

*Media, Democratie en Identiteit*  
**Kritische reflecties over media en maatschappij**

## **Inleiding: De rol van media in een democratische samenleving**

### **Stijn Joye, Daniël Biltreyst & Sofie Van Bauwel**

In *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis* onderstreept de toonaangevende Britse mediaonderzoeker Roger Silverstone (2007) dat de meeste mensen de wereld, haar inwoners en culturen hoofdzakelijk of soms zelfs uitsluitend zien en ervaren via media. In dit boek, dat door zijn overlijden in 2006 gezien wordt als een briljant testament over de rol van de media, stelt Silverstone dat deze zowat de belangrijkste bronnen vormen voor actuele informatie over de samenleving. Ondanks alle kritiek op én relativering van de macht van media, kunnen we er niet onderuit dat ze een centrale rol spelen in de wijze waarop mensen de hen omringende werkelijkheid en de hele samenleving trachten te begrijpen. Media en diverse andere cultuurproducten zijn cruciaal voor de constructie van identiteit, ideologie en sociale cohesie (Cottle, 2009; McQuail, 2010). Media, zo stellen Kellner en Durham (2012: 1), ‘engage people in practices which integrate them into the established society, while offering pleasures, meanings, and identities.’

Het is vanuit die specifieke invalshoek dat media vaak gekoppeld worden aan noties van democratie en burgerschap (Van Zoonen, 1999; Costera Meijer, 2006). De argumentatie luidt dan dat goed geïnformeerde burgers noodzakelijk zijn voor een democratische samenleving, waarbij media een essentiële rol spelen in ‘defining the world in which citizens operate’ (Lewis, 2006: 305). Dit geldt niet alleen voor traditionele nieuwsmedia. Ook sociale media, fictie en alle mogelijke varianten tussen fictie en factuele informatie zoals reality-tv, verlenen betekenis aan de ons omringende werkelijkheid en samenleving. Centraal daarin staat de idee van representatie en de gemediatiseerde constructie van de ‘werkelijkheid’ (Hall, 2003). Dit impliceert dat - beelden en verhalen die we via media te zien en te horen krijgen geen afspiegelingen zijn van deze ‘werkelijkheid’; wat media tonen is altijd een interpretatie en een sociale constructie. In tegenstelling tot wat dikwijls wordt beweerd, zijn media, als centrale maatschappelijke betekenisproducenten, in hun berichtgeving en hun verhalen over de wereld nooit geheel objectief, neutraal of zomaar een doorgeefluik.

De bijdragen in dit boek proberen een kritische houding aan te nemen ten aanzien van de rol van media als democratisch instituut. Scherp gesteld gaat een kritische houding er van uit dat media in hun berichtgeving altijd hoogst gecodeerd zijn en dat ze de werkelijkheid construeren vanuit één of meerdere frames. Ze zijn helemaal geen objectieve, neutrale of betrouwbare mediators; dit ‘ideaal’ is overigens onbereikbaar en misschien ook niet wenselijk. Een kritische reflectie vertrekt daarbij vanuit de vaststelling dat media een plek vormen van strijd en conflict. Daarbij speelt macht een belangrijke rol, of zoals Jensen (2002: 273) het stelt, zijn media ‘sources of power as well as of meaning - mediated meanings can have powerful social consequences.’ Dit gaat gepaard met een maatschappijbeeld dat geconceptualiseerd wordt als een *site of struggle*, een intens spanningsveld tussen dominantie en verzet in een context van macht. Kellner (1995: 4) wijst hier op een belangrijke rol van kritische mediaonderzoekers, namelijk ‘advancing the democratic project, conceptualizing both how media culture can be a tremendous impediment for democratizing society, but can also be an ally, advancing the cause of freedom and democracy.’ Het is deze complexe doch belangrijke relatie tussen media en maatschappij die centraal staat in dit boek.

### **Opzet van het boek**

*Media, Democratie en Identiteit* vertrekt vanuit kritische wetenschappelijke reflecties over actuele maatschappelijke kwesties en debatten. Centraal staat hierbij de rol die media

(kunnen) opnemen in een democratische samenleving. Deze rol wordt in dit boek op verschillende manieren belicht, gaande van concrete empirische cases tot meer theoretische beschouwingen. Gelinkt aan de overkoepelende thema's van democratie en identiteit, ligt de focus van het boek op de relatie tussen media en de notie van 'het politieke' (Mouffe, 2005). De bijdragen gaan in op vraagstukken rond institutionele politiek en beleid; politiek-economische kwesties; de relatie met het sociale en het persoonlijke zoals de constructie van collectieve en individuele identiteiten; of andere vraagstukken met betrekking tot hegemonie, conflict, macht en publieke sfeer.

In een tijdsgeest waarin 'academisch' bijna een schimpwoord is geworden, worden deze thema's kritisch behandeld vanuit een uitgesproken academisch, wetenschappelijk perspectief en een maatschappelijke betrokkenheid. Het boek is gegroeid uit een reeks bijeenkomsten en lezingen over de maatschappelijke rol van media, georganiseerd door [onderzoeksgroep]. Zoals deze verzamelbundel aangeeft, is dit onderzoekscentrum de afgelopen jaren een breder pallet gaan bespelen met aandacht voor wat er zich afspeelt binnen zowel de traditionele nieuwsmedia als binnen de sociale media. Veel aandacht gaat daarbij uit naar thema's als ongelijkheid en discriminatie, zowel in de productie, representatie als consumptie of receptie door mediagebruikers. Onderzoek binnen het [onderzoeksgroep] tracht de rol van media te onderzoeken in het (al dan niet) in stand houden of veranderen van traditionele maatschappelijke breuklijnen zoals die in termen van politieke, ideologische, etnische, gender, generatie- en andere verschillen. Een gedeelde doelstelling of ambitie van de verschillende auteurs die hebben meegewerkt aan dit boek is een bijdrage te leveren aan het maatschappelijk debat, waarbij we niet voorbij kunnen aan de vaststelling dat een neoliberale logica ook de Vlaamse universiteiten en de hier heersende wetenschappelijke 'kennisproductie' in een ijzeren greep houdt.

## **Inhoud van het boek**

Dit boek brengt theoretische essays en empirische studies samen die ingaan op de centrale relatie tussen media, democratie en identiteit. Naast dit hoofdthema dat als een rode draad doorheen het boek loopt, kunnen we drie inhoudelijke clusters onderscheiden.

### ***Media en Politiek***

Een eerste inhoudelijke cluster gaat dieper in op politiek als instituut in relatie tot media. *Pieter Maesele* en *Daniëlle Raeijmaekers* belichten hoe nieuwsmedia kunnen bijdragen aan de kwaliteit van het democratisch debat en de mate van pluralisme in de zin van alternatieve visies op de maatschappij. Op basis van onderzoek naar de Vlaamse berichtgeving over de federale regeringsonderhandelingen van 2010-2011, wijzen de auteurs op het bestaan van twee ideologische culturen, enerzijds een cultuur van depolitisering en anderzijds een cultuur van politisering. Deze zijn te onderscheiden op basis van discursieve strategieën die er ofwel op uit zijn om de discursieve ruimte voor ideologisch conflict, en dus democratisch debat en burgerschap, te sluiten (depolitisering) ofwel te openen en te cultiveren (politisering).

De bijdrage van *Stijn Joye* gaat eveneens in op de aanwezigheid van discursieve strategieën in de Vlaamse nieuwsverslaggeving. Aan de hand van een kritische discoursanalyse van de berichtgeving over de hoogst gemediatiseerde busramp te Sierre in Zwitserland (2012) exploreert Joye hoe discoursen van (politieke) eenheid en gemeenschap gearticuleerd worden in de context van een nationale ramp. Dit maakt deel uit van een ruimere sociale rol die media in rampsituaties kunnen opnemen. Deze potentiële rol slaat verder op het gegeven van media

als publiek forum voor emotionele steun of katalysator van maatschappelijke solidariteit en op het kanaliseren van gevoelens van woede of onrecht.

Het derde hoofdstuk binnen deze cluster is van de hand van *Olivier Driessens* en focust op een bijzondere exponent van de relatie tussen media en politiek, met name de zogenaamde ‘celebritypolitiek’. Met aandacht voor historische ontwikkelingen en globale processen van mediatisering, personalisering en commodificatie van politiek, nuanceert Driessens het hedendaagse maatschappelijke debat rond bekende personen in de politiek door de veelzijdigheid en complexiteit ervan bloot te leggen. Via de Belgische case wordt aangetoond dat ook de lokale context een belangrijke component is bij het analyseren en begrijpen van celebritypolitiek.

### ***Identiteit en Jongeren***

De volgende drie bijdrages in het boek vertrekken vanuit de premisse dat media een cruciale rol spelen in de identiteitsconstructie van jongeren. Identiteit wordt daarbij niet beschouwd als een vast gegeven, maar als een complex en continu veranderend proces van wording waarbij een actieve rol is weggelegd voor de (jonge) mediaconsument.

Het essay door *Frederik Dhaenens* en *Elke Van Damme* focust op het emancipatorische belang van fictieve televisierepresentaties van seks en seksualiteit voor het jonge kijkpubliek. De auteurs lieten zich daarbij inspireren door enkele recente cases die wezen op golven van morele paniek naar aanleiding van seksueel gerelateerde thema’s in programma’s die gericht waren op jongeren. In het hoofdstuk worden deze debatten genuanceerd en wijzen de auteurs op het belang van televisie om een ruimte te creëren voor het representeren van diversiteit binnen seksualiteit, zowel met betrekking tot seksuele praktijken als identiteiten.

De bijdrage van *Sander De Ridder* en *Sofie Van Bauwel* bouwt verder op deze thematiek maar belicht het vanuit het perspectief van digitale en interactieve media. Vertrekkend van wat jongeren doen met sociale media in relatie tot intieme identiteiten, tonen De Ridder en Van Bauwel aan hoe niet alleen normen en waarden rond gender en seksualiteit online worden gereproduceerd, maar ook hoe een inclusief en emancipatorisch potentieel kan gefnuikt worden door een sterke focus op online identiteitsmanagement.

*Fien Adriaens* sluit deze tweede cluster af met een meer theoretische beschouwing over de complexe driehoek media, identiteit en diaspora. Aan de hand van een aantal kwalitatieve publieksonderzoeken fileert Adriaens nauwgezet de rol van media, in het bijzonder televisie, bij de identiteitsvorming van diasporajongeren in België. De auteur geeft daarbij aan dat het bestuderen van identiteit zowel van maatschappelijk als van persoonlijk belang kan zijn. Deze bijdrage geeft bovendien diasporajongeren een stem in de publieke ruimte en in het academisch debat waar ze vaak doodgezwegen worden.

### ***Film: tussen Vrijheid en Controle***

In de derde inhoudelijke cluster komen vier hoofdstukken aan bod die allen een spanningsveld tussen vrijheid en controle bestrijken in een context van voornamelijk het filmmedium en met referenties aan beleid, juridische aspecten en processen van canonisering.

Aan de hand van beleidsdocumenten, origineel archiefmateriaal en expertinterviews neemt *Gertjan Willems* in zijn bijdrage de geschiedenis onder de loep van het filmproductiebeleid in

Vlaanderen vanaf 1952 tot 2002. Een rode draad doorheen het historische overzicht is de spanning tussen politieke inmenging en culturele vrijheid. Willems toont aan hoe het filmbeleid te lijden had onder continue en veelzijdige kritiek, zowel vanuit de sector als vanuit de filmcommissie zelf. Enerzijds wou de filmsector een grotere politieke onafhankelijkheid of creatieve vrijheid, anderzijds werd vaak de politieke apathie of het gebrek aan beleid scherp aangeklaagd.

Het volgende hoofdstuk gaat verder in op het proces van disciplineren van media en vrijheid in een context van film. In hun bijdrage gaan *Daniël Biltereyst* en *Liesbet Depauw* in op het ontstaan en de ontwikkeling van de oudste mediaregulator van ons land: de *Belgische Filmkeuringscommissie*. Aan de hand van een systematische analyse van het archiefmateriaal van deze commissie, die in 1921 haar werkzaamheden opstartte en vandaag nog steeds bestaat, gaat dit hoofdstuk in op ruim tachtig jaar filmcensuur in België. De auteurs leggen de klemtoon op de dagelijkse censuurpraktijken van de commissie, met een bijzondere aandacht voor wat geknipt of verboden werd voor kinderen. Aangezien de commissie films beoordeelde op basis van normatief-ethische en/of ideologische gronden en omdat ze daarbij de bescherming van het kind voor ogen had, leent het materiaal zich uitstekend voor filmhistorisch onderzoek én onderzoek naar mentaliteitsgeschiedenis.

Afsluiten doen we met twee essays door *Lies Van de Vijver* en *Isolde Vanhee*. Beide auteurs plaatsen kritische vraagtekens bij historisch gegroeide canoniseringsprocessen in de context van film. Processen van canonisering worden in de traditie van Foucault (1969/1996) benaderd als sturende of controlerende sociale praktijken inzake productie, circulatie, classificatie en consumptie van culturele teksten, in het bijzonder van film. Van de Vijver duidt in haar bijdrage op de politieke aspecten van dit proces van historische filmcanonisering. Vanuit het theoretisch kader van revisionistische filmhistoriografie situeert de auteur een sociaal en een commercieel filmcanon als twee mogelijke voorbeelden van alternatieve filmhistoriografieën. Deze alternatieve canons beschrijven een meer democratisch filmcanon van meezingers, billenkletsers en tranentrekkers. Vanhee wijst daarentegen meer op de creatieve aspecten van filmcanonisering vanuit de centrale notie van ‘auteur’. Aan de hand van de case van regisseur Paul Thomas Anderson, gaat dit hoofdstuk na hoe de cultus van de auteur tot op vandaag de Amerikaanse filmcanon bepaalt doorheen een proces van in- en uitsluiting dat niet alleen esthetische codes, maar ook culturele patronen en politiek-economische overwegingen als leidraad neemt.

## **Slotwoord**

Tot slot van deze korte introductie, een woordje over de ‘institutionele’ samenhang tussen bovenstaande hoofdstukken. Met dit collectieve werk wensen we de lezer een staalkaart aan te bieden van de thematische en methodologische rijkdom van de onderzoeksgroep *Centre for Cinema and Media Studies* (CIMS, *Universiteit Gent*) aan de hand van bijdrages op basis van lopend en afgerond onderzoek. Enerzijds is het onze doelstelling om academische kennis ruimer te verspreiden dan uitsluitend via wetenschappelijke publicaties en anderzijds willen we vanuit die wetenschappelijke kennis bijdragen aan het publieke debat. De taak van academici bestaat er daar niet zozeer bij in om definitieve en universele antwoorden of oplossingen aan te reiken, maar wel om het debat juist aan te wakkeren door precies nog méér vragen op te roepen.

## Bibliografie

- Costera Meijer, I. (2006) *De toekomst van het nieuws*. Amsterdam: Otto Cramwinckel Uitgeverij.
- Cottle, S. (2009) *Global crisis reporting. Journalism in the global age*. Berkshire: Open University Press.
- Dearing, J. W. & Rogers, E. (1996) *Communication concepts 6: Agenda-setting*. Thousand Oaks: Sage.
- Hall, S. (Ed.) (2003) *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Londen: Sage.
- Jensen, K. B. (2002) *A handbook of media and communication research: Qualitative and quantitative methodologies*. Londen: Routledge.
- Kellner, D. M. (1995) *Media culture: cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. Londen: Routledge.
- Kellner, D. M. & Durham, M. G. (2012) 'Adventures in media and cultural studies: Introducing the key works', pp. 1-23 in M. G. Durham & D. M. Kellner (eds.) *Media and cultural studies: Key works (second edition)*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Lewis, J. (2006) 'News and the empowerment of citizens', *European Journal of Cultural Studies*, 9(3): 303-319.
- McQuail, D. (2010) *McQuail's mass communication theory, 6<sup>th</sup> Ed.* Londen: Sage.
- Mouffe, C. (2005) *On the political*. New York: Routledge.
- Foucault, M. (1969/1996) 'What is an Author?' (J. Harari, Vert.), pp. 923-928 in C. Harrison & P. Wood (eds.) *Art in theory. 1900-1990. An anthology of changing ideas*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Silverstone, R. (2007) *Media and morality: On the rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press.
- Street, J. (2010) *Mass media, politics and democracy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Van Zoonen, L. (1999) *Media, cultuur en burgerschap*. Amsterdam: Het Spinhuis.

***I.***  
***Media en Politiek***

# Nieuwsmedia, democratisch debat en ideologische culturen

Pieter Maesele & Daniëlle Raeijmaekers

## Abstract

Enorme democratische uitdagingen en een hernieuwde belangstelling voor ideologie roepen klassieke vragen op in verband met de maatschappelijke rol van media in democratische samenlevingen en de relatie tussen media, macht en democratie. Met maatschappelijke ontwikkelingen als ontzuiling van het medialandschap en depolitisering van het politieke discours als achtergrond, levert dit hoofdstuk een bijdrage aan dit debat. Hiertoe wordt een analytisch kader ontwikkeld om na te gaan hoe de beeldvorming door nieuwsmedia kan geëvalueerd worden op de mate waarin democratisch debat en burgerschap worden bevorderd of beperkt met betrekking tot diverse maatschappelijke vraagstukken. Dit wordt vervolgens geïllustreerd aan de hand van recent onderzoek naar de berichtgeving door Vlaamse nieuwsmedia over de federale regeringsonderhandelingen van 2010-2011. We besluiten met enkele beschouwingen over (onderzoek naar) de relatie tussen Vlaamse nieuwsmedia en democratisch debat in de 21<sup>ste</sup> eeuw.

## Inleiding

Een oude Chinese vloek luidt: ‘Moge je in boeiende tijden leven’. Deze vloek had als doel iemand anders tijden van chaos, onzekerheid en instabiliteit toe te wensen. De 21<sup>ste</sup> eeuw heeft in dit verband ondertussen zowel op politiek, economisch, sociaal als ecologisch vlak, haar strepen verdiend. We denken maar aan de aanslagen en nasleep van 11 september 2001, de steeds duidelijkere invloed van klimaatveranderingen, de nucleaire catastrofe in Fukushima en de financieel-economische crisis sinds 2008 met haar vele vertakkingen, zoals het gecontesteerde strikte besparingsbeleid en de enorme werkloosheidscijfers van enkele Zuid-Europese landen. Dichter bij huis hebben we recent het record ‘langste regeringsvorming ooit’ verbroken na een diepgaande politieke crisis in een context van stijgend nationalisme. Deze diverse maatschappelijke vraagstukken brengen enorme democratische uitdagingen met zich mee, zowel op vlak van sociale rechtvaardigheid, gezondheid als milieu.

Deze ‘boeiende tijden’ roepen tegelijk een hernieuwde belangstelling op voor de rol van ideologie, zowel bij filosofen als bij nieuwsmedia. De titel van Žižeks boek *‘Eerst als tragedie, dan als klucht’* (2009) verwijst bijvoorbeeld naar hoe de aanslagen van 11 september eerst als tragedie en de financieel-economische meltdown vanaf 2008 vervolgens als klucht het liberalisme een fatale slag toebrachten: 11 september op politiek vlak, in de vorm van de liberaal-democratische utopie, en de financieel-economische crisis op economisch vlak, in de vorm van de utopie van het mondiale neoliberale kapitalisme. Žižek klaagt echter aan dat er daarentegen in de beeldvorming ideologisch geen vuiltje aan de lucht lijkt te zijn, met als gevolg dat niet alleen de denkkaders ontbreken om toekomstige vraagstukken op een succesvollere manier aan te pakken, maar ook dat de beeldvorming van en respons op beide gebeurtenissen de bestaande politieke, economische, sociale en ecologische problemen enkel heeft verdiept en verbreed. Schijnbaar in directe tegenstelling hiermee kiest Vlaanderens grootste kwaliteitskrant *De Standaard* ervoor om haar vernieuwde editie op maandag 28 januari 2013 in de markt te zetten aan de hand van een serie interviews onder de titel *‘De terugkeer van de ideologie’*. Het editoriaal van hoofdredacteur Bart Sturtewagen (28 januari 2013: 2) opent die dag met:



*De tijd dat de geschiedenis ten einde leek, is voorbij. Ideologie staat weer voluit op de voorgrond. De gedachte dat de waarheid in het midden lag en, belangrijker nog, dat we er allen belang bij hadden dat het zo was, bleek op een illusie gebaseerd. De belofte is verbroken. Het komt niet vanzelf goed op de gulden middenweg. We behoren dan toch niet allen van nature tot de veilige middenklasse. Er zijn winnaars en er zijn verliezers. En het spel wordt niet eerlijk gespeeld. Neen, macht spreekt het hoogste woord. En wie dat woord ondergaat, voelt zich machteloos en zoekt houvast. Ideeën die steun bieden, gedragen door gelijkgezinden, dat wordt het nieuwe betaalmiddel in het maatschappelijke debat.*

Deze ‘boeiende tijden’, met enorme democratische uitdagingen en een hernieuwde belangstelling voor ideologie, roepen klassieke vragen op met betrekking tot de maatschappelijke rol van media in democratische samenlevingen en de relatie tussen media, macht en democratie. In het licht van die democratische uitdagingen lijkt het meer dan ooit van belang dat nieuwsmedia berichten over de alternatieve analyses en beleidsprogramma’s die op het spel staan bij diverse maatschappelijke vraagstukken, zowel politiek en economisch, als sociaal en ecologisch. Hier stelt zich een duidelijke opdracht voor communicatiewetenschappers in het algemeen, en mediasociologen in het bijzonder, namelijk de analyse van de bijdrage van nieuwsmedia aan een breed democratisch, i.e. ideologisch-pluralistisch, debat. Dit hoofdstuk wil hieraan een bijdrage leveren aan de hand van een analytisch kader dat toelaat om na te gaan hoe de beeldvorming door nieuwsmedia geëvalueerd kan worden op de mate waarin democratisch debat en burgerschap worden bevorderd of beperkt met betrekking tot diverse maatschappelijke vraagstukken.

