussietafel het idee van een democratisch evenwicht moe-

ten weergeven. Daarnaast zijn er de aan het debat voorafgaande gesprekken die een soort scenario moeten geven aan de uitzending. En dan is er nog de logica van het spel van de taal zelf. Het democratisch debat wordt gevoerd naar het model van een catch-wedstrijd: er moeten zich brutale confrontaties voordoen, maar niet alles is toegelaten, want het gevecht dient te verlopen in een formele taal.

Het voornaamste fenomeen echter, volgens Boudieu, is de greep van de televisie op het geheel van de culturele productie, inbegrepen de wetenschappelijke en artistieke.

Daarvoor doet hij een beroep op de notie van het veld van de journalistiek. Wat een journalist kan doen, is afhankelijk, ten eerste, van de positie van zijn media-orgaan in het journalistieke veld en, ten tweede, van zijn eigen positie in het veld van zijn medium. Een veld is een gestructureerde sociale ruimte, een krachtveld met dominerenden en gedomineerden; een strijdveld ook om zijn positie er in te behouden of te veranderen. De scoop speelt, bijvoorbeeld, een rol in zulke strijd. Sinds de jaren vijftig, toen televisie nauwelijks aanwezig was in het journalistieke veld, heeft zij er een dominante economische en symbolische positie ingenomen. De huidige journalisten zijn soms gevaarlijk: zelf niet altijd gecultiveerd zijnde, verbazen zij zich over weinig verbazingwekkende zaken en verbazen ze zich niet over revolutionaire dingen. De presentatoren van het televisiejournaal, de animatoren van debatten, de sportcommentatoren zijn kleine directeurs van het bewustzijn geworden die zich presenteren als woordvoerders van een typische petit bourgeois-moraal, die zeggen wat men moet

denken over wat zij als de problemen van de maatschappij beschouwen. Alhoewel zij een ondergeschikte positie bekleden in de velden van culturele productie, oefenen zij een uitzonderlijke vorm van dominantie uit. Dat zij zich in een inferieure structurele positie bevinden ten opzichte van categorieën die ze occasioneel kunnen domineren - intellectuelen, politici - draagt bij tot hun anti-intellectualisme.

De televisie van de jaren vijftig maakte gebruik van haar monopolie om aan het publiek producten met een culturele pretentie op te leggen en de smaak van het grote publiek te vormen. De televisie van de jaren negentig streeft ernaar die smaak te exploiteren en te flateren om een zo groot mogelijk publiek te bereiken. Ze levert onafgewerkte producten, genre talkshow, die voyeurisme en exhibitionisme dienstig zijn. Bourdieu haast er zich aan toe te voegen dat hij niet de nostalgie van sommigen deelt naar de pedago-paternalistische televisie van het verleden, die, net als het populistisch spontaneïsme en de demagogische onderwerping aan de populaire smaak van de huidige televisie, de tegenpool is van een werkelijk democratisch gebruik van de massamedia.

In het journalistieke veld van de televisie worden vertegenwoordigers van andere velden gestereotypeerd. Andermaal refererend naar zijn eigen beroep van socioloog stelt hij dat journalisten des te meer van een socioloog zullen zeggen dat hij goed is, naarmate deze dingen zegt die dicht bij hun mening aansluiten. Dat maakt dat men niet mag hopen populair te zijn bij de mensen van de televisie, wanneer men probeert de waarheid te zeggen op televisie - het is trouwens beter van niet populair te zijn.

Televisie bepaalt de agenda, ook ten opzichte van de geschreven pers. Zelfs als deze laatste een affaire, een debat lanceert, wordt dat niet centraal dan wanneer de televisie deze opneemt, orkestreert. De positie van de journalisten van de geschreven pers wordt bedreigd en tegelijk de specificiteit van het beroep. Bourdieu geeft toe dat dit wel nogal gecompliceerde onderzoeksmateries zijn, waar alleen empirisch onderzoek enige vooruitgang kan brengen. Wat niet belet dat sommigen, die zichzelf de titel hebben gegeven van beoefenaars van een wetenschap die niet bestaat, de 'médiologie', dwingende conclusies voorstellen, vooraleer elke vorm van enquête is uitgevoerd, over de toestand van de mediawereld.

Het is een bepaalde categorie journalisten, met het grote geld gerekruteerd, die zich zonder scrupules plooiën naar de verwachtingen van het minst eisen-de publiek. Het zijn de meest cynische dus, de meest ongevoelige voor elke vorm van deontologie, en, a fortiori, voor elke politieke invraagstelling. Zij mogen hun 'waarden' opleggen, hun voorkeuren, hun manieren van te zijn en te spreken, hun 'menselijk ideaal', aan het geheel van alle journalisten.

Het journalistieke veld is veel meer afhankelijk van externe krachten dan alle andere velden van culturele productie, literatuur of wetenschap. Het is zeer direct afhankelijk van de vraag. Het is onderworpen aan de sanctie van de markt, van het volksreferendum, wellicht meer nog dan het politieke veld. Intern verschilt het danig van de andere velden. Men treft in het journalistieke veld niet het equivalent aan van wat men kan waarnemen in het wetenschappelijk universum, bijvoorbeeld, namelijk een soort van immanente gerechtigheid die maakt dat wie

bepaalde regels overtreedt zich verbrandt of, integendeel, dat wie zich aan de regels van het spel houdt, de instemming van zijn collega's bekommt (zoals gemanifesteerd, b.v., onder de vorm van referenties, citaten). 'Waar zijn in de journalistiek de sancties, positieve of negatieve?' vraagt Bourdieu zich af.