In de eerste paragraaf worden twee ontwikkelingen geschetst die een belangrijke invloed hebben op de vragen die dit hoofdstuk zich stelt, namelijk het debat over ontzuiling binnen communicatiewetenschappen en over depolitisering binnen politieke filosofie. Vervolgens ontwikkelen we een analytisch kader met als centrale onderzoeksvraag in welke mate nieuwsmedia bijdragen tot de beeldvorming van een maatschappelijk vraagstuk als een debat over politieke keuzes tussen alternatieve toekomsten, of integendeel, als een kwestie van technocratische besluitvorming en/of marktwerking; met andere woorden, tot processen van respectievelijk politisering of depolitisering. Dit wordt geïllustreerd aan de hand van recent onderzoek naar de berichtgeving door enkele Vlaamse nieuwsmedia over de regeringsonderhandelingen van 2010-2011. We besluiten met beschouwingen over (onderzoek naar) de relatie tussen nieuwsmedia en democratisch debat in de 21<sup>ste</sup> eeuw, met een focus op Vlaanderen.

## **Maatschappelijke ontwikkelingen**

In deze paragraaf worden twee ontwikkelingen besproken die zich weliswaar versneld hebben afgespeeld in de laatste decennia van de 20<sup>ste</sup> eeuw maar tot op vandaag nog steeds een belangrijke invloed uitoefenen op de relatie tussen nieuwsmedia en democratisch debat.

### ***Ontzuiling van het medialandschap***

Tot de jaren 1960 was België een verzuilde samenleving. Die kenmerkte zich door een vergaande organisatie van het dagelijks leven op grond van drie verschillende ideologieën - het katholicisme, socialisme en liberalisme - waardoor aparte werelden of zuilen ontstonden met afzonderlijke verenigingen en netwerken, zo ook politieke partijen (Huyse, 1987; Wintle, 2000). Ook binnen het medialandschap en de krantenmarkt in het bijzonder was deze ideologische scheiding aanwezig: ingebed in de sociale bewegingen en politieke partijen van

één van de zuilen functioneerden gepolitiseerde opiniekranten als woordvoerders voor een specifieke politieke familie of ideologie. In de algemene trend van ontzuiling maakt de ideologische identiteit van deze kranten tijdens de tweede helft van de 20<sup>ste</sup> eeuw langzaam maar zeker plaats voor een commercieel-strategisch profiel gebaseerd op marktcriteria, waarbij de verschillende kranten hun banden met sociale bewegingen en politieke partijen afwerpen (Biltreyst & Van Gompel, 1997). Vanuit de veronderstelling dat ontzuilde media hun waakhondfunctie ten opzichte van maatschappelijke machtsgroepen ten volle kunnen uitoefenen, werd deze verschuiving algemeen verwelkomd (De Bens & Raeymaeckers, 2010).

### ***Depolitisering van het politieke discours***

De tweede helft van de 20<sup>ste</sup> eeuw, en vooral de val van de Berlijnse Muur, heeft volgens verscheidene theoretici een post-ideologisch tijdperk ingeluid. De uitspraak ‘het einde van de geschiedenis’ staat hiervoor symbool (Fukuyama, 1992; Giddens, 1994). Door de overwinning van het kapitalisme en de liberale democratie over het ‘reëel bestaande socialisme’ voorzag men een toekomst waarbij het bestaan van fundamentele ideologische conflicten (gebaseerd op de categorieën links en rechts en de gelieerde sociale tegenstellingen) haar relevantie heeft verloren ten voordele van het geloof in een universele rationale consensus, waarbij tegengestelde waarden en belangen door experts kunnen worden verzoend via neutrale procedures en technische kennis. Een specifieke school van politieke filosofen bekritiseert deze conceptualisering echter als niet zozeer post-ideologisch, maar post-politiek en post-democratisch (Rancière, 1998; Žižek, 1999; Mouffe, 2005): de essentie van democratische politiek, namelijk de confrontatie van tegengestelde naar hegemonie strevende politieke projecten, wordt immers verlaten voor een *ge-de-politiseerd* technocratisch beheer van sociale, economische en ecologische vraagstukken binnen het kader van een onvermijdelijk hegemonisch neoliberal project en globale marktkrachten. In dit proces van depolitisering wordt het politieke omgevormd van een kwestie van ideologische strijd tot een kwestie van ‘goed bestuur’: besluitvorming wordt niet langer gebaseerd op politieke uitgangspunten, maar op expertgedreven kennis en een boekhoudkundige terminologie. Dit heeft als gevolg dat technocratische besluitvorming en marktoverwegingen het eigenlijke politieke debat vervangen. Een democratische strijd tussen alternatieve (economische, ecologische, ...) toekomst voorbij de gegeven socio-politieke status-quo wordt op die manier onmogelijk gemaakt.

### **Analytisch kader**

Vertrekkende vanuit bovenstaande bezorgdheden wordt in deze paragraaf een analytisch kader voorgesteld met als doel het evalueren van mediadiscoursen op de mate waarin zij een bijdrage leveren aan democratisch debat en burgerschap met betrekking tot specifieke maatschappelijke vraagstukken. Er wordt dieper ingegaan op de conceptuele fundamenteen, vooraleer de empirische keuzes aan bod komen. Eerst is het noodzakelijk om de bestaande conceptuele en empirische focus in vergelijkbaar onderzoek te verleggen.

### ***Van politiek naar het politieke***

Gedreven door de ontzuilingthese wordt internationaal en nationaal onderzoek naar pluralisme in de pers vooral gekenmerkt door (kwantitatieve) inhoudsanalyses naar de mate van *partisan media bias* in ontzuil(en)de of commerciële mediasystemen. Dit wordt geoperationaliseerd als de verschillende niveaus van aandacht voor (en evaluatie van) specifieke politici of politieke partijen door specifieke media (bv. Distelmans, 1999;

D'Alessio & Allen, 2000; Groseclose & Milyo, 2005; Larcinese, Puglisi & Snyder, 2011). Hier moeten echter twee kanttekeningen bij worden gemaakt: ten eerste hebben de processen van depolitiserende, ontzuiling en vermarkting niet alleen de profilering van media beïnvloed, maar ook die van politieke partijen: die zijn in het algemeen naar het politieke centrum opgeschoven in een strijd om het label 'volkspartij' te kunnen claimen (Verstraete, 2004). In deze context van ideologische convergentie is het potentieel misleidend om conclusies te trekken over ideologisch pluralisme op basis van partijvoorkeuren in mediaberichtgeving. Ten tweede mag men pluralisme niet beperken tot politiekgedreven kwesties, maar moet men dit verbreden naar de diversiteit van maatschappelijke vraagstukken: naast politiek, ook economisch, sociaal en ecologisch. Daarom is er nood aan een analytisch kader dat toelaat om deze - conceptuele en empirische - focus op politiek, in termen van politici en politieke partijen, te overstijgen ten voordele van een focus op het politieke: de ideologische assumpties en voorkeuren tegenover een gegeven politiek-maatschappelijke orde (Mouffe, 2005; Carvalho, 2007).

### *Conceptuele keuzes*

Conceptueel put dit kader hoofdzakelijk uit de politieke filosofie van de Belgische filosoof Mouffe (2005), met specifieke aandacht voor haar invulling van democratische politiek, debat en burgerschap. Aan de basis ligt de veronderstelling dat antagonisme<sup>1</sup> en conflict als constitutieve elementen gelden van democratische *politiek*. Elke vorm van consensus is immers gebaseerd op uitsluitingsmechanismen en de naturalisering<sup>2</sup> van bepaalde machtsrelaties, en verdient daarom continu geproblematiseerd te worden. Ten tweede heeft een goed functionerende democratie nood aan het botsen van politieke posities die collectieve identiteitsvormen aanbieden met duidelijk onderscheiden democratische posities, met andere woorden; aan een invulling van de wij/zij tegenstelling aan de hand van politieke categorieën. Een postpolitiek begrip van democratische politiek maakt van eenieder die het oneens is met die maatschappelijke consensus een fundamentalist, conservatief of extremist aan de hand van een moralisering en rationalisering van het politieke. Dit betekent dat de wij/zij tegenstelling, respectievelijk, in de morele categorieën van 'goed' of 'kwaad' wordt ingevuld, of geneutraliseerd wordt door aan de hand van 'rationele' argumenten tussen 'rationele' experts naar een consensus te streven. Andere auteurs (Goeminne, 2010; Swyngedouw, 2010) hebben hieraan toegevoegd hoe depolitiseringsprocessen de ruimte voor conflict en verzet sluiten door de beeldvorming te verschuiven van een politieke strijd tussen alternatieve maatschappijvisies naar een strijd tussen een 'wij', die wordt geuniversaliseerd en sociaal gehomogeniseerd (door structurele ongelijkheden en conflicten te negeren), en een 'zij', die wordt geëxternaliseerd en geobjectiveerd van tegenstander tot vijand<sup>3</sup>. Via het verwijderen van zowel fundamentele politieke tegenstellingen als van tegenstanders, door van deze laatste vijanden (van de consensus) te maken, maakt een consensuspolitiek het onderscheid tussen legitieme 'verantwoordelijke' deelnemers en illegitieme 'onverantwoordelijke' deelnemers in het debat, en ondermijnt daarmee een democratisch *debat*. Tevens wordt democratisch burgerschap ondermijnd omdat op die manier wordt vermeden dat collectieve identiteiten op basis van passie en verontwaardiging politiek worden gemobiliseerd in een democratisch proces (zie ook Auteur, 2015).

---

<sup>1</sup> Fundamentele maatschappelijke tegenstellingen.

<sup>2</sup> Een discursieve strategie waarbij wat contingent is wordt omgevormd tot iets natuurlijk, onvermijdelijk en vanzelfsprekend (Carvalho, 2008).

<sup>3</sup> Zie 'CO2' in het klimaatdebat en 'migranten' en 'Franstaligen' al enkele decennia in het politieke debat.

Hieruit leiden we niet enkel af dat vanuit het perspectief van democratische politiek een analytische keuze vóór politisering en conflict boven consensus moet worden gemaakt, maar tevens dat democratisch debat en burgerschap worden beperkt aan de hand van processen van depolitisering en aangemoedigd aan de hand van processen van politisering. Een analytisch kader dat het mogelijk maakt om mediadiscoursen te evalueren op de mate waarin zij een bijdrage leveren aan democratisch debat en burgerschap veronderstelt dus de volgende accumulatieve niveaus: ten eerste, de erkenning dat aan elk maatschappelijk vraagstuk een ideologisch conflict ten grondslag ligt. Ten tweede, de nood aan de creatie van een discursieve ruimte om de aard en mate van ideologische strijd en verzet bloot te leggen. Ten derde, de identificatie binnen die ruimte van discursieve strategieën die erop uit zijn haar ofwel opnieuw te sluiten (depolitiseren) of haar te cultiveren (politiseren). In het eerste geval worden bijvoorbeeld op basis van de assumptie van een (bestaande, dus vooraf gedefinieerde) morele, rationele, wetenschappelijke of economische consensus, de legitieme eisen van verantwoordelijke actoren onderscheiden van de illegitieme radicale eisen van onverantwoordelijke actoren. Hierdoor wordt niet alleen één specifieke handelingswijze genaturaliseerd tot een noodzakelijkheid, maar wordt een tegensprekelijk (ideologisch) debat geëvacueerd ten voordele van consensuele technocratische besluitvorming en/of ('vrije') marktwerking: hierbij wordt de *site of struggle* verschoven van een ideologische strijd tussen alternatieve toekomsten naar een strijd tussen goed en kwaad, rationeel en irrationeel, wetenschappelijk en niet-wetenschappelijk, en economisch en niet-economisch. In het geval van politisering worden de tegengestelde assumpties, waarden en belangen die tegengestelde posities onderliggen, onthuld in plaats van verhuld, door die te relateren aan onderliggende alternatieve maatschappijvisies, die zo onderwerp van publiek debat worden gemaakt. Op die manier wordt niet alleen een democratisch debat mogelijk gemaakt tussen botsende, maar legitieme, eisen van politieke tegenstanders, maar ook een democratische strijd tussen alternatieve toekomsten voorbij de gegeven socio-politieke status-quo (zie ook Auteur 2014; Auteur, 2014; Auteur, 2015). Conceptueel komen we dan tot volgend onderzoekskader: wanneer nieuwsmedia bijdragen tot de beeldvorming van een maatschappelijk vraagstuk als een (ideologisch) debat over politieke keuzes tussen alternatieve toekomsten, dus tot processen van politisering, dan worden democratisch debat en burgerschap bevorderd. Dragen ze daarentegen bij tot een beeldvorming van een maatschappelijk vraagstuk als een (vooraf gedefinieerde, consensuele) kwestie van technocratische besluitvorming en/of marktwerking, dus tot processen van depolitisering, dan worden democratisch debat en burgerschap beperkt.

### ***Empirische keuzes***

Om de combinatie van een diepgaande analyse van discursieve strategieën en ideologische assumpties en voorkeuren mogelijk te maken, is een sterke focus op taalgebruik of discours en de relatie tussen discoursen enerzijds en specifieke sociale, politieke en culturele contexten anderzijds noodzakelijk. Sociaal-constructivistische discoursanalyses starten in het algemeen vanuit de veronderstelling dat taalgebruik geen neutrale reflectie vormt van onze omgeving, identiteiten en sociale relaties, maar integendeel, een actieve rol speelt in hun creatie en verandering (Jørgensen & Phillips, 2002). Kritische discoursanalyse (*Critical Discourse Analysis*, CDA) in het bijzonder begrijpt discoursen als sociale praktijken die in een dialectische relatie staan met andere sociale dimensies: discoursen geven niet alleen vorm aan maatschappelijke structuren, maar worden er tegelijk ook door gevormd. Door taalgebruik binnen een maatschappelijke context empirisch te onderzoeken, wil CDA de rol van discursieve praktijken in de creatie en reproductie van (ongelijke) machtsrelaties, begrepen als ideologische effecten, blootleggen. Als kritische benadering neemt CDA een politiek geëngageerde positie tot emancipatie en maatschappelijke verandering in.

Met betrekking tot de rol van ideologie in mediadiscoursen putten we uit het werk van Carvalho (2007; 2008). Zij definieert ideologie als een systeem van waarden, normen en politieke voorkeuren, gelinkt aan een actieprogramma versus een gegeven politiek-maatschappelijke orde. Mensen verhouden zich immers tot elkaar en de wereld op basis van hun waardeoordelen, ideeën over hoe de wereld er zou moeten uitzien, en geprefereerde bestuursvormen. Ideologieën zijn dus zowel axiologisch, normatief als politiek, en houden tegengestelde analyses in van de spanning tussen een bestaande toestand en een ideale wereld. De breuklijnen waarop die analyses plaatsvinden kunnen levensbeschouwelijk (relatie tussen overheid en religie), sociaal-economisch (relatie tussen markt en overheid), communautair (relatie tussen federale en regionale bestuursniveaus), milieutechnologisch (relatie tussen mens, technologie en leefmilieu), ... zijn. Carvalho (2007) benadrukt dat ook al worden waarden en normen bij een gemeenschappelijke ideologische voorkeur in sterke mate gedeeld, toch betekent dit niet dat het individu die op een uniforme en statische manier internaliseert. Daarom schuift zij het concept van ideologische culturen naar voor: dit benadrukt niet enkel hun sociaal geconstrueerde aard maar laat ook een zekere ruimte voor diversiteit en pluralisme. Ideologische culturen staan dan voor een gemeenschap aan ideeën, waarden en preferenties binnen mediaorganisaties en hun specifieke doelgroepen. Haar onderzoek heeft aangetoond hoe onderscheiden ideologische culturen gevolgen hebben voor de selectie, interpretatie en presentatie van sleutelementen in nieuwsberichtgeving, zoals specifieke rationaliteitclaims, hun bronnen en potentiële gevolgtrekkingen voor individuele of bestuurlijke handelingen.

Om haar media-onderzoek transparent en systematisch te kunnen voeren, heeft Carvalho een empirisch CDA-kader ontwikkeld. Het kader combineert een tekstuele analyse van individuele nieuwsartikels met een contextuele analyse. De tekstuele analyse bestaat uit zes aandachtspunten: structuur en lay-out (waar en hoe wordt het artikel gepubliceerd?), discoursobjecten (welke thema's maken deel uit van de berichtgeving?), maatschappelijke actoren (over wie wordt gesproken, en wie krijgt framingpower om de termen van het debat te bepalen?), taal en retoriek (welke specifieke woorden, metaforen of schrijfstijl worden gehanteerd?), discursieve strategieën (welke argumentatiestructuren zijn opgezet om het debat in een bepaalde richting te sturen?), en ideologische voorkeuren (welke axiologische, normatieve en politieke aanspraken worden gemaakt?). De laatste twee eerder macro-analytische elementen zijn essentieel voor de identificatie van ideologische culturen. De tekstuele analyse wordt gekoppeld aan een contextuele analyse, die een vergelijking maakt tussen de berichtgeving (i) op verschillende momenten in de tijd (een historisch-diachronische analyse) en/of (ii) van verschillende media (een comparatief-synchronische analyse).

Bovenstaand analytisch kader laat toe om mediaberichtgeving te onderzoeken met betrekking tot volgende concrete vragen: in welke mate vinden we processen van de/politisering terug en hoe kunnen die gelinkt worden aan specifieke axiologische, normatieve en politieke aanspraken? En kunnen we hieruit vervolgens verschillende ideologische culturen onderscheiden?<sup>4</sup> In de volgende paragraaf wordt het kader geïllustreerd aan de hand van een bespreking van recent onderzoek naar de berichtgeving door enkele Vlaamse nieuwsmedia over de regeringsonderhandelingen van 2010-2011.

---

<sup>4</sup> Deze empirische keuzes laten aldus toe om een oppervlakkig gebruik van de concepten 'links' en 'rechts', waarbij bijvoorbeeld nieuwsorganisaties of maatschappelijke actoren voorafgaandelijk aan het eigenlijke onderzoek een dergelijk label krijgen opgespeld, te vermijden. Immers, voor elk maatschappelijk vraagstuk wordt per ideologische breuklijn nagegaan welke posities worden ge(de)legitimeerd. Op basis hiervan kan vervolgens afgeleid worden hoe 'links' of 'rechts' nieuwsorganisaties of maatschappelijke actoren zich in specifieke gevallen uitdrukken.

## Case study: De regeringsonderhandelingen 2010-2011

Na de federale verkiezingen van 13 juni 2010 duurt het 541 dagen voor een nieuwe regering de eed aflegt. Een absoluut wereldrecord. Deze context van diepgaande politieke crisis vormt aldus een uitgelezen case ter illustratie. Aan de hand van een kritische discoursanalyse op vijf crisismomenten<sup>5</sup> van de formatie werd de editorialiserende<sup>6</sup> berichtgeving van vier Vlaamse nieuwsmedia onderzocht, met een focus op de communautaire en sociaal-economische breuklijn (Auteur, 2014). Uit het Vlaamse krantenlandschap worden de twee zogenaamde kwaliteitskranten *De Morgen* en *De Standaard* geselecteerd en de meest verkopende (populaire) krant *Het Laatste Nieuws*. Elke geselecteerde krant kent een verschillende ideologische achtergrond (in termen van politiek-filosofische stroming). *De Morgen* is de erfgenaam van twee socialistische kranten en profileert zichzelf vandaag als een progressieve krant. *De Standaard* had ooit een uitgesproken katholieke en pro-vrije-markt-editoriale lijn, maar profileert zich vandaag als een centrumkrant. *Het Laatste Nieuws*, ten slotte, is opgericht als Vlaams, liberaal en vrijzinnig dagblad voor het ‘gewone volk’. Het volkse karakter werd over de jaren steeds meer beklemtoond en vandaag is het vooral een populaire krant met veel aandacht voor human interest, regionaal nieuws en sport (De Bens & Raeymaeckers, 2010). Daarnaast wordt ook het online nieuwsmedium *De Wereld Morgen* meegenomen. Het wil een stem geven aan het bredere maatschappelijke middenveld en omschrijft haar berichtgeving als onafhankelijk, maar onvermijdelijk subjectief. Het onderzoeksopzet is erop gericht om uitspraken toe te laten over het onderscheid tussen traditionele en alternatieve nieuwsmedia door de berichtgeving van drie ontzuidde kranten die deel uitmaken van commerciële mediagroepen (*Het Laatste Nieuws*, *De Standaard* en *De Morgen*) te vergelijken met een nieuwswebsite die haar inkomsten vooral haalt uit het maatschappelijk middenveld, zowel milieu-, Noord-Zuid- als socio-culturele organisaties (*De Wereld Morgen*).

### *De communautaire breuklijn*

Een maand na de verkiezingen wordt Di Rupo aangesteld als preformateur en worden de onderhandelingen opgestart. De eerste prioriteit is de zesde staatshervorming, die handelt over de verhouding tussen federale (België) en regionale (Vlaanderen en Wallonië) bestuursniveaus. Met betrekking tot die communautaire breuklijn hanteren de kranten tijdens Di Rupo's periode als preformateur (berichtgeving 19/08 - 06/09/2010) eenzelfde probleemdefinitie: er moet een staatshervorming komen en die kan enkel gelijkstaan aan meer regionale autonomie (*De Morgen*, 19/08, 30/08, 31/08; *De Standaard*, 19/08, 21/08, 23/08, 26/08, 02/09; *Het Laatste Nieuws*, 31/08). Hieronder volgen enkele sprekende voorbeelden:

*Als het te lang vastgeroeste Belgische nationaliteitenconflict niet in een nieuw licht kan worden gezien, is er geen gezamenlijke toekomst. Dan komt toch de dag dat de Vlamingen tot*

---

<sup>5</sup> Deze momenten zijn: Bart de Wever voert de verkennende gesprekken als informateur (case 1: 14/06-10/07/2010), Elio Di Rupo start de onderhandelingen tussen zeven partijen als preformateur (case 2: 19/08 – 06/09/2010), Bart De Wever schrijft een nota als verduidelijker (case 3: 01/10 – 25/10/2010), Johan Vande Lanotte dient als bemiddelaar een nota in bij de onderhandelende partijen (case 4: 03/01-05/02/2011), en de onderhandelingen over het sociaal-economische luik eind november 2011 geleid door formateur Di Rupo (case 5: 14/11-14/12/2011).

<sup>6</sup> Editoriaal worden algemeen beschouwd als de enige plaats waar expliciet standpunten door een krant worden ingenomen en aspecten worden aangeklaagd (Fowler, 1991), waardoor ze als indicatief voor de ideologische cultuur en specifieke politiek-ideologische positionering doorgaan. Voor de kranten *Het Laatste Nieuws*, *De Standaard* en *De Morgen* werden respectievelijk dertien, veertien en tien editoriaalen geanalyseerd. Aangezien *De Wereld Morgen* enkel op internetbasis bestaat en niet werkt volgens het principe van een dagelijks editoriaal, werden zes artikelen geselecteerd in overleg met de redacteurs.

*hun verbazing krijgen wat ze vroegen. Dan beleven de Franstaligen de bevestiging van hun ergste vrees. [...] Wie wint en wie verliest staat niet bij voorbaat vast. De tijd brengt altijd nieuwe verrassingen. Autonomie en responsabilisering zijn geen eindpunt, maar een begin. Wat nieuwe hefboomen brengen, hangt in de eerste plaats af van wie ze bedient. (Sturtewagen, De Standaard, 23/08)*

*Het [communiqué van de koning] is, zeker voor de Franstaligen, niet het meest vanzelfsprekende pad, maar wel het enige juiste. Nooit gedacht dat we ooit tot deze conclusie zouden komen, maar daarmee tonen het paleis en zijn discrete adviseurs zich als de meest stabiele, betrouwbare en rationeel denkende spelers op het politieke schaakbord van dit land. [...] om 'de duurzame financiering van de federale staat' te vrijwaren moet de manier waarop de overheden hun geld krijgen herzien worden. In het communiqué worden alle elementen aangeraakt die de nieuwe financieringsregeling moet bevatten: fiscale responsabilisering van de deelstaten, ademruimte voor de federale staat en solidariteit. (Eeckhout, De Morgen, 19/08)*

*De huidige ordening van België is geen wet die door een god werd opgelegd. De ordening moet evolueren omdat de maatschappij niet statisch is en de omstandigheden anders zijn dan 20 jaar geleden. [...] De bedoeling van de voorliggende staatshervorming ["een vrij uitgebreide overdracht van bevoegdheden en middelen, de splitsing van B-H/V, meer fiscale autonomie, een stuk responsabilisering, herziening van het geheel van de geldstromen", 30/08] is meer kansen te bieden voor een goed bestuur aan regeringen en alle regio's. (Van Der Kelen, Het Laatste Nieuws, 31/08)*

Het democratisch debat wordt op verschillende manieren beperkt: *De Morgen* onderscheidt stabiele, betrouwbare en rationeel-denkende spelers die voor het juiste pad van meer regionale autonomie kiezen van onbetrouwbare en irrationele spelers (die mogelijks voor alternatieve paden kiezen). De meningsverschillen rond de financieringswet<sup>7</sup> worden doorgaans gereduceerd tot een discussie tussen twee homogene groepen; een Vlaamse 'wij' en een Franstalige 'zij' (*Het Laatste Nieuws*, 19/08, 26/08, 31/08; *De Morgen*, 19/08, 21/08, 25/08), waarbij vooral *De Standaard* een onderscheid maakt tussen een verantwoordelijke responsabiliteitsvisie<sup>8</sup> van de Vlamingen versus een onverantwoordelijke solidariteitsvisie<sup>9</sup> van de Franstaligen (*De Standaard*, 21/08, 24/08).

In tegenstelling tot de kranten start *De Wereld Morgen* vanuit een probleemdefinitie waarbij de staatshervorming niet beperkt wordt tot meer regionale autonomie (17/08, 25/08): men onderscheidt namelijk twee logica's (17/08), waarbij een verdelende of regionaliserende logica benoemd wordt als dominante logica, en de gedepolitiseerde positie van die logica doorbroken wordt door een alternatief te presenteren in de vorm van een verbindende of federaliserende logica. Dat gebeurt door de exclusieve regionalisering te presenteren als een onvolledige en ondoordachte logica die het disfunctioneren van onze samenleving tot gevolg heeft, omdat datgene wat alle Belgische inwoners (los van taal en woonplaats) bindt van geen belang is in deze logica, en een versterking van de rol van de overheid op vlak van openbare

---

<sup>7</sup> In deze wet wordt vastgelegd hoeveel geld van de federale overheid naar de gewesten en gemeenschappen vloeit.

<sup>8</sup> Verwijzend naar fiscale autonomie: het principe waarbij de deelstaten verantwoordelijk worden voor hun eigen middelen

<sup>9</sup> Verwijzend naar het principe waarbij die regio's waarvan de opbrengst van de personenbelasting hoger ligt dan het gemiddelde bijdragen aan die regio's waar die lager ligt.

diensten of algemene maatschappelijke problemen op die manier geen onderwerp van maatschappelijk debat vormt:

*Een verdelende logica [...] Het is de logica van een staatshervorming waarbij het staatshuishouden steeds verder wordt opgesplitst, de logica van inmiddels al vijf andere staatshervormingen sinds 1970 [...] Maar er is ook een andere logica mogelijk [...] Een echt integraal federalisme huldigt net deze verbindende logica [...] net voor het Belgische bestuursniveau weigeren onze Belgische politici al decennia een dergelijke logica te hanteren. Ze willen niet uitzoeken wat ons werkelijk bindt als Vlamingen, Walen of Brusselaars, als Nederlands-, Frans- of Duitstaligen. En zo maken ze een stuurloos land waarin de echte problemen niet worden aangepakt. Het is een uiterst opvallende vaststelling. Totaal afwezig in de regeringsvorming is de versterking van het publieke initiatief en van openbare diensten, op welk niveau dan ook. (Barrez, De Wereld Morgen, 17/08)*

De daaropvolgende weken slagen de formatieleiders (respectievelijk preformateur Di Rupo, en bemiddelaars Flahaut en Pieters) er niet in om de communautaire standpunten van de onderhandelende partijen dichter bij elkaar te brengen. Bart De Wever wordt daarom belast met een ‘verduidelijkingsopdracht’ (berichtgeving 01/10 - 25/10/2010). In afwachting van een akkoord, kiest Tegenbos (*De Standaard*) duidelijk kant in de discussie rond de financieringswet:

*De Franstalige partijen moeten het allereerste beginsel van goed bestuur aanvaarden en de Vlaamse moeten meteen een spreiding in de tijd daarvan aanvaarden. Het eerste beginsel luidt dat wie geld wil uitgeven, minstens een deel daarvan zelf aan de eigen bevolking moet durven vragen. Fiscale autonomie heet dat. Die geldt in elk federaal land. Behalve in België. Het blijft verbazen dat de Franstalige partijen daar zo bang van zijn. (Tegenbos, De Standaard, 01/10)*

Zijn discursieve constructie bestaat erin om fiscale autonomie te depolitiseren als het basisprincipe van goed bestuur. Door fiscale autonomie als een noodzakelijk en vanzelfsprekend (‘alle andere landen hebben dit al lang ingezien’) element voor te stellen, wordt elke alternatieve eis gedelegeitimeerd. Opnieuw worden Vlamingen en Franstaligen voorgesteld als twee homogene groepen. Dit discursieve aspect komt nog duidelijker naar voor in Tegenbos’ editoriaal van 4 oktober 2010, getiteld ‘Wat willen de Vlamingen?’, waarin hij fiscale autonomie presenteert als een algemeen gedeelde Vlaamse eis. Callewaert van *De Wereld Morgen* delegitimeert die discursieve constructie van Tegenbos:

*Maar voor zinnige argumenten is er in dit hysterische debat al lang geen plaats meer. “Wat willen de Vlamingen?”, bloklettert De Standaard (je weet wel die krant die altijd vindt dat Franstalige kranten te militant zijn). Het antwoord: zoveel mogelijk splitsen. Weg debat, weg nuance. (Callewaert, De Wereld Morgen, 04/10)*

Het doorprikken van deze discursieve constructie opent de ruimte voor alternatieve visies: het politiseert het frame van fiscale autonomie en maakt opnieuw ruimte voor een maatschappelijk debat. Het discours in *De Morgen* en *Het Laatste Nieuws* is initieel gericht op louter partijpolitieke ontwikkelingen en de commentatoren spreken zich pas uit over de invulling van de financieringswet bij het verschijnen van de nota De Wever, waarin nadrukkelijk wordt ingezet op financiële en fiscale autonomie. Het editoriaal van *Het Laatste Nieuws* sluit naadloos aan bij het discours van *De Standaard*. Van Der Kelen construeert fiscale autonomie als een ‘logische’ evolutie: ‘Het zou voor iedereen zonneklaar moeten zijn



dat alle bestuursentiteiten geresponsabiliseerd moeten worden voor hun beleid en moeten beschikken over fiscale autonomie' (Van Der Kelen, *Het Laatste Nieuws*, 18/10).

Voor *De Morgen* vormt de nota een ontegensprekelijke basis voor hernieuwde communautaire verhoudingen. Weliswaar zet Desmet de deur op een kier en laat hij ruimte voor (detail)aanpassingen door Franstalige partijen.

*En ongetwijfeld zijn er [door de Franstaligen] nog opmerkingen te maken en zal er nog verder moeten onderhandeld worden over timing en modaliteiten. Maar deze tekst wegblazen als een compleet onevenwichtig en onredelijk voorstel van een onverbeterlijk separatist is bijzonder moeilijk. Deze tekst is niet te nemen of te laten, maar men kan niet ontkennen dat hij een basis kan vormen voor een doorstart van de onderhandelingen.* (Desmet, *De Morgen*, 18/10)

De onderzochte nieuwsmedia hebben echter gemeen dat het communautaire aan het sociaal-economische luik wordt gekoppeld: de communautaire hervormingen worden geconstrueerd als hét middel om sociaal-economische veranderingen door te voeren (*De Standaard*, 23/08, 24/08, 31/08, 04/09; *De Morgen*, 21/08, 30/08; *Het Laatste Nieuws*, 31/08; *De Wereld Morgen*, 17/08):

*Een nieuwe financieringswet, in het licht van de budgettaire sanering over een periode van vijf jaar, is de sleutel tot het geheel.* (Van Der Kelen, *Het Laatste Nieuws*, 31/08)

*Belangrijkste punt dat nog getrancheerd moet worden is de financieringswet, de bloedsomloop van de Belgische staatsfinanciën. Dat is ook nodig, niet alleen om de verschillende deelstaten meer financiële verantwoordelijkheid te geven, maar ook omdat je anders de staatsfinanciën gewoon niet meer op orde krijgt. Want waar de gesprekken nog nauwelijks over zijn gegaan, is de gigantische besparingsinspanning van 25 miljard euro die moet worden geleverd door alle overheden van het land.* (Desmet, *De Morgen*, 21/08)

*Het heeft echter ook geen zin een communautair akkoord te sluiten dat straks de onvermijdelijke saneringsoperatie van 25 miljard onmogelijk maakt of hypothekeert.* (Sturtewagen, *De Standaard*, 31/08)

*Maar al twee maanden gaat het dus niet over deze talrijke problemen [de financiële crisis, energie, werk en de inkomenskloof] die allemaal ook echt moeten opgelost geraken. [...] de twee – de vorm en de inhoud, het middel en het doel - zijn onlosmakelijk verbonden. [...] Als die vele problemen en uitdagingen smeken om meer publieke hefboomen en overheidsinitiatief.* (Barrez, *De Wereld Morgen*, 17/08)

Na het mislukken van Vande Lanotte (berichtgeving 03/01 - 05/02/2011) gaat *De Standaard* dieper in op hoe het communautaire luik precies met het sociaal-economische samenhangt: op 08/01 lezen we 'de onaangepaste staatsstructuur is juist de fundamentele oorzaak van de zwakte van dit land', en enkele dagen later wordt 'zwak' ingevuld door België met Duitsland te vergelijken:

*Duitsland is een normaal federaal land, met zestien deelstaten en een gerijpte federale cultuur, waar ook conflictoplossende structuren aanwezig zijn. België is een tweelandenland [dat] geen conflictoplossingsmethodes [heeft], alleen blokkeringsmechanismen die altijd in het voordeel spelen van degene die geen verandering wil. [...] Duitsland wel en dat land loopt*

*nu voorop in Europa. België loopt achterop en is daardoor bijzonder kwetsbaar.* (Tegenbos, *De Standaard*, 11/01)

Vanuit een vergelijking tussen het (bejubelde) Duitse<sup>10</sup> en het (zwakke) Belgische sociaal-economische beleid wordt de bestaande staatsstructuur gekaderd als abnormaal en onaangepast, aangezien wat voorgesteld wordt als een ‘normale’ evolutie enkel door onwil of onbegrip - namelijk blokkeringmechanismen of onterechte angst - wordt tegengehouden.

### ***De sociaal-economische breuklijn***

Ook bij het debat over het sociaal-economische luik wordt vanaf het begin van de formatieperiode (berichtgeving 14/06 - 10/07/2010) vertrokken van eenzelfde probleemdefinitie, namelijk de onvermijdelijkheid van een grootschalige overheidssanering waarbij er slechts in heel beperkte mate debat plaatsvindt over de verhouding tussen besparingen (uitgaven beperken) en belastingen (inkomsten verhogen) (*De Standaard*, 19/06, 22/06, 23/06, 02/07; *De Morgen*, 14/06, 15/06, 17/06, 10/07; *Het Laatste Nieuws*, 15/06, 19/06). Uit de analyse blijkt dat in het sociaal-economisch discours van elke krant de waarde marktconcurrentie centraal staat. In *De Standaard* en *Het Laatste Nieuws* wordt een stevige concurrentiepositie duidelijk geassocieerd met een beperktere (minder uitgaven) en goedkopere (minder belastingen) overheid.

*Het is wachten op concrete plannen om de werking van al onze overheden samen goedkoper te maken. De concurrentie tussen landen speelt op alle niveaus, ook op dat van de werking van de staat. [...] Matigen, besparen, ontvetten, vereenvoudigen en vernieuwen. Het zal allemaal tegelijk moeten. En niet halfhartig, maar met volle kracht.* (Sturtewagen, *De Standaard*, 23/06)

*Een land moet in iets het best zijn [...] België is wel goed in belastingen [...] In zo'n land zou het pure waanzin zijn om de globale belastingdruk nog te verhogen [...] We zijn nog ergens goed in: in het aantal ambtenaren en overheidsuitgaven. Unizo-chef Karel Van Eetvelt heeft zijn studiedienst ons overheidsapparaat eens naast dat van Nederland laten leggen [...] De overheid kost bij ons veel meer [...] Men zou verwachten dat de beleidsverantwoordelijken in zo'n land zouden beginnen met de nadruk te leggen op het terugdringen van de uitgaven. Niet in België.* (Van Der Kelen, *Het Laatste Nieuws*, 17/06)

Doordat een belastingverhoging ofwel niet wordt vermeld als beleidskeuze (zie *De Standaard*), ofwel compleet wordt gedelegeerd (zie *Het Laatste Nieuws*), wordt de mate van democratisch debat sterk beperkt. Hoewel *De Morgen* hogere belastingen wel aanhaalt en zelfs legitimeert als ‘onvermijdelijk’, opent ze hierrond toch geen democratisch debat. Ze kadert het immers als een louter boekhoudkundige, dus geen politiek-maatschappelijke of -ideologische, keuze.

*Nochtans was de vraag [welke nieuwe belastingen] meer dan terecht, want ook gouverneur Guy Quaden van de Nationale Bank acht een belastingverhoging ‘onvermijdelijk’ [...] Quaden laat er geen misverstand over bestaan: besparingen en wat extra strijd tegen de fiscale fraude zullen niet voldoende zijn om dat gat dicht te rijden, de overheid heeft ook nieuwe inkomsten nodig. Vandaag worden die inkomsten in hoofdzaak gehaald bij wedden en lonen, wat de Belgische arbeid duur en onconcurrentieel maakt ten overstaan van de*

---

<sup>10</sup> Een (neoliberaal) beleid van competitieve loonmatiging en flexibiliserende arbeidsmarkthervormingen.

*buurlanden, en de Belgische loon- en weddetrekkende tot een van de meest belaste ter wereld. [...] Het zal dus van elders moeten komen, en het zal snel moeten komen. (Desmet, De Morgen, 17/06)*

Tijdens de laatste maand van de onderhandelingen (berichtgeving 14/11 - 14/12/2011) uiten de kranten geregeld hun ongenoegen over de trage gang van zaken. Ze beschouwen het gevoerde politieke debat over de richting van het sociaal-economische beleid als contraproductief en benadrukken dit wanneer de *Europese Commissie* (EC) in de aanloop naar een sociaal-economisch akkoord de zes beleidsaanbevelingen voor België uit juni 2011 herhaalt (*De Standaard*, 14/11, 15/11, 06/12; *Het Laatste Nieuws*, 14/11, 16/11, 19/11, 21/11, 23/11; *De Morgen*, 23/11). De aanbevelingen gaan allemaal in de richting van meer marktwerking in de samenleving en worden voorgesteld als normale elementen van een onvermijdelijke en noodzakelijke ontwikkeling. Bovendien worden ze aangegrepen om te overwegen of om die reden een *technocratisch* bestuur van de EC niet valt te verkiezen boven de nationale democratische besluitvorming (*De Standaard*, 14/11; *De Morgen*, 23/11; *Het Laatste Nieuws*, 14/11, 16/11, 21/11, 23/11). *De Wereld Morgen* spreekt zich pas uit over het sociaal-economische akkoord nadat de onderhandelingen zijn afgerond. Opmerkelijk is de benoeming van het soort economie waarnaar we volgens Barrez moeten evolueren: een sociaal-ecologische of ecologische economie. Dit is opvallend, want de kranten hebben het meestal gewoon over onze economie of de economie. Op die manier politiseert Barrez het debat rond de richting waarin de economie dient te evolueren.

*Daar ligt een immense uitdaging. De creatie van een economie die over enkele tientallen jaren voor iedereen voldoende welvaart voortbrengt met tienmaal minder CO2-uitstoot en tienmaal minder materialenverbruik. Wat dat betreft, is er nog niet in de verste verte enig echt beleid merkbaar [...] welk is het sturende en stimulerende beleid dat letterlijk het nuttige werk creëert waarmee we een ecologische economie bouwen? (Barrez, De Wereld Morgen, 09/12)*

### ***Ideologische culturen***

Uiteindelijk komen twee ideologische culturen uit de analyse naar voor. Een eerste ideologische cultuur (centraal in *De Standaard* en *Het Laatste Nieuws*) wordt gekenmerkt door het gebruik van discursieve strategieën met een depoliteerderend doel: de bepleite evolutie naar meer regionale autonomie en sociaal-economische hervormingen worden genaturaliseerd door hen steeds voor te stellen als normale elementen van een onvermijdelijke en noodzakelijke ontwikkeling, waarbij beleidsmaatregelen niet alleen hoofdzakelijk worden bepleit in boekhoudkundige termen, maar politiek-ideologisch debat in bepaalde gevallen zelfs expliciet als contraproductief wordt beschouwd. Verder wordt deze gekenmerkt door neoliberale waarden als marktliberalisme en -concurrentie: meer regionale autonomie moet samen met sociaal-economische hervormingen leiden tot een afbouw van de overheid zodat de markt vrijer kan spelen. In een tweede ideologische cultuur (centraal in *De Wereld Morgen*) dienen de discursieve strategieën een politiserend doel, waarbij niet alleen alternatieven worden aangeboden, maar ook achterliggende maatschappijvisies worden benoemd en onderwerp van publiek debat gemaakt. Hier spelen sociale verantwoordelijkheid, solidariteit en een actieve en sturende overheid een belangrijke rol: via federalisering kunnen alle overheden versterkt worden. Het discours van de krant *De Morgen* leunt sterk aan bij de andere kranten, met die nuance dat *De Morgen* andere visies op zowel communautair als sociaal-economisch wel beschrijft, maar tegelijk het hegemonisch kader niet in vraag stelt en die visies als dusdanig geen volwaardig onderwerp van debat maakt.

## Discussie

Deze illustratie van het ontwikkelde analytisch kader wijst op het bestaan van twee ideologische culturen. Hier valt op dat deze twee ideologische culturen geen voorbeelden zijn van tegengestelde politiek-ideologische projecten op zich, maar te onderscheiden zijn op basis van discursieve strategieën die er ofwel op uit zijn om de discursieve ruimte voor ideologisch conflict, en dus democratisch debat en burgerschap, te sluiten, ofwel te openen en te cultiveren. Hieruit blijkt dat de erkenning dat aan elk maatschappelijk vraagstuk een ideologisch conflict ten grondslag ligt, en dus de legitimiteit van een breed democratisch debat, precies datgene is wat de geïdentificeerde ideologische culturen onderscheidt. De ideologische cultuur die gekenmerkt wordt door processen van depolitisering wordt gedreven door neoliberale waarden zoals marktliberalisme en concurrentie, wat niet alleen betekent dat dit hegemonische waarden (en dito belangen) zijn, maar ook dat democratisch debat hieromtrent zo goed als onbestaande is. Hieruit kunnen we besluiten dat democratisch debat en pluralisme in het 21<sup>ste</sup> eeuwse politiek-maatschappelijke en medialandschap afhankelijk zijn van de discursieve ruimte voor processen van politisering.

Deze resultaten lijken die school van politieke filosofen te bevestigen die ons tijdperk als post-politiek en post-democratisch beschrijven: het discours van de kranteneditoriaal evalueert de regeringsformatie voornamelijk op basis van onvermijdelijke technocratische en marktgerichte overwegingen, terwijl de lezer voor de confrontatie van fundamenteel tegengestelde politieke projecten beroep moet doen op het geselecteerde alternatieve medium, dat slechts een beperkt publiek bereikt. Deze resultaten lijken er dus op te wijzen dat de ontzuiling niet tot een ideologisch pluralistisch krantenlandschap heeft geleid, wel integendeel, dat de waakhondfunctie als zodanig aan sterke beperkingen onderhevig is.