Nadat hij al de manipulerende mechanismen van de televisie meent te hebben blootgelegd, acht Bourdieu het moment gekomen om de analyse te dedramatiseren, kwestie van een rationele actie mogelijk te maken. De sociale wetenschap heeft immers de taak om de dingen te veranderen. Door een bewustwordingsproces van de mechanismen bloot te leggen kan de socioloog een beetje vrijheid geven aan de mensen die door de mechanismen gemanipuleerd worden, zij het de journalisten ('als ze goed luisteren naar wat ik zeg') dan wel het tv-publiek ('als het meer verlicht en bewuster zou zijn van de manipulaties die het ondergaat'). Vooraleer hij tot de actie komt, keert Bourdieu terug op wat waarschijnlijk als het centrale thema van zijn betoog bedoeld is: het journalistieke veld werkt, als veld, in op de andere velden. Een veld dat meer en meer door de commerciële logica (de kijkcijfers) wordt gedomineerd, legt zijn dwang meer en meer op aan de andere universa. In elk veld, dat van de historici, bijvoorbeeld, zijn er dominerenden en gedomineerden volgens de interne waarden van het veld. Een 'goede historicus' is iemand waarvan de goede historici zeggen dat het een goed historicus is. De heteronomie (gebrek aan autonomie) begint wanneer iemand die geen historicus is (een historicus van de televisie) zijn mening over his-

torici mag zeggen en nog gehoord wordt ook. Zo worden mensen op televisie opgevoerd die zouden moeten worden uitgesloten, anderen geweerd die zouden moeten worden toegelaten. Meer subtiel en volgens de logica van het paard van Troje worden in de autonome velden heteronome producenten geïntroduceerd die geconsacreerd worden door de televisie maar niet door hun collega's. Even verder zal Bourdieu ze in gewone mensentaal ratés, mislukkelingen noemen. Als een wetenschappelijk onderzoeker op televisie komt, krijgt hij daardoor een erkenning (soms ook kredieten) die eerder als een degradatie geldt. Er moeten dan ook collectieve initiatieven komen om de wetenschappelijke autonomie veilig te stellen tegen het overwicht van de televisie. Om tot ware autonomie te komen moet een ivoren toren gebouwd worden waarbinnen men oordeelt, elkaar bekampt maar met kennis van zaken. Bourdieu zegt ervan te dromen dat de sociologie, net als de wiskunde, zo'n veld zou worden. Ongelukkiglijk moet iedereen er zich mee: 'M. Peyrefitte neemt zich voor mij lessen in sociologie te geven'.

Een centrale wet is de volgende. Hoe meer een culturele producent autonoom is, rijk aan specifiek kapitaal en exclusief gericht op de beperkte markt alwaar men enkel zijn eigen concurrenten als cliënt heeft, des te meer zal hij geneigd zijn tot weerstand. Naarmate hij, integendeel, zijn producten afstemt op de markt van de grote productie (zoals essayisten, schrijvers-journalisten, conformerende romanschrijvers), des te meer zal hij geneigd zijn te collaboreren met de externe krachten (staat, kerk, partij en vandaag televisie), zich aan hun bevelen te onderwerpen.

Men zou kunnen opwerpen dat dit alles naar elitarisme ruikt, dat op die manier het volk wetenschap en cultuur onthouden worden. Ik, zegt Bourdieu, verdedig de noodzakelijke voorwaarden voor de productie en distributie van de hoogste creaties van de mensheid. Om aan zowel het elitarisme als aan de demagogie te ontsnappen moet men de drempel hoog leggen voor de toegang tot de velden van productie - 'de grootste rampen in de sociologie komen voor het merendeel door het feit dat het entreerecht er te laag is' - en tevens de plicht tot verwijdering ernstig nemen. De culturele producenten moeten collectief strijden voor goede voorwaarden tot distributie van hun producten, om het bezit te hebben over hun verspreidingsmiddelen, strijden ook, samen met de leraars, de syndicaten, opdat de toeschouwers een opvoeding bekomen die hun niveau van receptie komt opkrikken. Men moet strijden tegen de kijkcijfers in naam van de democratie. Paradoxaal genoeg overigens. Cynici, reclamemensen, gevolgd door bepaalde sociologen, zeggen dat er niets democratischer is dan de kijkcijfers, dat men de kijkers de vrijheid moet laten te oordelen en te kiezen. Kijkcijfers zijn echter onderworpen aan dezelfde demagogie waarmee opiniepeilingen in het politieke veld worden verdedigd. De televisie die gedirigeerd wordt door de kijkcijfers, doet op de verondersteld vrije en verlichte consument de directieven van de markt wegen en dat heeft niets te maken met een democratische expressie van een verlichte publieke opinie.

## AANZET TOT EEN KRITIEK

Het is, om te beginnen, Bourdieus goed recht zich te beperken tot het journa-

listieke aspect van televisie. Maar televisie is duidelijk meer. Op de eerste plaats misschien een ontspanningsmedium. De titel van Bourdieus referaat is in elk geval misleidend.

De kritiek van Bourdieu op de televisie is weinig origineel. Hij mag de indruk wekken een wetenschappelijke scoop te brengen, in feite presenteert hij een aantal gemeenplaatsen: de economische druk van de media-eigenaars op de journalistieke inhoud, de belangstelling voor het nieuwe ('nieuws') en de wedren om er het eerste bij te zijn, de voorkeur voor faits divers, de homogenisering, de druk van de kijkcijfers ... Wat wel nieuw lijkt, namelijk de stelling dat televisie greep gekregen heeft op alle andere velden van culturele, politieke en wetenschappelijke productie, is alleen maar nieuw omdat deze stelling in het kader van de veldentheorie wordt geherformuleerd. Dat politici, presidenten, kunstenaars ... niet meer zonder media kunnen, gemaakt worden door de media, gretig inspelen op de media, is een versleten kritiek.

Bourdieu's centrale betoog is, in bijna dezelfde woorden, al gemaakt door, bijvoorbeeld, Postman (1986). Die heeft eerder al proberen aan te tonen dat televisie niet te rijmen is met een educatief opvoedingsproject, dat televisie niet te rijmen is met denken, dat televisie de democratie ondergraaft en we uiteindelijk 'ons kapot zullen amuseren'. Tegenover dit soort van apocalyptici, in wier denktraditie Bourdieu zich situeert zonder dat met zoveel woorden te zeggen, staan regelmatig optimisten op, zoals Enzensberger (1990), bijvoorbeeld, die, teruggekomen van zijn eerdere rooskleurige visie op een emancipatorisch gebruik van de media, recentelijk heeft aange-

toond waarom alle klachten over het nulmedium televisie ongegrond zijn. Bourdieu presenteert het allemaal alsof hij de eerste is die de analyse maakt. Bovendien doet hij dat ook nog in een betweterige stijl. Uit zijn betoog blijkt een totale onwetendheid over wetenschappelijke onderzoeken<sup>1</sup> die over al de door hem aangeraakte topics zijn gemaakt: onderzoek naar economische structuren van de media, naar de nieuwswaarde, naar nieuwsselectie en sociale controle op de redactie, onderzoeken naar de inhoud van de media, naar het effect op de kijkers ... De door Gerbner (1994) uitgewerkte cultivatietheorie, bijvoorbeeld, die zo centraal is voor televisie, wordt niet vermeld. Ergens brengt Bourdieu aan dat de media de agenda bepalen over wat er in de maatschappij gesproken wordt. Hij laat na te vertellen dat in de communicatiewetenschap dergelijk onderzoek bekend staat als agendasetting, en dat dit onderzoek, onder meer ontwikkeld door McCombs (1976), op een zeer rijke traditie kan terugkijken. Zijn opvatting dat er niet zoiets bestaat als een 'mediologie' of wetenschap van de media of van de communicatie, mag dan ook toegeschreven worden aan een groot gebrek aan vertrouwdheid met het onderzoeksveld. Niet alleen presenteert hij zichzelf tussen de regels als dé socioloog met (de meeste) status - Bourdieu weet natuurlijk dat hij veel geciteerd wordt, citaten zijnde één van de criteria om goede punten te krijgen van de collega's - hij doet het ook nog voorkomen alsof hij alleen iets zinnigs kan zeggen over de media en in staat is het kwaad te lokaliseren. Het minste wat hij had kunnen doen, is het baanbrekend werk citeren van Amerikaanse én Europese collega's in het wetenschappelijke veld van



de communicatie.

Terloops weze gewezen op het vrij conservatief denkbeeld dat Bourdieu presenteert van de wetenschap: wie zich braafjes aan de regels houdt, mag dan al door de collega's als een goed wetenschapper worden bekeken, of hij ook nog iets zinnigs, vernieuwend ... te vertellen heeft, lijkt minder belangrijk. Er zijn nochtans beroemde voorbeelden van miskende maar, achteraf gebleken, eminente wetenschappers. Bovendien, de status van een wetenschapper afmeten aan het aantal keren dat hij geciteerd is, is niet meer of niet minder dan de logica van de kijkcijfers van de televisie invoeren in de wetenschappelijke praktijk.

Een wetenschapper kan om heel andere redenen een erkenning genieten van de collega's én van al wie in zijn werk geïnteresseerd is, inclusief de wetenschapsjournalistiek, bijvoorbeeld. Men zou met even veel recht kunnen stellen dat wie niet in staat is zijn wetenschappelijk onderzoek aan het grote publiek te slijten, niet de status verdient van goed wetenschapper. Wie het beneden zijn stand vindt om een poging te doen om zijn werk te vulgariseren, kan verdacht worden van het bedrijven van de wetenschap om de wetenschap. Niet dat elke (mens)wetenschapper daar ook in zal slagen. Hij die zich niet in staat voelt zijn bevindingen naar het volk te vertalen, treft geen verwijt, maar hij die daar niet voor openstaat, verzuimt aan zijn plicht als sociaal bewuste wetenschapper. In een poging om krampachtig zichzelf en een klein kringetje van gelijkgezinden in de ivoren toren de enig wetenschappelijke status toe te kennen, degradeert Bourdieu diegenen die een poging doen om de zaken op televisie te komen uitleggen, als ratés. Wie op

televisie komt, zou geen goed wetenschapper meer kunnen zijn.

Bourdieu pleit in feite om de verschillende velden zo puur en onaangetast mogelijk te laten verder leven. Zijn pleidooi voor de grootst mogelijke autonomie van de velden is, naar het er naar uitziet, niet alleen een achterhoedegevecht, het is, in tegenstelling tot wat hij ook moge beweren, elitair. Men kan hier tegenover stellen dat het volk recht heeft op een zeer eenvoudige voorstelling, noodzakelijk geformuleerd in vulgarisaties, bijvoorbeeld, over politiek en cultuur. Het komt er op aan moeilijke dingen op een aanschouwelijke, prangende, korte maar daarom niet minderwaardige wijze aan het publiek mee te delen. Dat moet de democratische uitdaging zijn. Vulgariseren dient als een volstrekt eerbiedwaardige bezigheid te worden bekeken, en is niet langer synoniem van vervlakking. Wanneer bovendien de ge vulgariseerde wetenschap in een flitsend kleedje is gestoken, is de kans groter dat, ten eerste, er naar gekeken wordt, maar ook dat zij, ten tweede, een effect heeft, dat mensen er iets aan overhouden voor zichzelf in de maatschappij, dat er over gediscussieerd wordt thuis of op het werk ...