In eerste instantie wijzen we op de noodzaak van meer onderzoek en dit op meer domeinen (economisch, sociaal en ecologisch), meer diverse media (televisie en radio) en onderzoeksniveaus (strategieën communicatoren en publieksniveau). De onderzoeksagenda die zich aldus aandient vormt geen oproep voor onderzoek naar te weinig onderzochte media of communicatiepraktijken (online representaties of *user generated content*, ...), maar voor een heroriëntering van onderzoeksvragen naar de maatschappelijke rol van media in democratische samenlevingen en de relatie(s) tussen media, macht en democratie.

Onze analyse lijkt alvast Žižeks aanklacht uit de inleiding te bevestigen. Uit de kranteneditoriaal blijkt op geen enkele manier dat neoliberale waarden onder vuur staan sinds de financieel-economische crisis is uitgebroken, wel integendeel. Tegelijk groeit enkel nieuwsgierigheid wat betreft de betekenis en gevolgen van Sturteuwagens uitspraken met betrekking tot de ‘terugkeer van de ideologie’ voor de positionering van *De Standaard*. Uit de analyses blijkt immers dat in deze krant neoliberale waarden en processen van depolitisering het meest consequent aan bod komen. Dat ideologie vóór 28 januari 2013 in *De Standaard* afwezig was, is alvast tegengesproken door bovenstaand onderzoek.

## Bibliografie

Auteur (2010; 2011; 2014; 2015)

Biltreyt, D. & Van Gompel, R. (1997) ‘Crisis and renewal of the fourth estate. On the post-war development of the Flemish newspaper press’, *Communications: The European Journal Of Communication Research*, 22(3): 275-300.

- Carvalho, A. (2007) 'Ideological cultures and media discourses on scientific knowledge: Re-reading news on climate change', *Public Understanding of Science*, 16(2): 223-243.
- Carvalho, A. (2008) 'Media(ted) discourse and society', *Journalism Studies*, 9(2): 161-177.
- D'Alessio, D. & Allen, M. (2000) 'Media bias in presidential elections: A meta-analysis', *Journal of Communication*, 50(4): 133-156.
- De Bens, E. & Raeymaeckers, K. (2010) *De pers in België: Het verhaal van de Belgische dagbladers gisteren, vandaag en morgen*. Tielt: Lannoo.
- Distelmans, B. (1999) 'De ontzuiling nabij? Een exploratief inhoudsanalytisch onderzoek naar verzuiling en ontzuiling van de naoorlogse geschreven pers in Vlaanderen', *Res Publica*, 41(4): 451-480.
- Fukuyama, F. (1992) *The end of history and the last man*. New York: Avon Books.
- Fowler, R. (1991) *Language in the news: Discourse and ideology in the press*. Londen: Routledge.
- Giddens, A. (1994) *Beyond left and right: The future of radical politics*. Oxford: Polity.
- Goeminne, G. (2010) 'Climate policy is dead, long live climate politics!', *Ethics, Place and Environment*, 13(2): 207-214.
- Groseclose, T. & Milyo, J. (2005) 'A measure of media bias', *The Quarterly Journal of Economics*, 120(4): 1191-1237.
- Huysse, L. (1987) *De verzuiling voorbij*. Leuven: Kritak Uitgeverij.
- Jørgensen, M. & Phillips, L. (2002) *Discourse as theory and method*. Londen: Sage.
- Larcinese, V., Puglisi, R. & Snyder Jr, J. M. (2011) 'Partisan bias in economic news: Evidence on the agenda-setting behavior of US newspapers', *Journal of Public Economics*, 95(9): 1178-1189.
- Maddens, B. (2009) *Omfloerst separatisme: Van de vijf resoluties tot de Maddens-strategie*. Kapellen: Pelckmans.
- Mouffe, C. (2005) *On the political*. Londen: Routledge.
- Rancière, J. (1998) *La chair des mots: Politiques de l'écriture*. Parijs: Galilée.
- Sturtewagen, B. (2013, 28 januari) 'Annemans vergist zich', *De Standaard*, pg 2.
- Swyngedouw, E. (2010) 'Apocalypse forever? Post-political populism and the spectre of climate change', *Theory, Culture & Society*, 27(2-3): 213-232.
- Verstraete, T. (2004) 'De regeringsvorming: anomalie van de democratie?', pp. 149-156 in C. Devos (Ed.) *Ménage à trois. De verhouding tussen pers, politiek en politicologie*. Gent: Academia Press.
- Žižek, S. (1999) *The ticklish subject: The absent centre of political ontology*. Londen: Verso.
- Žižek, S. (2009) *First as tragedy, then as farce*. Londen: Verso.

# **Leed in beeld: Reflecties over de sociale rol van media na rampen. Een analyse van de krantenberichtgeving over het busongeluk in Sierre (2012)**

**Stijn Joye**

## **Abstract**

Naast informatievoorziening nemen nieuwsmedia in rampsituaties een ruimere maar vaak onderbelichte maatschappelijke rol op. Aan de hand van een kritische discoursanalyse van de berichtgeving over het busongeluk in Sierre (2012) toont deze studie aan dat de Vlaamse kranten deze sociale rol vervulden door enerzijds veel aandacht te geven aan de emotionele dimensie van het ongeluk - wat potentieel aanleiding gaf tot medeleven en identificatie door het publiek - en anderzijds door verschillende bijdrages die een discours van (nationale) eenheid en een gemeenschapsgevoel articuleerden. Discursief kwamen beide aspecten tot uiting in onder meer een dominante aanwezigheid van persoonlijke ervaringsverhalen en getuigenissen met een hoge emotionele inhoud en een inclusief taalgebruik met veelvuldige referenties naar de natie of de gemeenschap. Met deze specifieke inhoud anticiperen nieuwsmedia op het verlangen van het grote publiek om steun te verkrijgen, begrip te vinden en mee te leven met de getroffen families aan de hand van hun consumptie van nieuwsmedia.

## **Inleiding**

In maart 2012 stierven zeventien Belgische en zeven Nederlandse kinderen, vier begeleiders en twee chauffeurs in een busongeluk in een tunnel in Sierre, Zwitserland. 24 andere kinderen raakten zwaargewond. De massale Belgische media-aandacht voor deze tragische gebeurtenis legde een bijzondere dynamiek bloot in de berichtgeving van een nationale ramp waarbij nieuwsmedia hun informatierol deels inruilden voor een sociale rol. Binnen het communicatiewetenschappelijk onderzoek naar rampen en gemediatiseerd lijden focussen academici hoofdzakelijk op de dominante informatierol van media (bv. Auteur, 2012; Pantti, Wahl-Jorgensen & Cottle, 2012). In deze bijdrage wensen we echter aandacht te besteden aan de ruimere maar vaak onderbelichte maatschappelijke of democratische functie van media in rampsituaties. Rampen definiëren we daarbij als collectief ervaren traumatische gebeurtenissen die gepaard gaan met een maatschappelijke en sociale ontwrichting (van der Velden & van Middendorp, 2008: 101). Deze conceptualisering geeft eveneens aan dat nieuwsmedia een relevante en meerledige rol kunnen opnemen binnen een samenleving. Perez-Lugo (2004) wijst in dit verband bijvoorbeeld op een sociale en therapeutische rol van media. Concreet kunnen media door de representatie van lijden onder andere een, al dan niet tijdelijk, gevoel van persoonlijke identificatie of een gemeenschapsgevoel opwekken (Wayment, 2004; Kitch & Hume, 2007). In deze context vervullen media immers een rol als centrale fora voor publieke steunbetuigingen en promoten ze een vorm van sociaal collectivisme met betrekking tot het rouwproces. Armstrong (2012: 19) verwijst in dit opzicht naar de huidige maatschappelijke tijdsgeest of instelling waar ‘the need to talk and memorialize [death and grief] becomes expressed in cultural artificats’. Een kernbegrip in het academische debat als *compassion* of medeleven is eveneens een uiting van deze belangrijke sociale dimensie van media die verder gekenmerkt wordt door discourses van (nationale) eenheid en gemeenschap, als door allerlei vormen van solidariteit en betrokkenheid. Kortom, zoals Pantti, Wahl-Jorgensen en Cottle (2012: 61) het verwoorden: ‘It is through media representations that we bear witness to the shock, grief, fear and anger of the victims of disasters. It is also through processes of media representations that individual experiences and emotions become collective and political’.

Centraal in deze bijdrage staat de vraag naar het emotionele discours dat media articuleren in de verslaggeving van rampsituaties en de (collectieve) verwerking na rampen. Aan de hand van een kritische discoursanalyse van de nieuwsberichtgeving over het busongeluk te Sierre in vier Nederlandstalige Belgische kranten willen we een blik werpen op de sociale of maatschappelijke rol die nieuwsmedia gespeeld hebben in het complexe proces van collectieve rouw, identificatie en medeleven dat de ramp teweeg bracht.

Alvorens over te gaan naar een meer uitgebreide bespreking van de sociale rol van nieuwsmedia in rampsituaties, is het belangrijk om een kanttekening te maken bij deze concrete studie en het bredere wetenschappelijke onderzoeksdomein rond gemediatiseerd lijden, rouw en verdriet. Zoals Armstrong (2012: 7) terecht opmerkt kunnen woorden in het algemeen en mediaberichten in het bijzonder nooit de volledige ervaring van deze diepmenselijke emoties vatten of weergeven. Een studie van de krantenberichtgeving over lijden en verdriet kan bijgevolg ook enkel peilen naar de meest expliciete en dominante articulaties van emotionele discourses, met dien verstande dat nieuwsmedia - net als individuen in hun omgang met iemand die persoonlijk verlies heeft ervaren - in hun verslaggeving vaak terugvallen op gemeenplaatsen en clichés. De kern en ware impact van de ervaren emoties zijn immers - letterlijk - moeilijk onder woorden te brengen. Dit heeft eveneens implicaties voor de positie die we als onderzoeker kunnen of moeten innemen. Tester stelt in dit verband dat

*[a]s (western) academics, most of us do not know what it is like to suffer. Scholarly work on suffering is thus conducted at the level of the meaning of suffering, taking a modest stance towards the sufferers when it comes to the experience of suffering.* (originele klemtoon, geciteerd in Auteur, 2012: 18)

### **Wanneer ‘nieuws’ geen ‘nieuws’ is: de sociale rol van nieuwsmedia**

Nieuwsmedia spelen een belangrijke rol in het toekennen van betekenis aan rampen, in die mate dat verschillende auteurs spreken van een mediaconstructie van rampen (Benthall, 1993; Franks, 2008; Auteur, 2010) waarbij men vooral verwijst naar de prioritaire en dominante functie van nieuwsmedia om een samenleving te informeren over de feitelijke aspecten van een ramp naast het brengen van analyse en duiding. In recente jaren is er echter meer academische aandacht merkbaar voor de emotionele component in dit proces van betekenisconstructie. We wijzen hier op een aantal aanvullende en ruimere maatschappelijke functies die in de wetenschappelijke literatuur aan nieuwsmedia worden toegewezen in de context van rampen en lijden, en die we zoals eerder aangegeven kunnen vatten onder de brede noemer van sociale of therapeutische functies (Perez-Lugo, 2004). Deze sociale rol is hoofdzakelijk van belang voor de slachtoffers en hun directe omgeving of nabestaanden maar is ook relevant voor een ruimere gemeenschap. Dit hangt nauw samen met het centrale concept van *distant suffering* (Boltanski, 1999) of lijden vanop afstand waarbij het aspect nabijheid niet zozeer verwijst naar de geografische of emotionele afstand maar wel naar het feit dat het hier menselijk lijden betreft waar we niet direct of rechtstreeks getuige van zijn. Volgens Boltanski (1999: 149-169) worden media in dergelijke situaties geacht deze rol als directe getuige over te nemen en bijgevolg over dit lijden te berichten en een sociale rol in te vullen. Specifiek doelen we hier op een maatschappelijke functie die media opnemen in het verlenen van emotionele steun, het coördineren van een draagvlak voor collectieve solidariteit en samenhang, en het faciliteren van het verwerkingsproces van (een) door rampspoed getroffen gemeenschap of individuen (Walter, Littlewood & Pickering, 1995; Kempe, 2007).

Media vervullen deze sociale rol zowel tijdens een noodsituatie, meteen erna of enige tijd later bij de verwerking of bij de herdenking van een ramp wanneer deze is opgenomen in het collectieve geheugen van een gemeenschap (Kempe, 2007: 328). Perez-Lugo (2004: 219) lokaliseert het zwaartepunt echter tijdens de noodsituatie zelf, wanneer ‘the media-audience relationship [is] motivated more by the people’s need for emotional support, companionship, and community ties, than for their need for official information.’ Op deze manier dienen media als centrale fora voor publieke steunbetuigingen (Kitch & Hume, 2007) en promoten ze een vorm van sociaal collectivisme met betrekking tot het rouwproces. De publieke status van het verwerkingsproces als onderdeel van een opkomende ‘confessional culture’ (Wardle, 2007: 269) laat bovendien slachtoffers toe om rechtstreeks en publiekelijk de machtshebbers te bekritisieren en belangrijke vragen te stellen rond het falend beleid en de aansprakelijkheid na een ramp (Pantti & Wahl-Jorgensen, 2011). In dit opzicht beschouwen Pantti en Sumiala (2009) de beeldvorming (zie verder) van een ramp als een belangrijk discursief middel om de bestaande machtsverhoudingen binnen een samenleving en de door een ramp op proef gestelde sociale orde te herstellen en opnieuw te legitimeren. Rampen worden in deze context gezien als een belangrijke bedreiging voor de sociale orde en specifiek voor de hegemonie of machtspositie van de maatschappelijke elite. In de berichtgeving over een nationale ramp zullen kranten volgens deze visie voornamelijk oproepen tot medeleven om zodoende de emotionele band van de bevolking met de natie te versterken. Nguyen (2009: 165) spreekt van een ‘system of compulsory empathy’ dat prominent aanwezig is in de verslaggeving van nationale rampen. Uiteraard is het belangrijk te benadrukken dat deze brede sociale rol niet beperkt is tot de nieuwsberichtgeving over rampen, maar tevens van toepassing is op andere media zoals boeken, schilderijen, films, nieuwe media en herdenkingsmonumenten. Andere, meer recente voorbeelden zijn virtuele rouwregisters als *inmemoriam.be* en sociale netwerksites als *Facebook* en *Twitter* waar mensen hun medeleven betuigen, hun emoties ventileren of steun zoeken. De therapeutische rol van media valt vooral te situeren in deze (vaak rituele) vormen van zelfexpressie door het publiek (Thumim, 2010).

Aansluitend hebben een aantal studies zich gefocust op de vraag *hoe* deze sociale rol en breder de emotionele component tot uiting komen in de berichtgeving over rampen. Volgens Pantti en Wahl-Jorgensen (2007) (re)presenteren kranten doorgaans vier verschillende basisemoties in de verslaggeving en dit volgens een bepaald patroon: allereerst gruwel of afgrijzen om wat is misgelopen, vervolgens verdriet of droefheid om het geleden verlies, daarna empathie of medelijden met de slachtoffers en nabestaanden, en tot slot woede tegenover de schuldige of datgene dat beschouwd wordt als de oorzaak van het leed en de schade. Pantti en Wahl-Jorgensen (2011) toonden bovendien in een vervolgstudie aan dat deze gevoelens van woede of onrecht na een ramp mensen motiveren om politieke actie te ondernemen en publiekelijk te vechten voor rechtvaardigheid en erkenning. Media als publieke fora spelen dus een belangrijke rol in het kanaliseren van deze emoties waarbij Pantti en Wahl-Jorgensen eveneens verwijzen naar een proces van *empowerment*: het geven van een stem aan of het erkennen van (de opinie van) gewone burgers die normaal genegeerd of gemarginaliseerd worden in het mediadebat rond een ramp. Chouliaraki (2013: 147) situeert dit binnen een bredere tendens van *ordinary witnessing* waarbij ze stelt dat journalisten steeds meer gebruik gaan maken van (emotionele) getuigenissen en meningen van *the person on the street* om een verhaal rond lijden te vertellen. Dit kan bijvoorbeeld gebeuren aan de hand van interviews met slachtoffers en nabestaanden waardoor volgens Raphael (1986) en Vasterman (2008) hun lijden en slachtofferschap publiekelijk erkend worden en deze personen enigszins greep kunnen krijgen op de intens ervaren gevoelens van angst, verlies en hulpeloosheid. Deze emoties manifesteren zich zowel op een individueel niveau als op het niveau van een samenleving. Wijfjes (2002: 8) constateert in dit verband een sterke trend tot individualisering



waarbij media de individuele emotie en ervaring benadrukken ‘door ruim baan te geven aan uiterst persoonlijke ervaringsverhalen met een hoge emotionele inhoud’ wat de persoonlijke identificatie van het publiek met het leed versterkt. Een veelvoorkomende manier om de berichtgeving over een ramp te personaliseren bestaat erin om te focussen op het slachtoffer (Christie, 1986; Chermak, 1995). Moeller (2002: 48-49) wijst hier echter op een ‘hierarchy of innocence’ die media toepassen in hun beeldvorming van rampen waarbij kinderen als jonge, zwakke en onschuldige slachtoffers de grootste emotionele intensiteit toevoegen aan het nieuwsverslag, gevolgd door zwangere vrouwen en ouderen. Het aan het woord laten van elitepersonen zoals politici, staatshoofden of beroemdheden is een andere manier waarop nieuwsmedia de verslaggeving personaliseren. Op het niveau van de samenleving kunnen media in hun representatie van een ramp, al dan niet tijdelijk, een sterk gemeenschapsgevoel opwekken. Het specifiek centraal stellen van emoties in de berichtgeving wordt beschouwd als ‘[a] powerful means for imagining unified communities’ (Pantti, Wahl-Jorgensen & Cottle, 2012: 32). Wayment (2004) beweert zelfs dat extreme media-aandacht voor een ramp kan resulteren in een unieke vorm van identificatie waarbij de niet-betrokken buitenstaander zichzelf ziet als een gelijke met diegene in lijden en als samen deel uitmakend van eenzelfde door rampspoed getroffen gemeenschap. Chouliaraki (2006: 1) spreekt van een uniek vertoon van globale eenheid en kosmopolitische identificatie als wereldburgers. Klassieke voorbeelden hiervan zijn onder meer de terroristische aanslagen in New York (2001), de Zuid-Oost Aziatische tsunami (2004) of de aardbeving in Haïti (2010). Ook bij minder grootschalige en lokale rampen worden media een invloedrijke rol toegekend in de constructie van (collectieve) identiteiten en in het smeden van zowel imaginaire als echte gemeenschappen (Rozario, 2007). In eigen land was er bijvoorbeeld een indrukwekkende golf van solidariteit en een sterk gemeenschapsgevoel na recente tragedies als de treinramp in Buizingen, de steekpartij in kinderdagverblijf *Fabeltjesland* in Dendermonde of het busongeluk te Siere. Dergelijke articulaties van (nationale) eenheid en gemeenschap representeren de belangrijke sociale dimensie van het overkoepelende concept van *compassion* of medeleven in de context van gemediatiseerd lijden (Kitch & Hume, 2007), dat verder gekenmerkt wordt door allerlei vormen van solidariteit en betrokkenheid zoals individuele en collectieve daden van hulpverlening, liefdadigheidsgiften en (stille) protestmarsen, waarbij media kunnen faciliteren (Höijer, 2004). Volgens Kitch en Hume (2007) is het louter onder de aandacht brengen van deze humane acties en van positieve verhalen over bijvoorbeeld miraculeuze redden eveneens een belangrijke component van de sociale rol van nieuwsmedia wegens de link met het verlenen van morele steun en collectieve troost naast het versterken van de gemeenschapsbanden.

Tot dusver hebben we enkel aandacht besteed aan een meer positieve lezing van het verband tussen enerzijds mediarepresentaties van lijden en rampen en anderzijds de emoties van medeleven en (morele) solidariteit. We kunnen echter ook wijzen op een aantal negatieve manifestaties en/of implicaties van deze relatie. Een klassieke kritiek binnen dit debat betreft ten eerste de vaststelling dat (individueel en collectief) hulpgedrag en solidariteit vaak gericht zijn op het minimaliseren of uitsluiten van een schuldgevoel tegenover de andere in nood en dus niet zozeer gebeuren vanuit altruïstische overwegingen (Benthall, 1993). Een vergelijkbaar punt wordt gemaakt door Butler (2004) die stelt dat de aangehaalde vormen van emotionele zelfexpressie ons finaal weerhouden van daadwerkelijk sociaal engagement. Ten tweede benadrukt Pantti (2009: 83) dat elke uiting of articulatie van *compassion* als ‘a moral demand to address distant suffering’ in nieuwsmedia niet onuitputtelijk of onvoorwaardelijk is. Aandacht voor het ene lijden gaat met andere woorden ten koste van de aandacht voor andere rampen en noodsituaties waarmee we raken aan de onvermijdelijke selectiviteit van de nieuwsmedia (bv. Auteur, 2010). Ten derde halen verschillende auteurs de vaak

problematische relatie aan tussen media enerzijds en slachtoffers of publiek anderzijds (Shearer, 1991; Jemphrey & Berrington, 2000). Zoals bijvoorbeeld het busongeluk in Sierre treffend illustreerde, overschrijden nieuwsmedia in hun berichtgeving soms de grenzen van moreel fatsoen, deontologie en respect voor de privacy van slachtoffers, overlevenden en nabestaanden die op deze manier bijkomend gekwetst kunnen worden in hun verdriet. Ook een onjuiste of vertekende verslaggeving heeft een potentieel negatieve tot zelfs traumatische impact op de betrokkenen (Maercker & Mehr, 2006). Dit alles is uiteraard nauw verbonden met de diepmenselijke gevoelens die gepaard gaan met situaties van lijden en rampen. Andere critici verwijzen ten slotte naar het fenomeen van *compassion fatigue* (Moeller, 1999) waarbij een stereotiepe beeldvorming en continue stroom van negatieve en op emotie gerichte berichtgeving uiteindelijk resulteren in een publiek dat onverschillig en apathisch staat tegenover lijden. Er treedt gewenning of immuniteit bij het publiek op voor de negatieve of schokkende beelden en berichten over menselijk lijden, precies door de overdaad ervan.