Elk medium heeft zijn eigen logica en dat betekent vanzelfsprekend: zijn eigen mogelijkheden en beperkingen. Dat geldt voor een wetenschappelijk artikel, voor een wetenschappelijk congres, voor een toespraak ... maar ook voor (informatie of debat op) televisie. Men mag de eisen gesteld aan het ene medium niet zonder meer transponeren naar een ander medium. Televisie kan nu eenmaal slechts een klein venster openen op de realiteit, een bewaasd venster dan nog. Er kan niet oeverloos gedebatteerd worden zoals

dat, bijvoorbeeld, aan de toeg van een café wel kan. Journalisten dienen dus te werken binnen de marges gesteld door het medium.

Bourdieu onderschat het televisiepubliek. Dat weet vandaag de dag ongetwijfeld meer over de gang van zaken in de politiek, bijvoorbeeld, dan in het pre-televisie-tijdperk. Toegegeven, niet over alles even veel en even degelijk. Maar dat hoeft ook niet. Niet iedereen beschikt trouwens over een superbrein. De censuur, de echte schijndebatten en de schijnbare debatten ... Bourdieu bekijkt het allemaal vanuit zijn perspectief, dat van de zender of vanuit de deelnemers aan de debatten. Hij weet niet dat geëncodeerde televisieboodschappen door de kijker op een eigenzinnige manier kunnen worden gedecodeerd. Het is, eenvoudig gezegd, bijlange niet zo dat wie, bijvoorbeeld, het minst tijd krijgt in een debat, of afgesnauwd wordt door de journalist van dienst, bij het publiek ook als verliezer van het debat overkomt.

Bourdieu kijkt duidelijk denigrerend neer op het journalistieke gespuis. Afgezien van de vraag of zijn *dédain* voor de journalistiek misschien ingegeven is uit rancune omdat hij zelf niet zo'n goede herinneringen heeft bewaard aan zijn optreden op televisie, dient de vraag gesteld of de media niet even ernstig mogen worden genomen als elk ander veld. Of er geen procedures werkzaam zijn die goede van slechte journalisten onderscheiden. Of alles wat op televisie getoond wordt, dan onderworpen is aan dezelfde normen van homogenisering, nivellering en dergelijke. In het veld van de journalistiek, maar ook in dat van entertainment, bijvoorbeeld, zijn goede journalisten of entertainers diegenen die

door goede journalisten en entertainers als goede journalisten en entertainers worden beschouwd. Maar gelukkig niet alleen door de collega's, ook door het (grote) publiek. Bourdieu gaat ervan uit dat het mediamieke veld per definitie een ondergeschikt veld is. Waarom zou het niet een gelijkwaardig veld kunnen zijn naast de andere?

Men kan in Bourdieus essay over televisie op elke bladzijde een soort van minachting tussen de regels lezen voor de huidige media en journalisten, inclusief, ook al ontkent Bourdieu dat, een heimwee naar hoe goed het vroeger was. Nergens wordt dat evenwel wetenschappelijk onderbouwd. Het debat over de rol en functie van televisie in de postmoderne tijd in vergelijking met de moderne tijd (neo- versus paleotelevisie), bijvoorbeeld, zouden hem daarbij op weg kunnen helpen (cf. Van Poecke, 1994). Bourdieu mist nieuwe visies in de communicatietheorie, waarin een actieve mediaconsument naar voor treedt, die zelf wel weet te plukken uit het media-aanbod wat hem op een bepaald moment best van pas komt. Bourdieu schrijft zich nog steeds (opnieuw?) in in de manipulatietheorieën waarin de passieve mediaconsumenten het willoze slachtoffer zijn van de mediabusines. Behalve een sneer in één zin naar hen die het tegendeel beweren, mankeert de achtergrond van de theorieënstrijd<sup>2</sup> compleet. Bourdieu schaart zich aan de zijde van het leger doemdenkers, ook al kan hij - en dat is wel plezierig - niet nalaten om even iemand als Finkielkraut, bijvoorbeeld, op zijn plaats te zetten, omdat dat zo'n eloquente mediafiguur geworden is. Er klinkt een zekere mate van frustratie door in Bourdieus betoog, die zo'n blitse rol waarschijnlijk niet zo vlot en met minder bravoure wil (kan?) spe-

len. Wat Finkielkraut (overigens ook gepatenteerd doemdenker) betreft, is dit een onterechte opmerking: wat Finkielkraut (1988) over de media geschreven heeft, moet zeker niet onderdoen - want is veel genuanceerder - voor wat Bourdieu in dit essay schrijft. Als zo iemand dat dan ook nog eens op een aangenaam verpozende maar tegelijk toch leerzame manier kan verkopen op televisie, zou iedereen moeten tevreden zijn.

Hoe het dan, na de analyse, allemaal verder moet, is een groot vraagteken. Collectief verzet van diegenen die hun heilige bescherming in hun veld dreigen te verliezen, lijkt de enige remedie. Bourdieu gaat voorbij aan het feit dat televisie een massamedium is, dus geen elitair medium kan zijn (of toch niet de hele tijd), zoals hij dat zo graag zou willen. Hij stelt niet eens de vraag naar de taak van een openbare omroep tegenover al dat commercieel geweld van de andere tv-zenders, laat staan van hoe een openbare zender met het geld van iedere burger slechts een kleine minderheid zou moeten bedienen, die bovendien al lang niet meer moet opgevoed of overtuigd worden en die meer en meer over andere media beschikt om zich uit te leven.