In wat volgt gaan we dieper in op deze verschillende dimensies aan de hand van een kritische discoursanalyse van de krantenberichtgeving over het dramatische busongeluk te Sierre in 2012 dat veel media-aandacht kreeg door de hoge mate van relevantie of (emotionele) nabijheid en de omvang van de ramp. De onderliggende doelstelling van deze studie is om exploratief af te toetsen hoe de Vlaamse kranten hun sociale rol hebben opgenomen en zodoende een potentieel kanaal waren voor emoties van het grote publiek.

## **Methodologie**

Centraal in deze bijdrage over de beeldvorming van lijden en de sociale rol van nieuwsmedia staan enerzijds de idee dat '[media] narratives are means of understanding the social world' (Pantti, 2009: 89-90) of werkelijkheid om ons heen en anderzijds het concept van discours. In navolging van Jørgensen en Phillips (2002: 1) beschouwen we discours als 'a particular way of talking about and understanding the world.' Met andere woorden, discours is een (sociaal gedeelde) verzameling van ideeën, beelden en praktijken (Machin & Jaworski, 2006: 351) die tot uiting komen in het taalgebruik. Een discours is dus een representatie van de wereld die zowel een specifieke realiteit reflecteert als actief construeert door betekenissen toe te kennen (Phillips, 2006) waarmee we deze studie positioneren binnen het onderzoeksveld van sociaal constructivistische benaderingen van discoursanalyse. De premisse daarbij is dat taal niet neutraal is en niet losstaat van de werkelijkheid maar deze in tegendeel construeert en verklaart. Naar methodologie toe baseren we ons in deze bijdrage concreet op kritische discoursanalyse (*Critical Discourse Analysis*, CDA) zoals gedefinieerd door Fairclough (1995) en verder geïnterpreteerd door onder andere Chouliaraki (2006) en Richardson (2007). Een belangrijke vereiste van CDA is dat een empirische analyse van discours niet gereduceerd mag worden tot uitsluitend een studie van het taalgebruik of de multimodale tekst maar dat discours binnen zijn sociale context geanalyseerd moet worden (Jørgensen & Phillips, 2002) waarbij verwezen kan worden naar onder meer de productiecontext en bredere sociale praktijken zoals politiek en ideologie. Met andere woorden, discoursanalyse tracht de betekenis achter de brede sociale constructie van woorden en beelden te achterhalen (Smith & Bell, 2007: 80). Een discoursanalyse van de nieuwsberichtgeving over een ramp biedt bijgevolg inzicht in hoe menselijk lijden en emoties worden gerepresenteerd en hoe betekenis in die specifieke maatschappelijke context wordt geconstrueerd en overgebracht. De resultatensectie is gestructureerd aan de hand van de drie dimensies die Fairclough (1995) onderscheidt binnen een CDA-onderzoek: tekst, discursieve praktijk, en sociale praktijk. Binnen het bestek van deze bijdrage zullen we onze aandacht voornamelijk richten op de

eerste dimensie waar de klemtoon ligt op de vraag welke taal (visueel en tekstueel) de journalisten gehanteerd hebben bij het berichten over het busongeluk.

De onderzoekspopulatie bestaat uit alle krantenartikels die verschenen zijn tot een maand na de ramp in de nationale Nederlandstalige kranten *De Morgen*, *De Standaard*, *Het Nieuwsblad* en *Het Laatste Nieuws*. Voor deze tijdsperiode (14 maart tot en met 14 april 2012) leverde een gecumuleerde zoekopdracht in de digitale persdatabase *Mediargus* met zoektermen ‘busongeval’ en ‘Sierre’ in eerste instantie een totale populatie van 327 artikels op, waarvan 215 ook daadwerkelijk berichtten over het busongeluk in Sierre en de nasleep ervan. Een substantieel deel daarvan vermeldden het busongeluk echter uitsluitend in de marge van een ander verhaal. Zo besteden veel artikels slechts een korte zin aan de ramp om bijvoorbeeld het uitstellen van bepaalde gebeurtenissen zoals carnavalsoptochten of het inlassen van een minuut stilte bij een voetbalwedstrijd te duiden waardoor hun relevantie voor de hier gestelde onderzoeksvraag verwaarloosbaar klein was. Centraal in het empirisch onderzoek staat immers de vraag hoe de sociale rol van de geselecteerde kranten in hun berichtgeving over de ramp tot uiting komt. Dit impliceert bovendien dat de analyse niet focust op de feitelijke informatievoorziening en slechts in mindere mate op het gevoerde maatschappelijke debat rond het niet-naleven van bepaalde deontologische richtlijnen door journalisten, maar wel hoofdzakelijk op de articulaties van emotionele discoursen.

### **Resultaten van de tekstuele analyse**

Een eerste blik op de nieuwsaandacht over de geselecteerde tijdsperiode heen illustreert meteen dat de Vlaamse kranten veel ruimte besteedden aan de emotionele component in hun verslaggeving. Tot verschillende dagen na het busongeluk in Zwitserland verschenen immers nog veel artikels over de ramp, terwijl deze aanhoudende aandacht - eveneens door het publiek (‘De honger naar nieuws over het busongeval [is] groot’ (*Het Nieuwsblad*, 16/03: 42) zoals een journalist het stelde) - vanuit een eng wetenschappelijk oogpunt en strikt inhoudelijk moeilijker te verklaren valt want de feiten waren gekend en de berichtgeving leverde al na enkele dagen nauwelijks of geen nieuwe feitelijke informatie over het drama meer aan. Dit toont aan dat de nieuwswaarde van het busongeluk heel snel niet meer uit de gebeurtenis zelf was af te leiden, maar verder dreef op een secundaire golf van emoties die gebaseerd was op het criterium van nabijheid. Zoals eerder opgemerkt laat deze factor van nabijheid zich niet enkel uitdrukken in termen van geografische afstand maar ontegensprekelijk ook als een gevoelsfactor in de zin van herkenbaarheid. Het betreft hier menselijk lijden waar we ons mee kunnen identificeren, wat in het bijzonder geldt voor wie zelf kinderen heeft. Dit emotionele discours op basis van *compassion* of medeleven reflecteert zich op verschillende manieren in de nieuwsinhoud.

Ten eerste doen journalisten een beroep op een breed emotioneel register qua taal met veelgebruikte adjectieven en zinnen als bijvoorbeeld ‘hartverscheurend’ (*Het Laatste Nieuws*, 15/03: 1), ‘intens’ (*Het Nieuwsblad*, 16/03: 30), ‘verslagenheid’ (*De Morgen*, 16/03: 26), ‘onwezenlijk’ (*De Standaard*, 23/03: 10), ‘loodzwaar’ (*Het Nieuwsblad*, 16/03: 8) en ‘we zullen jullie nooit vergeten’ (*Het Nieuwsblad*, 22/03: 4). De kranten suggereren ook duidelijk dat de enige gepaste antwoorden op het drama stilte en sereniteit zijn (bijvoorbeeld ‘Laat de stilte spreken’ (*De Standaard*, 16/03: 2), ‘Stilte’ (*De Morgen*, 16/03: 1) en ‘Stil’ (*Het Nieuwsblad*, 15/03: 2) als veelzeggende titels van editoralen door hoofdredacteurs en commentatoren of ‘Eén minuut stilte voor hen’ (*Het Laatste Nieuws*, 16/03: 1) op de voorpagina) en besteden dan ook veel aandacht aan de verschillende initiatieven om een minuut stilte in eer te houden ter nagedachtenis van de overledenen (zie verder). Ten tweede

vinden we een opmerkelijke articulatie van de sociale rol van media terug in een reeks interviews en dossiers waarin psychologen en trauma-experts aan het woord komen. Deze stukken gaan dieper in op de fysieke en psychologische pijn en geven antwoord op vragen rond het omgaan met verlies, het verwerkingsproces (op lange termijn) en het afscheid nemen aan de hand van vaak heel concrete en publieksgerichte tips, inclusief telefoonnummers van relevante openbare diensten zoals de *Kinder- en Jongerentelefoon* of lotgenotenverenigingen voor families met jonge verkeersslachtoffers. Nieuwsmedia nemen hier tot op zekere hoogte de rol over van bestaande vertrouwenspersonen in een samenleving zoals priesters, dokters en psychologen. Een derde articulatie van het emotionele discours vinden we terug in het grote aandeel van getuigenissen, reacties en persoonlijke ervaringsverhalen met een hoge emotionele inhoud van betrokken kinderen, ouders, nabestaanden, hulpverleners en zogenaamde elitepersonen. Verschillende kranten publiceren bijvoorbeeld foto's van de krijtboodschappen die de ouders hebben achtergelaten op de wand van de tunnel in Sierre wat een heel intieme blik werpt op de emoties van de directe betrokkenen. Een variant op deze categorie zijn artikels die personen aan het woord laten die in vergelijkbare omstandigheden een kind hebben verloren of zelf ooit slachtoffer waren van een busongeluk. Dit levert aangrijpende verhalen op over het persoonlijke trauma van verlies en afscheid dat nooit slijt. Ook de 'stem' van de in Zwitserland overleden kinderen komt indirect in de berichtgeving naar voor aan de hand van foto's en tekstfragmenten die de kranten halen van de blogs en websites die bijgehouden werden naar aanleiding van hun ski-trip. Zoals eerder aangehaald bestaat een belangrijke component van de sociale rol van nieuwsmedia er verder in ook om positieve verhalen te brengen. Deze maken het lijden draaglijker door te wijzen op hoop en het dominante negatieve beeld te doorbreken. Zodoende verlenen artikels over het volledige herstel, het ontwaken uit de coma of de terugkeer in België van een aantal kinderen morele steun en collectieve troost.

Deze verschillende discursieve articulaties cumuleren in een piek in de emotionele aandachtscurve wanneer de gezamenlijke begrafenisplechtigheden plaatsvinden in de periode 21 tot 23 maart. De aanwezigheid van vele elitepersonen zoals de koninklijke families van België en Nederland, Europees president Herman Van Rompuy, verschillende binnen- en buitenlandse premiers en ministers, en van bekende mediafiguren zijn voor de kranten een belangrijke (gepersonaliseerde) invalshoek om de plechtigheid te coveren, maar in het algemeen ondergeschikt aan het verdriet en leed. Verschillende foto's zoomen in op wenende familieleden en toeschouwers, al zijn vooral de foto's van de kleine witte kisten op een rij een krachtig emotioneel beeld wat ook blijkt uit het feit dat alle kranten deze foto's brengen, vaak op de voorpagina. In combinatie met letterlijk overgenomen stukken tekst uit de afscheidsredes, speeches en voorgelezen brieven van de verongelukte kinderen levert dit een bijzonder persoonlijke en intieme berichtgeving over de begrafenisplechtigheden op wat duidelijk gericht is op het emotioneel betrekken van het publiek. Bijkomend bevestigt de discoursanalyse de eerder aangehaalde *hierarchy of innocence*. Een zin als 'Het vreselijke busongeval in Zwitserland treft ons allen waarin we het kwetsbaarst zijn: onze kinderen' (*De Standaard*, 15/03: 2) of het vaak gebruikte synoniem van 'engeltjes' voor de gestorven kinderen spreken in dat verband boekdelen. De focus van de Vlaamse kranten ligt overduidelijk op de jonge kinderen. Visueel brengen de kranten veel beeldmateriaal van gewonde kinderen in rolstoelen, op krukken of met een gipsverband maar dus ook de prominente beelden van de witte lijkkasten wat de emotionele dimensie van het verhaal vergroot. Foto's van de overleden kinderen prijken eveneens op de voorpagina's van verschillende kranten. Dit deed echter kritische vragen rijzen rond de deontologische code en het getoonde respect voor de privacy van de slachtoffers. Specifiek het gegeven dat het beeldmateriaal zonder voorafgaande toestemming van de ouders werd geplukt van sociale

netwerksites zorgde voor veel maatschappelijke kritiek (zie verder). Verder vonden we tekstueel verschillende citaten terug die afkomstig zijn uit blogberichten of brieven van de verongelukte kinderen aan hun familie. Discursief doen zowel de beelden als de tekstfragmenten dienst als een materiële manifestatie of concretisering van de abstracte gevoelens van psychologische en fysieke pijn van het verlies. Nieuwsmedia geven op deze manier het onpeilbare verdriet een gezicht wat het meteen tastbaar maakt voor het grote publiek. Als zogenaamde ‘ideale slachtoffers’ komen de kinderen duidelijk meer aan bod dan de volwassen slachtoffers waar bovendien een bepaalde rangorde in te onderscheiden valt. Met name de begeleiders en leerkrachten tegenover de buschauffeurs die een zekere graad van gepercipieerde want niet bewezen schuld met zich meotorsten.

Een tweede kerndiscours van eenheid en gemeenschap hangt nauw samen met het rouwproces en de verwerking die daar mee gepaard gaan. De kranten rapporteren uitvoerig over de (online) rouwregisters die overal ten lande geopend werden, de ontvangen boodschappen van medeleven van buitenlandse staatshoofden, het neerleggen van bloemen en knuffels voor de betrokken scholen, het groot samenhorigheidsgevoel, ... Centraal staat de idee van een collectieve (nationale) identiteit. Het dominante gebruik van de inclusieve ‘wij’-vorm en andere zinnen als ‘Dit verdriet raakt *iedereen*’ (*Het Laatste Nieuws*, 23/03: 4), ‘Vandaag is een dag van *nationale rouw*’ (*De Morgen*, 16/03: 3), ‘*België rouwt om zijn kinderen*’ (*Het Laatste Nieuws*, 24/03: 22), ‘Het *hele land rouwt mee*’ (*Het Nieuwsblad*, 14/03: 16), ‘*We leven mee*’ (*Het Laatste Nieuws*, 16/03: 48), ‘*Iedereen getroffen, iedereen verbonden*’ (*De Standaard*, 15/03: 13), of ‘*Ons land heeft de voorbije dagen de verongelukte kinderen uitgewuifd*’ (*Het Laatste Nieuws*, 23/03: 4) benadrukken dat het leed en de rouw collectief zijn, bovendien over (taal- en cultuur)grenzen heen. Verschillende artikels gaan zo in op de buitenlandse nieuwsverslaggeving en de berichten van medeleven van onder meer de paus en de moslimgemeenschap. Aandacht gaat vooral naar de dag van nationale rouw op 16 maart en de vele initiatieven om een minuut stilte in acht te nemen bij allerlei sportevenementen, in scholen of op de werkvloer. Aan de hand van getuigenissen en talrijke foto’s van groepen mensen die samenkomen om de minuut stilte te respecteren wordt discursief duidelijk gemaakt dat het busongeluk een gemeenschap emotioneel heeft geraakt en ontwricht (zie sociale praktijk). Het in detail berichten over een normaal intieme en private aangelegenheid als een begrafenis verwijst eveneens naar het op dat ogenblik heel publieke en gemeenschappelijke karakter van het rouwproces, net als de beelden van de aanwezige massa van ongeveer 6000 mensen. Nieuwsmedia anticiperen hiermee op de heersende nood aan troost en medeleven die in de samenleving prominent aanwezig was. Door ook in de selectie van opinies en lezerscommentaren te focussen op het busongeluk boden de kranten aan de hand van de bestaande rubrieken voor lezersbrieven een intens gebruikt forum aan waarop dit publiekelijk gedeeld verdriet verwoord kon worden, wat overigens samenvalt met de therapeutische rol van nieuwsmedia. In zowel *Het Nieuwsblad* als in *Het Laatste Nieuws* werd de rubriek gedurende meerdere dagen bijna exclusief voorbehouden voor reacties naar aanleiding van het busongeluk. Voornamelijk na de begrafenisplechtigheid maakten veel burgers gebruik van dit publieke forum met veelzeggende titels als ‘*Hele land denkt na over wat echt telt*’ (*Het Laatste Nieuws*, 23/03: 47), ‘*Samenhorigheid*’ (*Het Laatste Nieuws*, 23/03: 47), ‘*Aan de nabestaanden: jullie staan er niet alleen voor*’ (*Het Nieuwsblad*, 23/03: 32) of ‘*Samen sterk*’ (*Het Laatste Nieuws*, 23/03: 47).

### **Analyse van de discursieve praktijk**

In termen van Fairclough’s (1995) tweede dimensie kunnen we stellen dat de berichtgeving voor een groot deel overschaduwde werd door een mediadebat dat precies de discursieve

praktijken van enkele kranten aan de kaak stelde. Uit de tekstuele analyse kwam duidelijk een emotioneel taalregister naar voren met onder meer een sterke personalisering van de berichtgeving maar in het gebruik van die taal (of de discursieve praktijk) zijn verschillende kranten uit de bocht gegaan. Dit kwam aan bod in de vorm van een deels reflexieve berichtgeving of zelfkritiek waar verschillende instanties - waaronder bepaalde nieuwsmedia zelf en individuele journalisten - opriepen tot meer sereniteit in de verslaggeving. Opvallend was dat niet zozeer het overwegend emotionele karakter (de 'taal' op zich) van de berichtgeving in vraag werd gesteld, maar wel de meest extreme articulaties daarvan zoals artikels en journalistieke praktijken die de privacy van de slachtoffers en nabestaanden schonden, het opnemen van de blogberichten en vakantiefoto's, de publicatie van fotospecials en extra edities, ... Zowel de populaire kranten als de zogenaamde kwaliteitspers kwamen in deze onder vuur te liggen. Dit resulteerde in een aantal gevallen in een meer sobere berichtgeving waarbij foto's van de kinderen of rouwende familie ingeruild werden voor witte vlakken met een korte boodschap, cartoons of (close-up) beelden van iconische objecten als bloemenkransen, knuffelberen en kaarsen.

De dimensie van discursieve praktijk slaat volgens Richardson (2007) verder op de specifieke professionele en institutionele context van nieuwsproductie waarbinnen journalisten werkzaam zijn. In het mediadebat werd eveneens aangehaald dat het sensationele karakter van de berichtgeving en het publiceren van de foto's op de voorpagina voornamelijk te linken viel aan de determinerende commerciële productiecontext en de toenemende concurrentie tussen de verschillende kranten. Voor een uitgebreidere analyse van het mediadebat verwijzen we graag naar Auteur (2014). Het volstaat hier te wijzen op het feit dat de excessen van het emotionele taalgebruik en het grensoverschrijdend gedrag dat daar van aan de basis lag veel afkeurende reacties uitlokten bij politici, academici, het grote publiek en van journalisten. De *Raad voor de Journalistiek* reageerde vervolgens door een nieuwe richtlijn uit te werken over het gebruik van informatie en beeldmateriaal die afkomstig zijn van persoonlijke websites en sociale netwerksites (Voorhoof, 2012). De aangekaarte problemen en het maatschappelijke debat wijzen echter op een duidelijke grens van de sociale rol van nieuwsmedia en de immer fragiele relatie tussen media en slachtoffers.

## **Sociale praktijk**

De sociale praktijk verwijst naar de politieke en ideologische dimensie (Blommaert & Bulcaen, 2000) die gepaard gaat met in dit geval nieuwsberichtgeving over nationale rampen. Zoals kort aangehaald in de inleiding van deze bijdrage kunnen dergelijke tragische gebeurtenissen een samenleving ontwrichten en is het bijgevolg van belang om de sociale cohesie te versterken en/of te herstellen. Het emotionele discours dat voornamelijk resulteert in een individuele betrokkenheid in combinatie met het discours van eenheid en gemeenschap creëren een sterke collectieve identiteit. Terloops vermelden verschillende Vlaamse kranten ook frequent de eveneens grote aandacht voor het busongeluk in de Franstalige Belgische pers, zodoende het nationale karakter benadrukkende van het medeleven en het idee van een gemeenschap die verenigd is in verdriet. Ideologisch komt dit idee van nationale eenheid verder tot uiting in de aandacht die de kranten hebben voor klassieke symbolen van een natie en voor instanties zoals de koning, de Belgische vlag, het leger, uniformen, ... Verschillende artikels belichten tot slot uitgebreid de inspanningen die de regering en de overheid hebben gedaan om de ouders van de slachtoffers op te vangen en de lichamen te repatriëren, net als het organiseren van een staatsbegrafenis en de herhaaldelijke blijken van steun en medeleven waaronder het openen van rouwregisters. Dit alles bekrachtigt de regering in haar positie als centraal (coördinerend) gezagsorgaan binnen een samenleving. In dezelfde lijn ligt de vele

aandacht die kranten besteden aan verschillende leden van de maatschappelijke elite. De berichtgeving fungeert dan als een belangrijk ideologisch middel om de door de ramp op proef gestelde sociale orde discursief te bestendigen en te legitimeren. Een veelzeggend voorbeeld van deze praktijk is het volgende citaat uit een editoriaal: ‘Vandaag rouwt de natie om haar kinderen. Om 11u is het aan ons allen om te tonen dat we verenigd zijn in verdriet en dat we onze woede om zoveel onrechtvaardigheid kunnen omzetten in solidariteit’ (*Het Laatste Nieuws*, 16/03: 2).

## **Besluit**

Deze bijdrage reflecteerde over het in academisch onderzoek nog vaak onderbelichte aspect van de duale rol die nieuwsmedia opnemen in de berichtgeving over noodsituaties en rampen. Nieuwsmedia treden immers niet uitsluitend op als informatieleveranciers, maar het zijn ook belangrijke sociale actoren. Deze brede maatschappelijke rol omvat onder meer het verlenen van emotionele steun, het creëren van een draagvlak voor collectieve solidariteit en samenhang, als het kanaliseren van gevoelens van woede of onrecht vanuit de slachtoffers en het grote publiek.

Een kritische discoursanalyse van de massale krantenberichtgeving over het busongeluk in Sierre wees op een dominante aanwezigheid van emotionele discoursen in de verslaggeving. De specifieke aard van de ramp, met jonge kinderen als voornaamste slachtoffers en een hoge mate van nabijheid en betrokkenheid van het ruime publiek, is de belangrijkste voedingsbodem hiervoor. De Vlaamse kranten berichtten in de eerste maand na de ramp bijgevolg veel over de emotionele dimensie van het ongeluk wat aanleiding gaf tot medeleven en identificatie. Dit uitte zich enerzijds in artikels over de psychologische en fysieke pijn van het verlies als over het rouwproces en de verwerking die daar mee gepaard gaan en anderzijds in verschillende bijdragen die een discours van eenheid en gemeenschap articuleerden. Deze laatste categorie speelt een essentiële rol in het versterken van het sociale weefsel van een door rampspoed getroffen maatschappij en het uitbouwen van een draagvlak voor solidariteit en collectieve rouw. Discursief kwamen beide aspecten tot uiting in onder meer een dominante aanwezigheid van persoonlijke ervaringsverhalen van betrokken kinderen en ouders met een hoge emotionele inhoud, reacties van nabestaanden, getuigenissen van medeleven door (on)bekende personen en autoriteiten, tot een inclusief taalgebruik met veelvuldige referenties naar de natie of de gemeenschap. Met deze specifieke inhoud anticiperen kranten op het verlangen van het grote publiek om steun te verkrijgen, begrip te vinden en mee te leven met de getroffen families aan de hand van hun consumptie van nieuwsmedia.

Met dit onderzoek bevestigen en onderschrijven we in grote lijnen de belangrijke sociale rol die nieuwsmedia kunnen spelen in rampsituaties maar hebben we ook zijdelings aangetoond dat de relatie tussen media en publiek in deze kwestie een delicate evenwichtsoefening kan zijn. Bijkomende studies zijn bijgevolg aangewezen om het publieksperspectief in dit verhaal verder te exploreren en onder meer na te gaan hoe verschillende publiekscategorieën (slachtoffers, overlevenden, nabestaanden, hulpverleners en niet-betrokkenen) deze sociale rol van media ervaren.

## Bibliografie

- Armstrong, R. (2012) *Mourning films. A critical study of loss and grieving in cinema*. Jefferson: McFarland & Company.
- Auteur (2010; 2012; 2014).
- Benthall, J. (1993) *Disasters, relief and the media*. Londen: Tauris.
- Blommaert, J. & Bulcaen, C. (2000) 'Critical discourse analysis', *Annual Review of Anthropology*, 29: 447-466.
- Boltanski, L. (1999) *Distant suffering*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Butler, J. (2004) *Precarious life: The powers of mourning and violence*. Londen: Verso.
- Chermak, S.M. (1995) *Victims in the news. Crime and the American news media*. Boulder: Westview Press.
- Chouliaraki, L. (2006) *The spectatorship of suffering*. Londen: Sage.
- Chouliaraki, L. (2013) *The ironic spectator. Solidarity in the age of post-humanitarianism*. Cambridge: Polity Press.
- Christie, N. (1986) 'The ideal victim', pp. 17-30 in E.A. Fattah (Ed.) *From crime policy to victim policy: Reorienting the justice system*. Londen: Macmillan.
- Cottle, S. (2009) *Global crisis reporting. Journalism in the global age*. Berkshire: Open University Press.
- Fairclough, N. (1995) *Media Discourse*. Londen: Edward Arnold.
- Franks, S. (2008) 'Getting into bed with charity', *British Journalism Review*, 19(3): 27-32.
- Höijer, B. (2004) 'The discourse of global compassion: The audience and media reporting of human suffering', *Media, Culture & Society*, 26(4): 513-531.
- Jemphrey, A. & Berrington, E. (2000) 'Surviving the media: Hillsborough, Dunblane, and the press', *Journalism Studies*, 1(3): 469-483.
- Jørgensen, M. & Phillips, L. (2002) *Discourse analysis as theory and method*. Londen: Sage.
- Kempe, K. (2007) 'Mind the next flood! Memories of natural disasters in Northern Germany from the sixteenth century to the present', *The Medieval History Journal*, 10(1-2): 327-354.
- Kitch, C. & Hume, J. (2007) *Journalism in a culture of grief*. New York: Routledge.
- Machin, D. & Jaworski, A. (2006) 'Archive footage in news: Creating a likeness and index of the phenomenal world', *Visual Communication*, 5(3): 345-366.
- Maercker, A. & Mehr, A. (2006) 'What if victims read a newspaper report about their victimization? A study on the relationship to PTSD symptoms in crime victims', *European Psychologist*, 11(2): 137-142.
- Moeller, S.D. (1999) *Compassion Fatigue. How the media sell disease, famine, war and death*. Londen: Routledge.
- Moeller, S.D. (2002) 'A hierarchy of innocence. The media's use of children in the telling of international news', *The International Journal of Press/Politics*, 7(1): 36-56.
- Nguyen, V. T. (2009) 'Remembering war, dreaming peace. On cosmopolitanism, compassion and literature', *The Japanese Journal of American Studies*, 20: 149-174.
- Pantti, M. (2009) 'Wave of compassion. nationalist sentiments and cosmopolitan sensibilities in the Finnish press coverage of the tsunami disaster', pp. 83-106 in U. Kivikuru & L. Nord (eds.) *After the tsunami. Crisis communication in Finland and Sweden*. Göteborg: Nordicom.
- Pantti, M. & Sumiala, J. (2009) 'Till death do us join: media, mourning rituals and the sacred centre of the society', *Media, Culture & Society*, 31(1): 119-135.
- Pantti, M. & Wahl-Jørgensen, K. (2007) 'On the political possibilities of therapy news. Social responsibility and the limits of objectivity in disaster coverage', *Studies in Communication Review*, 1: 3-25.
- Pantti, M., Wahl-Jørgensen, K. & Cottle, S. (2012) *Disasters and the media*. New York: Peter Lang.



- Perez-Lugo, M. (2004) 'Media uses in disaster situations: a new focus on the impact phase', *Sociological Inquiry*, 74(2): 210-225.
- Phillips, L. (2006) 'Doing Discourse Analysis. A brief introduction to the field', pp. 285-294 in N. Carpentier, et al. (eds.) *Media technologies and democracy in an enlarged Europe*. Tartu: Tartu University Press.
- Raphael, B. (1986) *When disaster strikes. How individuals and communities cope with catastrophe*. Londen: Hutchinson.
- Richardson, J. (2007) *Analyzing Newspapers: An approach from Critical Discourse Analysis*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rozario, K. (2007) *The culture of calamity*. Chicago: University of Chicago Press.
- Smith, P. & Bell, A. (2007) 'Unravelling the web of Discourse Analysis', pp. 78-100 in E. Devereux (Ed.) *Understanding the Media*. Londen: Sage.
- Shearer, A. (1991) *Survivors and the media*. Londen: Broadcasting Standards Council.
- van Dijk, T.A. (2009) 'News, discourse, and ideology', pp. 191-204 in K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (eds.) *The handbook of journalism studies*. New York: Routledge.
- Thumim, N. (2010) 'Self-representation in museums: therapy or democracy?', *Critical Discourse Studies*, 7(3): 291-304.
- van der Velden, P.G. & van Middendorp, H. (2008) 'Rampen en calamiteiten', *Psychologie & Gezondheid*, 36(3): 101-104.
- Vasterman, P. (2008) 'Media en rampen', *Psychologie & Gezondheid*, 36(3): 105-110.
- Voorhoof, D. (2012, 2 mei) *Nieuwe richtlijn: alerte reactie van RvdJ*, geraadpleegd op 26 maart 2013, URL: <http://www.mediakritiek.be/index.php?page=143&detail=1482>
- Walter, T., Littlewood, J. & Pickering, M. (1995) 'Death in the news. The public invigilation of private emotion', *Sociology*, 29(4): 579-596
- Wardle, C. (2007) 'Monsters and angels. Visual press coverage of child murder in the USA and UK, 1930-2000', *Journalism*, 8(3): 263-284.
- Wayment, H. A. (2004) 'It could have been me', *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30(4): 515-528.
- Wijfjes, H. (2002) 'De ramp tussen werkelijkheid en constructie', *Tijdschrift voor Mediageschiedenis*, 5(2): 3-10.

# **Van *celebrity en politiek* naar *celebritypolitiek*: Een macrosociologische analyse van de veranderende rol van bekendheid in de Belgische politiek**

**Olivier Driessens**

## **Abstract**

Deze bijdrage heeft als doel om het debat rond celebritypolitiek te nuanceren door de veelzijdigheid en complexiteit ervan bloot te leggen. Dit doet het door te wijzen op de gelaagdheid van celebritypolitiek en de verschillende aspecten van celebritisering van politiek te bespreken. Er wordt vooral stilgestaan bij de structurele verklaringen van mediatisering, personalisering en commodificatie van politiek, waarbij ook het belang van context wordt onderstreept. Via de Belgische (Vlaamse) case wordt aangetoond dat particuliere en lokale ontwikkelingen ook belangrijk zijn bij het analyseren en begrijpen van celebritypolitiek. Speciale aandacht gaat hierbij uit naar de ontzuiling en naar het belang van het electoraal systeem en kieswethervormingen die de graad en vorm van de inbedding van celebrity in politiek mee lijken te bepalen. Veel van deze verbanden dienen echter nog systematisch onderzocht te worden en enkele suggesties worden hiervoor geboden.

*In a secularised society of individuals, it is no longer religion  
but celebrity that is the opium of the people.*  
(Pels, 2003: 44)

## **Inleiding**

Nadat begin januari 2013 concertorganisator Herman Schueremans (*Open VLD*) zijn afscheid aankondigde van het *Vlaams Parlement*, riep Kamerlid en christendemocraat Michel Doomst de politieke partijen op om niet langer Bekende Vlamingen (BV's) aan te trekken (jvt, 2013). Niet alleen was Schueremans volgens Doomst te weinig aanwezig bij zittingen, in het parlement is volgens hem enkel plaats voor dossiervreters die hun politieke carrière stapsgewijs uitbouwen. Hierbij kregen ook de media een veeg uit de pan met de sneer dat ze teveel aandacht besteden aan bekende koppen in plaats van aan hardwerkende parlementariërs. Dit is niet zonder risico, zo constateerde hij, want al te vaak mislukt de politieke carrière van BV's en dit 'maakt bovendien de democratie kwetsbaar' (jvt, 2013). Hoewel het betoog van Doomst enigszins karikaturaal mag lijken is deze visie kenschetsend voor de manier waarop sommigen de relatie tussen bekendheid en politiek percipiëren (bv. Marsh, et al., 2010). Gelijkaardige redeneringen vinden we bijvoorbeeld bij Meyer en Gamson (1995) die oordeelden dat het toenemende belang van bekendheid in de (Amerikaanse) politiek heeft geleid tot een verschuiving in media-aandacht van inhoud naar drama en personaliteiten. Hierdoor zou het kwaliteitsniveau van politici achteruitboeren en het politieke debat versralen. Dezelfde tendens werd door Turner (2004) aangeduid als de tabloidisering van de politiek die eerder de belangen van de publiciteitsindustrie dan van het publiek dient.

Bovenstaande visie vertoont echter enkele pijnpunten. Ten eerste is de dichotomie tussen beroemdheden en hardwerkende parlementariërs op los zand gebouwd: het impliceert niet alleen dat BV's er niet zouden in slagen een bijdrage te leveren aan de politiek, het sluit ook uit dat beroepspolitici BV's kunnen zijn. Beide premissen zijn uiteraard foutief en verraden een achterhaalde opvatting over de manier waarop politiek, media en populaire cultuur zich tot elkaar verhouden. Dit hangt nauw samen met het tweede pijnpunt, namelijk dat 'de media' als hoofdbeklaagden worden aangeduid voor tendensen in de politiek die echter een complex

geheel aan historische, sociologische en institutionele ontwikkelingen inhouden. Ten derde laat deze visie uitschijnen dat de factor bekendheid het democratische proces verstoort door de verkiezing van minder bekende kandidaten te bemoeilijken en de kwaliteit van de democratie te verminderen door parlementen te bevolken met figuren die geen jarenlange politieke leerschool doorliepen. Dit staat in schril contrast tot auteurs die argumenteren dat de factor bekendheid integendeel kan bijdragen tot het verkleinen van de kloof tussen burger en politiek (bv. van Zoonen, 2005) of dat, zoals nogal optimistisch gesteld door voormalig *Story*-hoofdredacteur De Swaef (2008), BV's zelfs de oplossing zijn voor politieke problemen.

Deze bijdrage wil nuance aanbrengen in het hierboven geschetste debat over de relatie tussen bekendheid en politiek door bovenstaande pijnpunten kritisch te bespreken. Nadat de belangrijkste concepten 'celebrity' en 'celebritypolitiek' worden toegelicht, vertrekt dit hoofdstuk van het model van celebritisering (Auteur, 2013a) dat sociale verandering gekoppeld aan bekendheid verklaart door te wijzen op drie onderliggende processen: mediatisering, personalisering en commodificatie. Belangrijk hierbij is dat de analyse van deze sociale verandering steeds in een specifieke context dient te gebeuren. Daarom focust deze bijdrage op de Belgische en Vlaamse politiek. Ik zal daarbij argumenteren dat niet alleen algemene processen als mediatisering, personalisering en commodificatie bepalend zijn, maar dat we ook rekening moeten houden met particuliere ontwikkelingen zoals ontzuiling en wijzigingen in het electoraal systeem bij het begrijpen van het veranderende belang van bekendheid in het Belgische politieke bestel.

### **Celebrity en celebritypolitiek**

De term 'celebrity', hier synoniem voor bekendheid of roem, is ook in het Nederlands taalgebied sterk ingeburgerd (bv. Van den Bulck & Tambuyzer, 2008). 'Celebrity' wordt in deze bijdrage gedefinieerd als de herkenbaarheid van een persoon die het resultaat is van geaccumuleerde mediavisibiliteit (Auteur, 2013b). De geografische reikwijdte en houdbaarheidsdatum van deze herkenbaarheid kunnen sterk variëren, gaande van eendagsvliegen zoals lokale *one hit wonders* tot iconen uit de populaire cultuur zoals Elvis Presley en Michael Jackson, die zelfs na hun dood wereldwijd nog herinnerd en geprezen worden (Marshall, 1997; Rojek, 2001).

Belangrijk is dat deze definitie bewust breed wordt gehouden en niet beperkt blijft tot de sterren uit de sport, media- en entertainmentsector, maar zowat alle maatschappelijke velden en deelsectoren behelst. Denken we maar aan bekendheden of BV's uit justitie (advocaat Jef Vermassen), religie (Kardinaal Danneels), gastronomie (chef Peter Goossens), universiteit (econoom Paul De Grauwe) en politiek (*N-VA*-politicus Bart De Wever). Hoewel deze verzameling figuren intern heterogeen is, worden ze met elkaar verbonden door het criterium dat ze via bepaalde mediakanalen bekend zijn geworden bij een bepaald publiek. Dit publiek kan een massapubliek zijn, maar even goed een nichepubliek, zoals bij bepaalde sporttakken en interessevelden die minder mainstream zijn. BV's worden als een specifieke categorie van beroemdheden beschouwd: het gaat om die individuen die in de Vlaamse (mainstream en/of niche) mediaculturen bekendheid genieten.

Onder de paraplu 'celebritypoliticus' schuilen heel wat verschillende rollen, wat ons tot een genuanceerde discussie dwingt over de rol en het belang van celebrity in politiek (zie pijnpunt een). Street (2004) gaf een eerste aanzet ter conceptualisering van deze rollen met zijn ietwat rudimentair onderscheid tussen 'celebritypoliticus 1' (CP1) en 'celebritypoliticus 2' (CP2), wat later werd verfijnd tot vijf types actoren door Marsh, 't Hart en Tindall (2010). De eerste

drie hebben hun bekendheid opgebouwd buiten de politiek maar zijn er op verschillende wijze aan gerelateerd. De eerste, ‘celebrity voorvechters’, proberen de politieke agenda en besluitvorming te beïnvloeden via acties. Een voorbeeld is de protestactie HOOGTIJD van theatermakers zoals Marijke Pinoy tegen het beleid van cultuurminister Sven Gatz (*Open VLD*). De tweede groep van ‘celebrity activisten en steunbetuigers’ biedt partijen en politici (waar dit wettelijk mogelijk is) financiële steun en/of hun publieke steunbetuiging, bijvoorbeeld filmmaker Jan Verheyen die in 2010 opriep om voor *N-VA* te stemmen. Nog meer politiek ingekapseld is de derde groep van ‘celebritypolitici’: beroemdheden die bestuurlijke mandaten nastreven of bekleden (zoals acteur Dirk Tuypens (*PvdA*)). Daarnaast vinden we de overige types die hun bekendheid of carrière binnen de politiek hebben opgebouwd. ‘Politicus-celebrity’ (zoals Bart De Wever) staat voor de politieke functionaris die al dan niet intentioneel een publieke persona opbouwt die hem/haar tot BV maakt, bijvoorbeeld door bepaald publiek gedrag, door elementen uit het private leven te openbaren of via associatie met andere beroemdheden. De laatste categorie, ‘politicus die de celebrity van anderen gebruikt’ zet, zoals de naam suggereert, de bekendheid van iemand anders in voor zijn of haar eigen kandidatuur, partij of beleid. Een duidelijk voorbeeld hiervan is de affichecampagne uit 2006 waarbij bekende Antwerpenaren Patrick Janssens openlijk steunden in zijn gooi naar het burgemeesterschap.

Deze categorisatie geeft een sterke indicatie van de wijde impact van celebritypolitiek en het feit dat roem inherent lijkt aan politiek, minstens van de moderne politiek die een nauwe band onderhoudt met de media. Zo is de categorie ‘politicus-celebrity’ lang geen curiosum meer, onder andere door de professionalisering van politieke communicatie en het gebruik van marketing- en public relations-technieken in de (zelf)representatie van politici (Corner & Pels, 2003). Daarnaast kan ook vastgesteld worden dat het privéleven van talloze politici uit verschillende landen en politieke systemen voorwerp van publiek debat is, ofwel opgedist door bepaalde media, ofwel door de politici zelf in de kiesstrijd geworpen (Campus, 2010; Balmas & Sheaffer, 2013). Of dit een systematisch patroon van toenemende personalisering inhoudt, is echter nog voorwerp van discussie onder academici, mede bemoeilijkt door de verschillende wijzen van operationalisering van personalisering (Van Aelst, et al., 2012). Dit wordt verder in dit hoofdstuk diepgaander besproken, maar het staat vast dat door de focus op personaliteiten en het privéleven naast of in plaats van ideologie en partijprogramma’s, politiek en celebritycultuur naar elkaar toegegroeid zijn. In de volgende paragraaf wordt deze synergie verder besproken en staat de vraag centraal hoe we deze vorm van sociale verandering kunnen analyseren.

### **Van celebrity en politiek naar ‘celebritypolitiek’**

In 2009 vestigde Livingstone de aandacht op de intense verstrengeling en inbedding van media in zowat elk domein en onderdeel van de maatschappij. Dit vergt een aangepast analytisch en conceptueel kader, zo verduidelijkte ze:

*It seems that we have moved from a social analysis in which the mass media comprise one among many influential but independent institutions whose relations with the media can be usefully analyzed to a social analysis in which everything is mediated, the consequence being that all influential institutions in society have themselves been transformed, reconstituted, by contemporary processes of mediation. (Livingstone, 2009: 2)*

Dit argument vat kernachtig het uitgangspunt samen van mediatiseringsonderzoek dat deze evolutie en haar gevolgen bestudeert. Indicatief voor deze evolutie, zo stelde Livingstone, was

ook de manier waarop publicatietitels waren gewijzigd doorheen de tijd. In plaats van boektitels zoals *Television and the public sphere* (Dahlgren, 1995) of *Mass communication and society* (Curran, et al., 1977) werd dit meer en meer *Mediated politics* (Bennett & Entman, 2001) of *Mediatized protest* (Cottle, 2006). De verhouding van media ten aanzien van publieke sfeer, politiek of maatschappij evolueerde dus van een disjunctieve naar een conjunctieve en intieme relatie. Een soortgelijke evolutie kunnen we vaststellen met betrekking tot celebrity: *Celebrity and power* (Marshall, 1997) of *Celebrities and social movements* (Meyer & Gamson, 1995) werden opgevolgd door publicaties zoals *Celebrity activism* (Huliaras & Tzifakis, 2010) en *Celebrity politics* (West & Orman, 2003). Deze voorbeelden illustreren het argument dat bekendheid minder als een externe en onafhankelijke variabele werd beschouwd, maar dat dit als het ware onlosmakelijk verbonden is met bepaalde instituties en sociaal handelen. Deze trend waarbij maatschappij en cultuur wijzigen door en via celebrity wordt aangeduid met de term ‘celebritisering’ (Turner, 2004; van Krieken, 2012). Tot vrij recent werd celebritisering nogal eenzijdig beschreven en verklaard, vaak met exclusieve aandacht voor slechts één welbepaalde dimensie. Dit heb ik proberen te nuanceren door een multidimensionaal model voor te stellen waarbij celebritisering kan geobserveerd worden door drie verschillende indicatoren en waarbij dit proces ook wordt gevoed door drie achterliggende processen, namelijk mediatisering, personalisering en commodificatie (Auteur, in druk).

De drie indicatoren zijn democratisering, diversificatie en migratie. De democratisering van celebrity betekent dat door de introductie van nieuwe mediatechnologieën of -platformen zoals *YouTube* en nieuwe programmaformats binnen reality-tv de mogelijkheden om bekend te worden zijn vergroot, ook voor ‘gewone’ mensen en maatschappelijke groepen die vroeger moeilijker toegang vonden tot de media. Toch mogen we hierbij niet vergeten dat de bekendheid van deze personen in de meeste gevallen even snel verdwijnt als ze werd gecreëerd en dat deze sterren in wording vaak worden uitgebuit door de media-industrie, onder meer door gratis arbeid te verschaffen en wurgcontracten te ondertekenen. Een merkwaardig voorbeeld van reality-tv gerelateerd aan de politiek is dat een aantal zenders, waaronder het Engelse *ITV*, maar ook het Belgische *VTM*, met de idee hebben gespeeld om een televisieprogramma te lanceren dat op zoek zou gaan naar nieuwe kandidaat-politici. De deelnemers zouden het week na week tegen elkaar opnemen en aan het einde zou de winnaar of winnares van de show kunnen deelnemen aan de parlementaire verkiezingen (n.a., 2004).