Tenslotte nog dit. Indien het veld van wetenschap en literatuur zo dodelijk door dat van de televisie zou zijn besmet, zou Bourdieus boekje dan wel een kans maken om verkocht te worden? Het is ons niet bekend dat de socioloog een tournee langs de media heeft ondernomen om zijn boekje te promoten - dat zou minstens in strijd zijn met zijn eigen analyse - en toch was het in maart 1997 al aan zijn zesde druk toe. In Frankrijk spreekt men al van een nieuw Rood Boekje. Zoals

het maoïstisch manifest is de kافت van Bourdieus boekje in rood gedrukt. Beide moeten ook gelezen worden als een pamflet. Door in een aan arrogantie grenzende, van zijn eigen gelijk overtuigde taal te spreken begeeft Bourdieu zich op het pad van de door hem verguisde televisie, en maakt hij zich eigenlijk schuldig aan wat hij televisie verwijt: voorgekauwde kost van een fast thinker - dit is op zijn beurt natuurlijk ook een overtrokken oordeel - en in elk geval een verlies van de zin voor nuancering. Laat hij dan nog geen wetenschappelijk artikel hebben willen schrijven, het serene betoog heeft hier plaatsgemaakt voor een tirade. Het is bekend dat wat voor de enigzaligmakende waarheid wordt afgeschilderd in rode boekjes, in feite veel subtieler ligt.

#### NOTEN

- 1 Voor een inleidend overzicht zie Fauconnier (1990).
- 2 Zie onder meer De Meyer (1995).

#### LITERATUURLIJST

- Bourdieu, P. (1996) *Sur la Télévision, Sui-  
vi de l'Emprise du Journalisme*. Paris:  
Liber.
- De Meyer, G. (1995) *Populaire Cultuur*.  
Leuven & Apeldoorn: Garant
- Enzensberger, H.M. (1990) *Lof van de  
Inconsequentie*. Amsterdam: De Bezige  
Bij.
- Fauconnier, G. (1990) *Mens en Media*. Leu-  
ven & Apeldoorn: Garant.
- Finkielkraut, A. (1988) *De Ondergang van  
het Denken*. Amsterdam: De Bezige Bij.

- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M. & Signorielli, (1994) 'Growing up with Television, the Cultivation Perspective', pp. 17-41 in J. Bryant & D. Zillmann (eds.) *Media Effects: Advances in Theory and Research*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- McCombs, M. (1976) *Elaborating the Agenda-setting Influence of Mass Communication*. Tokyo: Institute for Communication Research.
- Postman, N. (1985) *Amusing ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business*. London: Heineman.
- Van Poecke, L. (1994) 'Mediacultuur en Identiteitsconstitutie in het Licht van de Postmoderne Zwakke Classificatie en Framing. Deel 2: van Paleo- naar Neo-televisie', *Communicatie*, 23(3): 1-27.

AUTEUR:

Gust De Meyer is hoofddocent aan het Departement Communicatiewetenschap van de K.U. Leuven

## boekbesprekingen

P. MESSARIS,  
**Visual Persuasion.**  
London, Sage, 1997, 297 blz.

In 1759 schreef ene Dr. Johnson 'The trade of advertising is now so near perfection that it is not easy to propose any improvement.' Anno 1997 klinkt deze boude bewering vreemd in de oren. Niemand die, nu reclame zich al zo ver ontwikkeld heeft, nog dergelijke uitspraken zou durven doen. Paul Messaris legt zich in zijn boek *Visual persuasion* toe op een centraal aspect van dat reclamemaken: het visuele. Centraal staat de vraag welke rol beelden spelen in persuasieve communicatie; of die nu van commerciële, politieke of sociale aard is. Het boek behandelt daarbij enkel reclamebeelden, maar het is duidelijk dat de mechanismen die Messaris behandelt, evengoed toepasbaar zijn op andere terreinen. De auteur begeleidt de lezer intens in de zoektocht naar de persuasieve aspecten van het beeld. Zo wordt het visuele an sich niet als gegeven aangenomen, maar wordt het beeld onderscheiden van andere soorten communicatie in zijn semantische en syntactische eigenschappen. Steunend op de theorie van Peirce komt Messaris tot drie essentiële kenmerken die het beeld onderscheiden: iconiciteit, indexaliteit en syntactische onduidelijkheid. Deze drie eigenschappen vormen tevens de basis om het persuasieve aspect van visuele communicatie te ontlede. De iconiciteit van beelden, d.w.z. hun gelijkenis met aspecten uit de realiteit, geeft de mogelijkheid om emoties die in de realiteit worden opgewekt, in beelden eveneens te simuleren. De indexaliteit van beelden, d.w.z. de (fotografische) afdruk van de realiteit, maakt het mogelijk om beelden als 'bewijs' te gebruiken. Het ontbreken van een duidelijke syntaxis tot slot maakt 'alles mogelijk'. Men is nauwelijks aan syntactische regels gebonden. Deze drie componenten van het visuele gebruikt Messaris vervolgens om naar het persuasieve aspect van reclame te gaan zoeken. Die analyse wordt, naar analogie met de inleiding, onderverdeeld in drie delen: op welke manier slagen reclames er

in om emoties op te wekken, op welke manier gebruiken zij foto's als een bewijs dat iets daadwerkelijk gebeurd is, en hoe leggen zij een link tussen het product dat verkocht wordt en andere beelden? Met veel voorbeelden, zoals past bij dit soort analyses, slaagt Messaris er in om een duidelijk beeld op te hangen van de verschillende visuele technieken, zonder daarbij te verdrinken in technische hoogdravendheid.

D.M.

S. ISHIKAWA,

**Quality assessment of television.**

London, John Libbey, 1996, 309 blz.

*Quality assessment of television* is het resultaat van een internationaal vergelijkend onderzoek naar hoe omroepen in een vijftal landen (Canada, Japan, het Verenigd Koninkrijk, de Verenigde Staten en Zweden) rekening houden met het concept 'kwaliteit'. Wie denkt dat het het zoveelste boek is met theorieën over (omroep)kwaliteit en de onmogelijkheid om dit te definiëren, komt bedrogen uit. Dit door de Japanse omroep NHK gesponsord onderzoeksproject is sterk pragmatisch ingesteld en tracht voor alles normen op te stellen om omroepkwaliteit te operationaliseren en te meten. Kernbegrip hierin lijkt diversiteit in het aanbod - een concept dat rechtstreeks verwijst naar een publieke omroepfilosofie. Naast programmeringsanalyses trachten de auteurs kwaliteit ook in te vullen vanuit het perspectief van de programmamakers (hoe definiëren professionals kwaliteit?) en van het publiek (hoe beoordeelt de gebruiker bepaalde programma's?). *Quality assessment of television* is vooral voor omroepverantwoordelijken bruikbare literatuur, maar het boek toont te weinig bereidheid om de nodige vraagtekens te plaatsen bij de variabiliteit van het concept kwaliteit zelf. Zo lijkt het volledig voorbij te gaan aan structuralistische en post-structuralistische cultuurtheorieën en de daar gehuldigde these om kwaliteit als een eenduidig, meetbaar begrip te relativiseren.

D.B.

E. EVENO,

**Les pouvoirs urbains face aux technologies d'information et de communication.**

Paris, Presses Universitaires de France, 1997, 127 blz.

Het domein van de informatie- en communicatietechnologieën (ICT) vormt een van de meest recente en snelst groeiende gebieden in de communicatiewetenschap. In dit domein wordt er aandacht besteed aan zeer verschillende aspecten, maar slechts af en toe wordt de aandacht toegespitst op de relatie tussen ICT en de (lokale) overheid. Het is dan ook een verdienste van het boek(je) *Les pouvoirs urbains face aux technologies d'information et de communication*, uitgegeven in de bekende 'Que sais-je'-reeks, om hieraan uitgebreid aandacht te besteden. Het boek geeft een historisch getint overzicht betreffende de opkomst van de communicatiemaatschappij om daarna over te gaan naar enkele gevolgen van ICT op het stedelijke leven. Hierbij werkt de auteur op een stadssociologische wijze een aantal ideeën uit. In het laatste deel behandelt hij meer direct de relatie tussen ICT en 'les pouvoirs urbains'. Het boek geeft een inleiding op vele zaken, en dit is meteen zijn verdienste en ook zijn voorname zwakte.

J.S.

S.G. JONES,

**Virtual culture: identity and communication in cybersociety.**

London, Sage, 1997, 262 blz.

*Virtual culture* geeft een zeer interessante kijk op de wereld van de Computer Mediated Communication (CMC). Het boek is opgebouwd uit bijdragen van verschillende auteurs die ieder hun steentje bijdragen tot een beter begrip van de mogelijkheden en gevolgen van CMC. In een tiental artikelen worden telkens verschillende consequenties van het on-line leven geschetst en op een inspirerende manier theoretisch behandeld. Het boek wil inzicht verschaffen in het debat over toegang tot en controle in de cybermaatschappij door aan te tonen op

welke manier het internet en andere vormen van CMC gebruikt worden door (brede waaier van) benadeelde en/of marginale groepen zoals homoseksuele mannen, vrouwen, fanclubs en daklozen, voor sociale en politieke verandering. Een groot deel van het boek draait dan ook in grote mate rond de (on)mogelijkheden van de on-line gemeenschap en identiteit, en de verschillende theoretische uiteenzettingen hierover vormen zeker stof tot verder nadenken. Daarnaast komen in het boek een brede waaier van disciplines aan het woord, ieder met hun eigen inzichten en gedachtengoed, en dit aspect op zich maakt 'Virtual culture' al een interessant boek voor ieder die zich met deze vormen van communicatie bezighoudt. Tenslotte wil het boek ook duidelijk verder gaan dan de vele utopisch, of integendeel Orwelliaans gerichte, en vaak vulgariserende werken die er dezer dagen verschijnen over het onderwerp internet en cyber-, informatie- of communicatiemaatschappij. Door zijn duidelijke gerichtheid op actuele en bestaande vormen van on-line gemeenschappen en door de grondige theoretische fundering van de uiteenzettingen ontsnapt het aan het speculatieve van deze vulgariserende literatuur, en biedt het de lezer dan ook een waardevol boek voor de studie van CMC. Het grote nadeel van het boek is echter de te brede focus. Door de behandeling van zo vele verschillende aspecten blijft het niet veel meer dan het fysisch bundelen van verschillende artikels en is de samenhang tussen de bijdragen vaak ver te zoeken.

J.S.

S. MOORES,  
**Satellite television and everyday life: articulating technology.**  
Luton, John Libbey Media, 1996, 90 blz.

In *Satellite television and everyday life* presenteert Shaun Moores een kwalitatief, sterk etnografisch geïnspireerd onderzoek naar de alledaagse beleving en gebruik van satelliettelevisie in Groot-Brittannië. Moores had eerder al gewerkt rond de beteke-

nis en consumptie van radio, maar met dit werk plaatst hij zich nog duidelijker in een groeiende traditie van onderzoek naar de consumptie van (nieuwe communicatie-) technologieën in een alledaagse residentiële context (zie o.a. het werk van Gray, Morley of Silverstone in het V.K.).