De tweede indicator van celebritisering is diversificatie. Dit is hierboven al impliciet aan bod gekomen met de reeks voorbeelden van BV’s in diverse maatschappelijke deelsectoren, gaande van economie over religie tot justitie en politiek. Concreet verwijst diversificatie dus naar de productie van beroemdheden in sociale velden naast media, entertainment en sport. Deze personen kunnen hun bekendheid voor diverse doeleinden aanwenden: het verwerven van prestige, status en macht, maar ook uit geldgewin bijvoorbeeld. Een belangrijk punt is dat de interne dynamiek van deze sociale velden kan verschillen, wat twee implicaties heeft. Ten eerste kan dit de afgelegde weg naar bekendheid veranderen en ten tweede de waardering binnen het veld van bekendheid ook beïnvloeden. Herkenbaarheid staat dus niet gelijk aan erkenning. Binnen het academische veld bijvoorbeeld kan iemand bekend worden omwille van baanbrekend onderzoek en via media-aandacht ook daarbuiten herkend en erkend worden; andersom kan het verwerven van mediabekendheid los van academische merites ook als gevolg hebben dat de erkenning of geloofwaardigheid van deze persoon binnen de universitaire wereld onder druk komt te staan - zo kon kerkjurist, voormalig *CD&V*-politicus en jurylid in spelprogramma *De Slimste Mens* (VRT) Rik Torfs ondervinden bij zijn eerste

mislukte gooi naar het rectorchap van de *KULeuven* in 2005 (hoewel hij in 2013 wel verkozen raakte als rector).

De derde indicator is migratie en is tweeledig. Interne migratie doet zich voor wanneer een bepaald individu binnen hetzelfde veld een andere of extra positie gaat innemen, zoals wanneer een filmacteur ook gaat regisseren, of een parlementslid dat burgemeester wordt. Externe migratie gebeurt wanneer een bepaald individu een positie inneemt in een ander sociaal veld, zoals een filmacteur die politicus wordt of een politicus die plots ook een rol in de media gaat opnemen. Essentieel bij al deze bewegingen is dat deze personen hierbij gebruik maken van hun bekendheid om deze overstap te vergemakkelijken, bekomen of forceren.

Het is cruciaal om te beklemtonen dat celebritisering of de aanwezigheid van roem in politiek helemaal niet nieuw is (Drake & Higgins, 2006). Toch is er in de literatuur geen eensgezindheid over de startdatum, wat ook hier samenhangt met de reikwijdte van de definitie van celebrity (beperkt tot entertainment, media en sport, of breed en inclusief andere maatschappelijke velden). Zo situeert van Krieken (2012: 101) het begin van celebritypolitiek in de zestiende eeuw, terwijl volgens Braudy (1986) Alexander de Grote, die munten liet verspreiden met zijn afbeelding op, als de eerste celebrity kan aanzien worden. Een ander voorbeeld is Jeanne d'Arc, tijdens haar korte leven al een levende legende.

Bijgevolg volgt deze bijdrage Krotz (2007) in zijn gebruik van de term 'metaproces' in plaats van 'proces' om evoluties als mediatisering en celebritisering aan te duiden. Het signaleert dat we dit niet zomaar als lineaire en vooral kwantitatieve evoluties moeten begrijpen - met andere woorden, als iets dat louter toeneemt. Het is beter om dit te beschouwen als een gegeven dat niet noodzakelijk een precies startpunt kent, vaak ver teruggaat in de tijd, kan fluctueren en vooral ook als vorm en hoedanigheid kan evolueren. Is er dan niets veranderd vandaag in vergelijking met vroeger? Uiteraard wel, de schaal van celebritisering van politiek lijkt sterk gewijzigd - al is hier nog meer wetenschappelijk onderzoek vereist - mede door de intensere mediatisering en op het eerste zicht ook personalisering van politiek, waarbij ook een zekere graad van commercialisering en commodificatie van belang lijkt. Dit komt aan bod in de volgende paragrafen.

## **Structurele verklaringen voor 'celebritypolitiek'**

### ***Mediatisering***

Het eerste en essentiële metaproces dat celebritisering voedt is mediatisering. Dit is de coarticulatie van sociaal-culturele en mediacommunicatieve veranderingen (Hepp, 2012). De term coarticulatie overstijgt dus unidirectionaliteit en wijst op de mediagerelateerde veranderingen op micro-, meso- en macro-niveau in onze samenlevingen. Het politieke veld is zonder twijfel het meest bestudeerde binnen mediatiseringstudies (bv. Kepplinger, 2002; Strömbäck, 2008). Op enkele uitzonderingen na (bv. Auteur, et al., 2010) verschilt het begrip van mediatisering echter zoals hier uiteengezet en wordt in plaats van coarticulatie een institutionele benadering als uitgangspunt genomen, steunend op onder meer Hjarvards (2008) werk. Hierbij veronderstelt men dat media andere (semi-)autonome instituties zoals religie of politiek gaan 'koloniseren', concreet via een 'medialogica' die de logica van het veld in casu (bijvoorbeeld een 'politieke logica') gaat beconcurreren en verdringen.

Deze visie kent heel wat kritiek, onder meer omwille van de problematische notie *medialogica* (bv. Couldry, 2012; Hepp, 2012). Ten eerste lijkt deze notie singulier: is er slechts één omvattende logica zonder daarbij onderscheid te maken naar specifieke media? Verschilt de logica van televisie dan niet van een krantenlogica bijvoorbeeld? Ten tweede zijn er vragen gerezen over het feit dat *medialogica* lineariteit lijkt te impliceren: penetreert deze logica zomaar in een ander veld? Is de onderwerping aan mediawetten dan rechtlijnig en zonder handelingsvrijheid? Ondanks deze problemen blijft de institutionele benadering dominant binnen het onderzoek naar de mediatisering van politiek, maar het is belangrijk om voorgaande kritieken in het achterhoofd te houden bij het interpreteren van deze bevindingen.

Een typisch voorbeeld van de institutionele benadering van de mediatisering van politiek vinden we bij Wijfjes (2009) die de wijzigingen in de verhouding tussen media en politiek historisch beschrijft. Voor de jaren 1960 controleerde het politieke veld volgens hem de media-inhoud, in de Lage Landen verankerd via verzuiling (zie verder). Ontzuiling, deregulering van media en oprukkende commercialisering zorgden er vervolgens voor dat media verzelfstandigden (zie ook Hjarvard, 2008: 115-120) en dat de balans naar de andere kant ging overhellen, waarbij het politieke veld door marktgedreven media ‘gekoloniseerd’ zou zijn. Media zijn daarbij geen afzonderlijk instituut meer volgens deze visie, maar geïntegreerd in politiek, die op deze manier grondig verandert.

Hetzelfde wordt gezegd van populaire cultuur in relatie tot politiek: via de mediatisering en commercialisering zijn politiek en democratie ook in zekere mate ‘gepopulariseerd’. Zeker het medium televisie heeft politici, naast de politieke journalistiek, extra platformen aangeboden, zoals praat- en spelletjesprogramma’s via dewelke ze zichzelf kunnen profileren en verkopen (van Zoonen, 2000: 6). Terwijl politici zo een celebritypersona ontwikkelen en ‘politici-celebrity’s’ worden, bieden talkshows en andere infotainmentprogramma’s de entertainmentcelebrity’s ook een forum om partijpolitieke en sociaal-politieke thema’s te bediscussiëren (Daremas & Terzis, 2000: 127). Dit brengt hen een stap dichterbij een mogelijke rol als ‘celebrityactivisten en steunbetuigers’ en het trekt het politieke debat verder open door nieuwe actoren te introduceren. Het delen van deze politieke fora zorgt echter voor een wijziging in de politieke hiërarchie. Ten eerste boeten politici gedeeltelijk in aan symbolische macht en politieke autoriteit ten voordele van andere actoren aangezien hun rol en mogelijke invloed meer gedeeld moet worden met niet-verkozenen (Daremas & Terzis, 2000: 127). Ten tweede wordt bekendheid een belangrijker element in het politieke proces, waardoor sommige figuren minder makkelijk op het voorplan kunnen treden (Pels, 2003: 57).

### ***Personalisering***

Een ander gevolg van mediatisering naast popularisering is volgens verschillende auteurs ook de personalisering van politiek (bv. Mazzoleni & Schulz, 1999). Schulz, Zeh en Quiring (2005: 59), bijvoorbeeld, argumenteren dat mediatisering impliceert dat politici zich moeten aanpassen aan de logica van het dominante medium, televisie. Bijgevolg zou de presentatie op televisie ook een hogere graad van personalisering van kiescampagnes met zich meebrengen, waarin de persoonlijkheid en competenties van de belangrijkste kandidaat worden uitgespeeld. Een ander gevolg van mediatisering is volgens hen ook dat het kopstemmen eerder dan lijststemmen in de hand werkt (Schulz, et al., 2005: 61).

Dit voorbeeld maakt duidelijk dat personalisering verscheidene facetten omvat. Een recente conceptualisering hiervan maakt een hoofdpdeling tussen personalisering als individualisering en personalisering als privatisering (Van Aelst, et al., 2012). Het eerste

verwijst naar een toegenomen zichtbaarheid van individuele politici ten opzichte van partijen en een grotere focus op leiders; het tweede, privatisering, betekent dat ofwel de focus verschuift naar politiek minder relevante persoonlijke eigenschappen van politici, ofwel dat hun privéleven en persoonlijke interesses meer in beeld komen. Zoals eerder opgemerkt is het voorlopig echter moeilijk om besluiten te trekken over het eventueel voorkomen van (systematische wijzigingen in) deze vormen en mate van personalisering, zeker vanuit internationaal comparatief perspectief. Bovendien is het hierbij belangrijk op te merken dat dit niet alleen afhangt van structurele elementen zoals de nationale of regionale mediacultuur, het politieke en electorale systeem, maar ook van de betrokken politici en hun persoonlijkheid. Zo stelde Langer (2010) vast dat de berichtgeving in het Verenigd Koninkrijk gedurende 2007-2008 over het private leven van toenmalig premier Gordon Brown beperkter was dan van zijn voorganger Tony Blair, terwijl die over toenmalig oppositieleider David Cameron grotere proporties aannam.

Voor België kunnen we verwijzen naar Kesteloot (2009) die de evolutie in campagnevoering onderzocht voor de periode 1946-2007. Hieruit bleek onder meer dat vanaf de jaren 1960, dus na de introductie van televisie, kiescampagnes meer gingen focussen op individuele leiders en op kandidaten. Doordat ze zich vooral op campagnemateriaal toespitste en niet op media, kon ze echter geen uitspraken doen over een eventuele evolutie in de aandacht voor private en persoonlijke elementen doorheen de tijd. Ook moet opgemerkt worden dat personalisering hier enkel binnen de context van electorale campagnes werd onderzocht en niet in de alledaagse politiek. Dit laatste was wel het geval in eigen kwalitatief onderzoek waaruit onder meer bleek dat ook de mediapraktijken van collega's en concurrenten politici kunnen dwingen tot een trend naar verdere personalisering en celebrificatie<sup>11</sup> (Auteur, et al., 2010).

### *Commodificatie*

De derde voedingsbodem van celebritisering is commodificatie. Dit kan omschreven worden als het proces waarbij iets in een economisch verhandelbaar goed wordt omgezet dat gekocht en verkocht wordt op een markt (bv. Prodnik, 2012). Hoewel erg vaag, is 'iets' hier niet toevallig gekozen. Door verregaande vermarkting en commercialisering is die 'iets' namelijk heel breed geworden en omvat het niet alleen objecten, maar ook ideeën, personen, zelfs lichaamsonderdelen, natuurlijke reserves en publieke goederen. In de context van dit hoofdstuk kunnen we in navolging van Marshall (1997) opmerken dat politici en andere bekendheden koopwaren zijn (geworden). Marshall constateert ook een overlapping tussen beide: er is een 'convergence in the source of power between the political leader and other forms of celebrity' (Marshall, 1997: 19), namelijk bekendheid bij het publiek. Volgens Drake en Higgins (2006: 88) is echter niet alleen hun machtsbron gelijkaardig, maar moeten politici net als celebrity's hun electoraat als een publiek adresseren, hoewel er uiteraard nog subtiele verschillen blijven bestaan. Corner en Pels zijn radicaler wanneer ze beklemtonen dat 'institutions such as parties and ideologies primarily survive as brands, while the only future for political personality is that of celebrity' (Corner & Pels, 2003: 8).

Een belangrijke eigenschap van koopwaren of celebrity's als koopwaren is dat ze niet alleen zelf verkocht en verhandeld worden, maar dat ze ook andere koopwaren voortbrengen en helpen verkopen (bv. Dyer, 1986/2004: 5). Door hun cultivering herbergt hun naam een promotioneel kapitaal dat getransfereerd kan worden en dus een associatieve kracht heeft (Wernick, 1991: 109); met andere woorden: hun bekendheid kan ook verbonden worden aan

---

<sup>11</sup> Celebrificatie duidt op de transformatie van individuen in beroemdheden.



andere personen of objecten en hen zo ook onder de aandacht brengen. Dit biedt verklaring voor zogenaamde ‘celebrity steunbetuigingen’, waarbij een bekendheid een politicus of partij aanprijst. Het duidt ook het fenomeen waarbij beroemdheden opduiken tijdens campagnemeetings of waarom politici er soms belang aan hechten om samen met bepaalde beroemdheden (zoals Bono) gefotografeerd te worden. Dit gebeurde volgens Tye (1998, geciteerd in Kurzman, et al., 2007: 353) voor het eerst in 1924, toen steracteurs uit *Broadway* naar het Witte Huis werden gebracht voor een fotogelegenheid - al is het moeilijk in te denken dat daar voor leiders en politici zich nog niet associeerden met de bekende muzikanten, schrijvers of schilders uit hun tijd, en omgekeerd. Het voordeel voor celebrity’s om van nabij of veraf politiek betrokken te geraken is tweërlei: het draagt bij tot hun zelfpromotie en het geeft hen ook invloed in de politiek (Turner, 2004: 133).

### **Verschillende gedaantes van celebritypolitiek**

Naast de associatieve en promotionele waarde van beroemdheden is ook hun financiële waarde van groot politiek belang (West & Orman, 2003). Ze kunnen namelijk ook ingezet worden om fondsen te werven voor de erg dure kiescampagnes - of hun eigen middelen aanspreken om zelf de sprong te wagen naar de politiek, zoals filmacteur Arnold Schwarzenegger destijds succesvol deed om gouverneur van de staat Californië te worden. Turner (2004: 134) merkt echter op dat hoewel West en Ormans observaties waarschijnlijk terecht zijn voor de Verenigde Staten, ze minder van toepassing zijn in andere landen, zoals Groot-Brittannië. Zo is volgens hem de visie van West en Orman op de integratie van tabloidjournalistiek in het politieke domein positiever dan men zou aannemen buiten de VSA. De politieke relevantie van iemands persoonlijkheid en private leven is veel kleiner en het is dan ook veel minder gebruikelijk voor de media om zomaar te gaan grasduinen in het privéleven van politici. De verklaring volgens West en Orman (2003) is dat door verschillende schandalen, zoals *Watergate*, de publieke nood groot is om de betrouwbaarheid van politici grondig door te lichten.

Een tweede verschilpunt volgens Turner (2004: 134) is dat het in landen zoals Australië en Groot-Brittannië moeilijker is voor beroemdheden om de overstap naar de politiek te maken. Ze worden onvoldoende serieus genomen en in die landen vaak niet als politiek authentiek aanzien. Hetzelfde kan gezegd worden van politici die te ver gaan in de creatie van hun celebrity persona, wat ook het risico met zich meebrengt dat ze het politieke systeem in diskrediet brengen. Bovendien bestaat de kans dat de ruimte voor publiek debat vermindert wanneer politiek-ideologische aspecten minder aandacht krijgen dan vormelijke en celebritygerelateerde onderwerpen.

Een derde verschilpunt dat ik hier wil aan toevoegen, is dat we ook aandacht moeten besteden aan de politiek-economische, institutionele en juridische context die ‘celebritypolitiek’ mee vormgeven. Zo ligt het plafond voor verkiezingsuitgaven in de VSA veel hoger dan in België - in een beperkt aantal staten is er zelfs geen limiet - en is de afkomst van de financiering ook een stuk liberaler dan in België, waar sinds de *Agusta*-affaire nieuwe regels zijn ingevoerd om de transparantie te verhogen. Ook is er nog steeds opkomstplicht in België, terwijl beroemdheden in de VSA maar ook in andere landen zich vaak inzetten om vooral jongeren op te roepen te gaan stemmen waar dit niet verplicht is (Austin, et al., 2008). Bijgevolg is er in België geen sprake van dat beroemdheden worden ingezet om de verkiezingskas te spijzen of de opkomst te verhogen. In de volgende onderdelen besteed ik meer aandacht aan enkele specifieke contextuele variabelen die het voorkomen van celebritypolitiek in België mee helpen verklaren, namelijk ontzuiling en kieswethervorming.

## ***Ontzuiling***

Vanaf het begin van de 20<sup>ste</sup> eeuw liet het Belgische sociaal-culturele, politieke en gedeeltelijk ook economische weefsel zich uitsplitsen in drie centrale ideologische zuilen (katholiek, socialistisch en liberaal). Deze zuilen hadden, gestuurd door de respectieve politieke partijen, eigen vakbonden, ziekenfondsen, bankinstellingen, verzekeringsmaatschappijen, verenigingen, kranten, tot zelfs bioscopen. Dit leidde tot een grote partijtrouw of toch vrij consistent stemgedrag en dus politieke stabiliteit (Huyse, 2003: 372). Vanaf de jaren 1970, onder meer door de olie- en economische crisis, de verdere Europese integratie, televisie als gemeenschappelijk venster op de wereld en secularisering, werden de scheidingswanden tussen de verschillende zuilen poreuzer en versoepelden ook de onderlinge banden tussen de verenigingen en organisaties binnen de drie zuilen (Huyse, 2003: 373-375). Ideologie moest meer en meer plaats ruimen voor marktlogica als ordewoord en de zuilen brokkelden uiteindelijk nagenoeg helemaal af, onder meer door de depolitisering<sup>12</sup> van een groot aantal onderdelen van de drie zuilen (Huyse, 2003: 370-371). Ondanks deze ontzuiling zijn echter niet alle banden verdwenen. Zo kennen de vakbonden en mutualiteiten nog steeds dezelfde driedeling (al zijn er ook een aantal bijgekomen, zoals onafhankelijke mutualiteiten) en is een groot deel van de ziekenhuizen en scholen in Vlaanderen ook nog steeds katholiek (Huyse, 2003: 375).

Deze ontzuiling doorbrak de politieke stabiliteit en de partijtrouw van heel wat burgers verminderde, wat leidde tot een groeiende groep ‘vlottende kiezers’. De grote politieke families richtten zich bijgevolg in toenemende mate op het politieke centrum om de grootste groep kiezers te kunnen overtuigen, waardoor echter ook de partijgrenzen relatief vervaagden (Billiet, 2004b; Huyse, 2003: 392). Corner en Pels (2003: 7) trekken de gevolgen hiervan verder door:

*While all parties tend to become centre parties and reproduce the divisions of the political spectrum within themselves, voters increasingly float away from these empty cubicles in order to identify with public individuals or celebrities who condense particular themes and emotions in a spectacular display of character and style.*

We zouden inderdaad kunnen stellen dat personalisering van politiek een mogelijk en indirect gevolg is van de ontzuiling, of er toch door versterkt is, maar nogmaals, dit betreft niet noodzakelijk een systematische en lineaire trend. Ook het belang van beroemdheden die het ideologische gat of de politieke kloof opvullen mag niet overschat worden. Hoewel de ruimte voor hen zeker is toegenomen, ook toen (het discours rond) de politieke vernieuwing de kop opstak en partijen veel buiten de zuilen politiek personeel gingen rekruteren, blijft het aandeel entertainment-BV's op kieslijsten relatief laag (zie ook De Swaef, 2008).

## ***Electoraal systeem***

Deze laatste paragraaf vestigt de aandacht op het belang van het electoraal systeem en kieswethervormingen voor de aard en het voorkomen van celebritypolitiek. Dit argument is echter in sterke mate indicatief en hypothetisch wegens het ontbreken van substantieel empirisch onderzoek dat dit mogelijk verband kan ondersteunen. Zo merkten ook Mazzoleni en Schulz (1999: 256) al op dat in vergelijking met het Amerikaanse presidentiële systeem Europese parlementaire democratieën minder ruimte laten voor de personalisering van

---

<sup>12</sup> Zie ook de bijdrage van [Auteur] en [Auteur] in dit volume.

kiescampagnes, al is verder comparatief onderzoek hier nog nodig, specifiek ook wat roem en niet enkel personalisering betreft.

Hetzelfde gaat op voor het gevoerde onderzoek in België rond kieswethervormingen en personalisering. Wauters (2003) beschreef bijvoorbeeld al dat het aandeel voorkeursstemmen in 2003 steeg tot 66,5% en daarmee een stijgende trend bevestigde sinds de jaren 1970. Gedurende de jaren 1980 trad een relatieve stagnatie op (Billiet, 2004a: 280). Wauters (2003: 402) wijst hier ook op de kieswethervorming van 2000 waarbij de zogenaamde devolutive kracht van de lijststem verminderde en waardoor het verschil tussen kandidaat-opvolgers en -titularissen verdween, wat het belang van voorkeursstemmen dus vergrootte. Ook de kieswethervorming van 2003 is hier heel belangrijk, want toen werden de kiesomschrijvingen voor het federaal parlement uitgebreid van het arrondissementeel naar het provinciaal niveau (behalve voor Brussel-Halle-Vilvoorde en Leuven). Dit betekent dus dat het kiesterrein en de actieradius voor kandidaat-politici gevoelig vergrootte, waardoor ze ook meer aangewezen waren op media en waardoor dus ook de factor bekendheid opnieuw om de hoek komt kijken.