*Satellite television and everyday life* start met een nuttige introductie in en bondige omschrijving van dit (nieuwere) domein binnen culturele mediastudies. Het onderzoek zelf palmt de meeste ruimte in, maar de presentatie ervan schiet toch wel tekort. In zijn studie ging Moores via diepte-interviews en participerende observatie na hoe 18 gezinnen, verspreid over drie delen van een Welse stad, omspringen met satelliettelevisie. Het onderzoeksluik beperkt zich in dit boek tot een afzonderlijke interpretatie van deze interviews/observaties per stadsdeel. Men treft zeer weinig dwarsdoorsneden aan, ook niet in de uiterst beknopte discussie. Toch omvat het boek enkele interessante denk pistes, zowel op methodologisch vlak als wat de verdere ontwikkeling van het onderzoeksdomein aangaat.

D.B.

P. GOLDING & Ph. HARRIS (eds.),  
**Beyond cultural imperialism: globalization, communication and the new international order.**  
London, Sage, 1997, 259 blz.

Het ongenoegen over de manier waarop mondiale culturele veranderingen worden bestudeerd: dat is zowat de drijfveer achter de reader *Beyond cultural imperialism*. In hun inleiding schrijven Golding en Harris dat de oude analytische paradigma's zoals die rond cultuurimperialisme, maar ook de nieuwe theorieën en concepten (waaronder vooral die rond globalisatie), schromelijk tekortschieten om de hedendaagse 'global culture' te onderzoeken. Het gaat dan vooral om de vraag hoe men de complexiteit en tegenstrijdigheden binnen de hedendaagse mondiale cultuur (b.v. het bestaan van alternatieven, van een tegencultuur of van

een tegenstroom van cultuurproducten van zuid naar noord) analytisch kan verzoenen met de aanhoudende ongelijkheden en de vaak groeiende controle vanwege transnationale corporaties over de mondiale massacultuurproductie en -distributie.

In *Beyond cultural imperialism* komen nogal wat auteurs aan het woord die eerder al hun sporen hebben verdiend op het domein van internationaal communicatie-onderzoek. Maar, hoewel het boek wel enkele knappe essays bevat, lost het de verwachtingen maar matig in. De reader als geheel mist analytische coherentie en gedrevenheid. Ook de kernvraag zoals die scherp werd geformuleerd in de inleiding, blijft uiteindelijk grotendeels onaangevoerd.

D.B.

W. NÖTH,

**Handbook of semiotics.**

Bloomington, Indiana University Press, 1995, 576 blz.

Er zijn twee soorten handboeken. Diegene die op een inleidend niveau een overzicht geven van een bepaalde wetenschapstak, en diegene die in feite de titel encyclopedie zouden moeten dragen. Het werk van Winfried Nöth behoort zeker en vast tot deze tweede categorie. Op een multidisciplinair terrein als dat van de semiotiek weet hij met uiterste accuraatheid een overzicht te geven van de semiotische regenboog. Dat levert een handboek verdeeld in acht delen met maar liefst meer dan driehonderd referenties op. Nöth behandelt de ontstaansgeschiedenis van de richting, de diverse basisbegrippen en de controversen daaromtrent, de belangrijkste scholen en de vooraanstaande individuen. Daarnaast behandelt hij ook de verschillende terreinen waarop de semiologie toegepast werd. Daar komt hij dan bijvoorbeeld terecht op het terrein van de communicatiewetenschap en de sociologie.

Het handboek gaat uiteraard diep in op de linguïstische theorieën in de discipline, maar blijft daar niet bij hangen. Zo wordt een heel hoofdstuk gewijd aan non-verbale

communicatie en de wijze waarop lichaamstaal van mensen in communicerende tekens omgezet wordt. Een laatste hoofdstuk handelt integraal over esthetische en visuele communicatie. Het beeld in zijn veelheid aan verschijningsvormen wordt bestudeerd. Nöth gaat onder andere dieper in op het esthetische teken en de verschillende esthetische codes, op muziek en architectuur als een semiotisch tekensysteem en op het culturele karakter van objecten in de hedendaagse materiële cultuur. De semiologie heeft zich echter ook uitgebreid bezighouden met de studie van het beeld als teken an sich, getuige de uitgebreide aandacht die ervoor gereserveerd is. Nöth overloopt de theorievorming omtrent het visuele vanaf zijn ontologische bestaan over de diverse syntactische en grammatische componenten tot de relatie van het beeld met zijn visuele en verbale context. Tot slot worden kort nog enkele gedetailleerde communicatievormen besproken: kunst, fotografie, film, strips en reclame. De semiologie is op elk van deze terreinen nog niet zo ver ontwikkeld. In vele gevallen betreft het hier nog een semiologische kijk op de heersende theorieën. Ondanks de eigen aard van deze wetenschap 'op tweeduizend snelheden' slaagt Nöth in dit handboek er in om de lezer te laten kennis maken met de veelheid van analyses en theorieën die de semiologie momenteel kenmerkt. Daarbij wordt de lezer uitgebreid geholpen door de enorme bibliografie die ruimte laat voor zowel beginners als doorwrochte semiologen.

D.M.



## Ingezonden boeken (bespreking naar mogelijkheid)

- BERGER, A.A., *Cultural criticism: a primer of key concepts*. Foundations of Popular Culture Volume 4, London, Sage, 1995, 194 blz., £ 12,95.
- DE MENTHON, S., *La vente directe à la télévision*. Que sais-je?, Paris, Presses Universitaires de France, 1995, 128 blz.
- DUCK, S. & WOOD, J.T., *Confronting relationship challenges*. Understanding Relationship Processes Series volume 5, London, Sage, 1995, 278 blz., £ 13,95.
- FORNÄS, J. & BOLIN, G., *Youth culture in late modernity*. London, Sage, 1995, 198 blz., £ 12,95.
- HAGEN, L.M., *Informationsqualität von Nachrichten: Messmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen*. Studien zur Kommunikationswissenschaft, Opladen, Westdeutscher Verlag, 1995, 340 blz., DM 64.
- KAID, L.L. & HOLTZ-BACHA, C., *Political advertising in western democracies: parties and candidates on television*. London, Sage, 1995, 236 blz., £ 19,95.
- KERKI, M. et al. (red.), *Openbare omroepen morgen: een geëngageerde visie*. Brussel, Uitgeverij Masereelfonds, 1995, 143 blz., BEF 395.
- KUHN, R., *The media in France*. London, Routledge, 1995, 284 blz., £ 12,99.
- MUELLER-DOOHM, S. & NEUMANN-BRAUN, K., *Kulturinszenierungen*. Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1995, 380 blz., DM 24,80.
- PALME, J., *Electronic mail*. London, Artech House, 1995, 267 blz., £ 39.
- PETRO, P. (ed.), *Fugitive images: from photography to video*. Bloomington, Indiana University Press, 1995, 314 blz., \$ 15,95.
- SNIJDERS, M.L. et al. (red.), *Ethiek in de journalistiek*. Amsterdam, Otto Cramwinckel, 1995, 103 blz., Fl. 24,90.
- VAN DER PLIGT, J. & DE VRIES, N.K., *Opinies en attitudes: meting, modellen en theorie*. Meppel, Boom, 1995, 309 blz., Fl. 58,50.
- WITKIN, R.W., *Art and social structure*. Cambridge, Polity Press, 1995, 222 blz., £ 12,95.
- X, *Handbook 1995*. London, Kogan Page, 1995, 378 blz., £ 125.
- X, *Gids voor muzikanten, artiesten en spektakel*. Schriek, Artist Service, 1995, 725 blz., BEF 750.
- X, *Basic sales skills: business to business*. Amsterdam, Addison-Wesley, 1995, 312 blz., \$ 31,50.

## Abstracts

### **Remake as a Model for Film History and a Means to Study Film History: A Macro Historical Analysis**

Kurt Van den Vonder

A macro historical analysis of the remake in (American) film history shows not only that the history of the remake can serve as a model for film history in general but also that it is possible to study film history by means of the remake. First a definition of the concept of the remake will be given. It is then possible to make a quantitative analysis of the history of the remake based on the historical data compiled by Nowlan and Wright Nowlan. The resulting figures can be contextualized through Allen and Gomery's traditional approaches to film history. Especially aesthetic, economic and technological approaches are very insightful. This contextual analysis of the history of the remake clearly shows that the remake is not purely a filmeconomical phenomenon, but that the remake also meets requirements originating from other contextual factors of film history. What's more, a separate analysis of the remake during the silent film era shows that the remake concept is not monolithic but changes through different eras in film history.

Key words: remake, film history, film historiography, macro historical analysis, contextual analysis

### **'Boundary-Setting' and 'Data-Setting': Television-Effects.**

#### **From a Transmission Model to a Cognitive Effects Model**

Jan Van den Bulck

Many tv-effects theories are based on a 'transmission model' approach to study effects. 'Active viewer'-theory has made researchers aware of the fact that television programmes can have many different meanings for many different viewers. Nevertheless, television programmes generally do not allow a limitless number of interpretations. Television's ultimately limited number of readings should therefore be seen as creating 'boundaries' within which certain interpretations of the world receive more support than others.

Viewer activity will probably modify and mediate the 'mainstream pull' of television. This means that television drama (like non-fiction) is probably not very good at telling us what to think, but it may be telling us what to think *about*. This process was called 'data setting'. An empirical study in Flanders (909 respondents) offers support for the conclusion that television's effect on perceptions can be shown more easily than an effect on opinions (which require more cognitive processing and therefore 'multiple readings').

Key words: tv-effects, transmission models, cultivation, agenda-setting, cognitive effects

*Communicatie* is een wetenschappelijk tijdschrift dat bijdragen publiceert over alle vormen, niveaus en aspecten van de menselijke communicatie, benaderd vanuit een diversiteit aan theoretische en methodologische invalshoeken. *Communicatie* neemt, hetzij onder de vorm van een artikel (10 à 15 blz.) of als een kort verslag (3 à 5 blz.), theoretische bijdragen, verslagen van empirisch onderzoek, en literatuurreviews op. Verder is er een rubriek met korte boekbesprekingen en een rubriek 'Standpunten', waarin gereflecteerd of gepolemiseerd kan worden over actuele feiten en problemen uit de wereld van de communicatie.

Manuscripten die als artikel worden ingezonden, worden aan een dubbel-blinde beoordelingsprocedure onderworpen en dienen, in het Nederlands en het Engels, vergezeld te zijn van een samenvatting (max. 10 lijnen) en drie à vijf sleutelbegrippen.

Manuscripten dienen het redactiesecretariaat te bereiken zowel in geprinte vorm als op diskette in WordPerfect 5.1 of Word for Windows 6.0.

Het manuscript 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. 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 & Curti, 1985:106; Altheide & 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 LITERA-TUURLIJST, 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', pp. 284-326 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', pp. 154-173 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.