Een laatste element dat hier van belang is, is de hoge frequentie aan verkiezingen in België. De Belgische kiezer moest naar de stembus trekken in 1994, '95, '99, 2000, '03, '04, '06, '07, '09, '10, '12 en '14 voor lokale en provinciale, regionale, federale en Europese verkiezingen. BV's worden daarbij soms ingezet om lijsten op te vullen en stemmen te trekken, of als zogenaamde 'witte konijnen' om een van deze vele verkiezingen te leiden. Een voorbeeld is topwetenschapster Christine Van Broeckhoven die voor *sp.a* de Kamerlijst trok in Antwerpen bij de federale verkiezingen in 2007 - een politieke carrière die vroegtijdig eindigde.

## **Conclusie**

Dit hoofdstuk had als doel het debat te nuanceren over de aanwezigheid van BV's, maar ook over het belang van bekendheid als politieke kwaliteit, zoals dat vaak gevoerd wordt in de media en soms ook academisch. Door de complexiteit van de empirische realiteit te benadrukken heeft het inzicht willen bijbrengen in de verschillende vormen die celebritypolitiek kan aannemen en in de diversiteit aan processen die samen celebritypolitiek produceren. Ten eerste werd beklemtoond dat de definitie van celebritypolitiek niet mag verengd worden tot bekendheden uit media, entertainment of sport die de politiek binnentreden als kandidaat-politicus of mandataris, maar ook activisme omvat en, belangrijk, ook de transformatie van politici in BV's en het belang van mediabekendheid in de strijd om de kiezer en de macht.

Ten tweede heeft het ook de stelling weerlegd dat 'de media' de hoofdverantwoordelijke zijn voor het bestaan van celebritypolitiek. Niet alleen kan aangenomen worden dat een zekere graad van bekendheid van politici zo oud is als politiek zelf, ook moeten we onze blik afwenden van media als directe oorzaak voor celebritypolitiek. Media zijn meer dan technologische platformen en aanbieders van inhoud en slechts één element in een complex geheel van (meta-)processen die sociale verandering voortbrengen. We dienen namelijk ook rekening te houden met de personalisering van politiek en de rol van commodificatie, terwijl ook bredere maatschappelijke tendensen - zoals in de Belgische case ontzuiling - de gedaanteverandering van politiek en de rol die celebrity kan spelen mee hebben beïnvloed. Daarnaast is ook geargumenteed dat interne dynamieken van de politiek zoals kieswethervormingen en institutionele elementen evenmin uit het oog mogen worden verloren, net als individuele kenmerken en keuzes van politici.

Enkele van deze argumenten zijn, hoewel aannemelijk, echter nog onvoldoende empirisch onderbouwd wegens het ontbreken van substantieel onderzoek dat deze relaties bevestigt en vooral ook in historisch perspectief heeft onderzocht. Zo is er dringend nood aan onderzoek dat een systematische analyse biedt van celebritypolitiek, zowel historisch voor wat België betreft, als internationaal comparatief om mogelijke verschillen naargelang politiek en electoraal systeem te kunnen duiden. Naast structurele verklaringen moeten ook processen op microniveau verder onderzocht worden en kan bijvoorbeeld nagegaan worden hoe BV's de verschillende gradaties van politieke betrokkenheid invullen en combineren met hun andere activiteiten, hoe ze deze dubbele positie naar beide publieken legitimeren, of ook wat het publiek zelf hierover precies denkt. Op die manier kan ook de impact van celebritypolitiek op de kwaliteit van de democratie en onze identiteit als burger geëvalueerd worden en krijgen we een beter begrip van de rol van de media hierin.

## Bibliografie

Auteur (2013a ; 2013b).

Auteur, et al. (2010).

Austin, E. W., Van de Vord, R., Pinkleton, B. E. & Epstein, E. (2008) 'Celebrity endorsements and their potential to motivate young voters', *Mass Communication and Society*, 11(4): 420-436.

Balmas, M. & Sheaffer, T. (2013) 'Leaders first, countries after: Mediated political personalization in the international arena', *Journal of Communication*, 63(3): 454-475.

Bennett, W. L. & Entman, R. M. (eds.) (2001) *Mediated politics: Communication in the future of democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.

Billiet, J. (2004a) 'Op eigen kracht voor de ongebonden kiezer? Over veranderingen in de relaties tussen middenveld en politieke partijen', *Ethische Perspectieven*, 14(3): 277-313.

Billiet, J. (2004b) 'Van verwerpelijke verzuiling naar geprezen middenveld: Bilan van 30 jaar onderzoek', *Tijdschrift voor Sociologie*, 25(1): 129-157.

Braudy, L. (1986) *The frenzy of renown: Fame and its history*. Oxford: Oxford University Press.

Campus, D. (2010) 'Mediatization and personalization of politics in Italy and France: The cases of Berlusconi and Sarkozy', *The International Journal of Press/Politics*, 15(2): 219-235.

Corner, J. & Pels, D. (2003) 'Introduction: The re-styling of politics', pp. 1-18 in J. Corner & D. Pels (eds.) *Media and the restyling of politics. Consumerism, celebrity and cynicism*. Londen: Sage.

Cottle, S. (2006) *Mediatized conflict: Developments in media and conflict studies*. Maidenhead: Open University Press.

Couldry, N. (2012) *Media, society, world: Social theory and digital media practice*. Cambridge: Polity.

Curran, J., Gurevitch, M. & Woollacott, J. (eds.) (1977) *Mass communication and society*. Londen: Arnold.

Dahlgren, P. (1995) *Television and the public sphere: Citizenship, democracy and the media*. Londen: Sage.

Daremas, G. & Terzis, G. (2000) 'Televisualization of politics in Greece', *International Communication Gazette*, 62(2): 117-131.

De Swaef, F. (2008) *Betty for president. Waarom BV's een zegen zijn voor de politiek*. Gent: Academia Press.

- Drake, P. & Higgins, M. (2006) 'I'm a celebrity, get me into politics': The political celebrity and the celebrity politician', pp. 87-100 in S. Holmes & S. Redmond (eds.) *Framing celebrity: New directions in celebrity culture*. Londen: Routledge.
- Dyer, R. (1986/2004) *Heavenly bodies: Film stars and society* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Routledge.
- Hepp, A. (2012) *Cultures of mediatization*. Cambridge: Polity.
- Hjarvard, S. (2008) 'The mediatization of society: A theory of the media as agents of social and cultural change', *Nordicom Review*, 29(2): 105-134.
- Huliaras, A. & Tzifakis, N. (2010) 'Celebrity activism in international relations: In search of a framework for analysis', *Global Society*, 24(2): 255-274.
- Huyse, L. (2003) *Over politiek*. Leuven: Van Halewyck.
- jvt (2013) 'Michel Doomst: "Laat partijen stoppen met aantrekken van Bv's"', *De Standaard*.
- Kepplinger, H.M. (2002) 'Mediatization of politics: Theory and data', *Journal of Communication*, 52(4): 972-986.
- Kesteloot, S. (2009) *Evolutie van de campagnevoering in Vlaanderen tussen 1946 en 2007*. Gent: Universiteit Gent.
- Krotz, F. (2007) 'The meta-process of 'mediatization' as a conceptual frame', *Global Media and Communication*, 3(3): 256-260.
- Kurzman, C., Anderson, C., Key, C., Lee, Y. O., Moloney, M., Silver, A., et al. (2007) 'Celebrity status', *Sociological Theory*, 25(4): 347-367.
- Langer, A. I. (2010) 'The politicization of private persona: Exceptional leaders or the new rule? The case of the United Kingdom and the Blair effect', *The International Journal of Press/Politics*, 15(1): 60-76.
- Livingstone, S. (2009) 'On the mediation of everything: ICA presidential address 2008', *Journal of Communication*, 59(1): 1-18.
- Marsh, D., 't Hart, P. & Tindall, K. (2010) 'Celebrity politics: The politics of the late modernity?', *Political Studies Review*, 8(3): 322-340.
- Marshall, P. D. (1997) *Celebrity and power. Fame in contemporary culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Mazzoleni, G. & Schulz, W. (1999) 'Mediatization of politics: A challenge for democracy?', *Political Communication*, 16(3): 247-261.
- Meyer, D. S. & Gamson, J. (1995) 'The challenge of cultural elites: Celebrities and social movements', *Sociological Inquiry*, 65(2): 181-206.
- n.a. (2004) 'Politiek Idool-programma in Engeland', *De Standaard*.
- Pels, D. (2003) 'Aesthetic representation and political style. Re-balancing identity and difference in media democracy', pp. 41-66 in J. Corner & D. Pels (eds.) *Media and the restyling of politics. Consumerism, celebrity and cynicism*. Londen: Sage.
- Prodnik, J. (2012) 'A note on the ongoing processes of commodification: From the audience commodity to the social factory', *TripleC*, 10(2): 274-301.
- Rojek, C. (2001) *Celebrity*. Londen: Reaktion Books.
- Schulz, W., Zeh, R. & Quiring, O. (2005) 'Voters in a changing media environment: A data-based retrospective on consequences of media change in Germany', *European Journal of Communication*, 20(1): 55-88.
- Street, J. (2004) 'Celebrity politicians: Popular culture and political representation', *The British Journal of Politics and International Relations*, 6(4): 435-452.
- Strömbäck, J. (2008) 'Four phases of mediatization: An analysis of the mediatization of politics', *The International Journal of Press/Politics*, 13(3): 228-246.
- Turner, G. (2004) *Understanding celebrity*. Londen: Sage.

- Van Aelst, P., Sheaffer, T. & Stanyer, J. (2012) 'The personalization of mediated political communication: A review of concepts, operationalizations and key findings', *Journalism*, 13(2): 203-220.
- Van den Bulck, H. & Tambuyzer, S. (2008) *De celebritysupermarkt*. Berchem: EPO.
- van Krieken, R. (2012) *Celebrity society*. Londen: Routledge.
- van Zoonen, L. (2000) 'Popular culture as political communication: An introduction', *Javnost/The Public*, 7(2): 5-18.
- van Zoonen, L. (2005) *Entertaining the Citizen: When politics and popular culture converge*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Wauters, B. (2003) 'Het gebruik van voorkeursstemmen bij de federale parlementsverkiezingen van 18 mei 2003', *Res Publica*, 45(2-3): 401-428.
- Wernick, A. (1991) *Promotional culture: Advertising, ideology and symbolic expression*. Londen: Sage.
- West, D. M. & Orman, J. (2003) *Celebrity politics*. New Jersey: Prentice Hall.
- Wijffjes, H. (2009) 'Introduction: Mediatization of politics in history', pp. ix-xxii in H. Wijffjes & G. Voerman (eds.) *Mediatization of politics in history*. Leuven: Peeters.

## ***II.*** ***Identiteit en Jongeren***

# Schermen met seks(ualiteit): Het emancipatorische belang van televisierepresentaties van seks en seksualiteit voor het jonge kijkpubliek

Frederik Dhaenens & Elke Van Damme

## Abstract

Golven van morele paniek kenmerken de geschiedenis van televisie, vooral wanneer het om seksueel gerelateerde thema's in populaire cultuur gaat. Op regelmatige tijdstippen ontstaan zowel op nationaal als internationaal niveau publieke debatten tussen voor- en tegenstanders van taboedoorbrekende programma's, vooral wanneer ze betrekking hebben op de representatie van seks en seksualiteit in programma's gericht op jongeren. We willen nuance aanbrenge in deze debatten door aan te tonen dat televisie ruimte creëert voor het representeren van diversiteit binnen seksualiteit, zowel met betrekking tot seksuele praktijken als identiteiten. Ten tweede benadrukken we dat jongeren als publiek kritisch en actief met televisiebeelden omgaan, en niet als volgzaam sponzen alles voor waar aannemen. Ten derde tonen we aan hoe televisie een emancipatorische hefboom kan worden voor jongeren met niet-heteronormatieve seksuele verlangens en/of identiteiten.

## Introductie

De geschiedenis van media in het algemeen en televisie in het bijzonder wordt gekenmerkt door golven van morele paniek (Dijkman, 4 november 2008; Ibs, 27 oktober 2011) en vooral representaties van tieners, seks en seksualiteit blijven tot op vandaag een veelbesproken onderwerp. Wanneer de herbevestiging van morele waarden in het gedrang komt, kan morele paniek ontstaan die tot doel heeft de dominante ideologie af te dwingen en te bevestigen (Crichter, 2006). Het is door deze debatten rond morele paniek dat de samenleving gewaarschuwd wordt voor lokale kwesties en (nieuwe) spanningsvelden. Meer nog, dergelijke problemen en spanningen worden vaak vertaald naar zaken van nationaal of internationaal belang (Drotner, 1999). Neem bijvoorbeeld de representaties van seksuele praktijken en seksuele identiteiten in de Amerikaanse tienerreeks *Glee*, welke regelmatig de aanleiding vormen voor een publiek debat over wat al dan niet mag getoond worden in een tienerserie. Zo vond de Amerikaanse organisatie *Parents Television Council*<sup>13</sup> dat de episode 'The First Time' - waarin zowel een heteroseksueel als homoseksueel koppel hun maagdelijkheid verliezen - tienerseks promoot (Harnick, 8 november 2011). Ook de Amerikaanse remake van de Britse tienerserie *Skins* lokte controversie uit in 2011. Tegenstanders zagen elementen van kinderpornografie in de serie vervat en uitten ook kritiek op de veelvuldige afbeeldingen waarin jongeren drugs en alcohol gebruiken. Ook hier mengde de *Parents Television Council* zich in het debat. Ze riep het publiek op om adverteerders aan te sporen niet langer advertenties te plaatsen bij de serie en dus niet langer financiële steun te bieden. Een juridische evaluatie van de serie gaf echter aan dat deze niet in strijd was met wetgeving, maar het onrecht was geschied: adverteerders haakten af en *Skins* stierf in Amerika een stille dood na slechts één seizoen (Lacob, 20 januari 2011; Elliot & Stelter, 26 januari 2011; Hoops, 2012).

Dergelijke controverses treffen we niet alleen in het buitenland aan, ook in Vlaanderen werd bijvoorbeeld in 2011 dit debat over de representatie van seks, seksualiteit en jongeren

---

<sup>13</sup> De *Parents Television Council* ([www.parentstv.org](http://www.parentstv.org)) is een niet-partijgebonden conservatieve organisatie die pleit voor verantwoord entertainment. Ze vertrekt vanuit de veronderstelling dat televisie van invloed is op de ontwikkeling van het kind en dat het medium cruciaal is bij het aanleren en in stand houden van traditionele waarden en normen.



gevoerd, en dit naar aanleiding van het idee om een Vlaamse variant van het Nederlandse *Sputten en Slikken* op *Op12*, het nieuwe jongerenkanaal van de Vlaamse openbare omroep, te programmeren. Het idee verdeelde opiniemakers: aan de ene kant waren er voorstanders (bv. Auteur, 2011a) van programma's waarin seks en seksualiteit aan bod komen. Zij argumenteren dat deze programma's taboes uit de tienerwereld kunnen doorbreken en jongeren kunnen helpen bij hun zoektocht naar een identiteit. Aan de andere kant had je opiniemakers (bv. De Wever, 22 november 2011) die ervan uit gaan dat, eerst en vooral, tieners niet in staat zijn om kritisch om te gaan met beelden van seks en seksualiteit, en ten tweede, dat entertainment-televisie niet geschikt is om deze thema's aan te kaarten bij tieners. De opinie van de tegenstanders is niet uniek of nieuw en wordt ingegeven door de vrees dat media in het algemeen en televisie in het bijzonder een cruciale rol spelen in het negatief beïnvloeden van kinderen en jongeren. De tegenstanders vrezen dat het jonge kijnpublik soortgelijke gedragingen zullen overnemen in het dagelijkse leven, en men gaat dus voorbij aan de kritische vaardigheden die jongeren kunnen bezitten om soortgelijke representaties te evalueren. Meer zelfs, tegenstanders pleitten ervoor zulke 'immorele' beelden te weren van ons televisiescherm om zo de onschuld van het jonge publiek te vrijwaren. Nochtans tonen de resultaten van de grootschalige *Sexpert* studie die opgezet werd door *KULeuven*, *UGent* en *UZ Gent*, en die begin maart 2013 de media haalde, een overwegend positief verhaal over de seksuele gezondheid en het seksueel gedrag van Vlaamse jongeren (Dewaele, 13 februari 2013).

De voorgaande voorbeelden illustreren niet alleen de morele paniek gericht op jongeren, seks en seksualiteit, ze tonen ook aan dat in onze maatschappij het seksuele leven van jongeren nog steeds als een sociaal en maatschappelijk probleem aanschouwd wordt (Irvine, 1994: 5). Deze paniek en dit sociaal spanningsveld worden vaak aangewakkerd door de resultaten van wetenschappelijk effectonderzoek dat bijvoorbeeld de invloed van mediarepresentaties op het gedrag van het jonge kijnpublik onderzoekt (bv. Eggermont, 2006; Fisher, et al., 2009; Gottfried, et al., 2013). Ook de rapportering van deze onderzoeksresultaten in populaire media wordt regelmatig aangegeven om de 'slechte' invloed van televisie te onderstrepen, zoals het artikel 'Mama's machteloos tegen slechte invloed van televisie op zonen' uit *Het Laatste Nieuws* van 27 oktober 2011 illustreert. In deze studies, echter, worden jongeren als onderzoeksobjecten nauwelijks zelf aan het woord gelaten.

In dit essay vertrekken wij van deze debatten en richten we onze aandacht specifiek op de relatie tussen jongeren en televisie. Concreet willen we drie zaken aantonen. Ten eerste willen wij het debat rond representaties van seks en seksualiteit nuanceren. Concreet tonen we aan dat televisie wel degelijk ruimte kan creëren voor het representeren van diversiteit binnen seksualiteit - zowel met betrekking tot seksuele praktijken als seksuele identiteiten - en plaatsen we een kritische kanttekening bij de populaire opinie dat de media-inhoud vandaag de dag hyperseksueel is. Ten tweede willen wij benadrukken dat jongeren als publiek kritisch en actief televisiebeelden lezen. Ten derde willen wij aantonen hoe televisie een emancipatorische hefboom kan betekenen voor jongeren met seksuele verlangens en/of identiteiten die zich buiten de heteronormatieve idealen bevinden. Om dit aan te tonen vertrekken we van het idee dat media in een hedendaagse democratische samenleving belangrijke publieke fora zijn waar representaties van seksuele diversiteit op een genuanceerde, gediversifieerde en complexe manier kunnen getoond worden. Hierdoor kunnen media een cruciale rol spelen in het emancipatieproces van seksuele minderheden. Om deze drie doelstellingen te bereiken, beroepen wij ons enerzijds op tekstueel onderzoek naar seksualiteitsrepresentaties en anderzijds receptieonderzoek van seksualiteitsrepresentaties bij jongeren, aangevuld met de resultaten van (inter)nationaal onderzoek.

## Seks en seksualiteit in hedendaagse televisiefictie: tienerseries

Kwantitatief en kwalitatief onderzoek naar de seksuele representaties van jongeren benadrukt de alomtegenwoordigheid van seksuele commentaren en representaties in populaire televisiefictie gericht op een algemeen én jeugdig kijkpubliek (Ward, Gorvine & Cytron, 2002; Buckingham & Bragg, 2004; Eyal, et al., 2007; Zurbriggen, et al., 2007). Alhoewel er geen eensgezindheid heerst over de toename dan wel afname van seksuele representaties op televisie, gaan vele onderzoekers ervan uit dat onze media-inhoud *hyperseksueel* is (Jacobson, 2005; Zurbriggen, et al., 2007). Vertrekkende van eigen kwalitatief tekstueel onderzoek (Auteur 2010a; 2010b; 2012c; 2012d; 2013), waarbij de representatie van seksuele identiteiten en praktijken in een mix van Amerikaanse (*One Tree Hill*, *Glee* en *Gossip Girl*), Britse (*Skins*), Canadese (*Degrassi: The Next Generation*) en Vlaamse (*16+: Uit het leven gegrepen*) tienerseries van naderbij onderzocht werd, willen we de algemeen geldende impressie dat onze media-inhoud hyperseksueel zou zijn nuanceren. Bovendien willen we stilstaan bij de diversiteit aan representaties van seks en seksualiteit die aan bod komen in televisieseries gericht op een jong kijkpubliek.

We stellen vast dat alle onderzochte series norm- en taboedoorbrekende representaties bevatten met betrekking tot seks en seksualiteit. Vrijblijvende seks onder kennissen of vrienden komt in vele series voor, waarbij seks als een vorm van plezier wordt voorgesteld. Zonder de reële problematiek rond homofobie uit te weg te gaan, tonen deze series eveneens omgevingen waarin holebipersonages - al dan niet als hoofdpersonage - gelijkwaardig behandeld worden. Dit sluit echter niet uit dat de series ook meer conservatieve en traditionele normen en waarden representeren. Zo wordt het belang van trouw zijn aan elkaar onderstreept. Bovendien bevatten de onderzochte tienerseries - met uitzondering van de Britse serie *Skins* - geen expliciete afbeeldingen van seksuele intimiteit (Auteur, 2010a; 2010b; 2012c; 2012d). Integendeel, intimiteit wordt gesuggereerd door het gebruik van *fade outs* en 'voor en na shots' (Batchelor, Kitzinger & Burtney, 2004; Berridge, 2010; Auteur 2010a; 2010b; 2012c; 2012d). Dit geïmpliceerd seksueel gedrag is niet het meest voorkomend element in jeugdseries, maar wel conversaties over seks en allerlei seksueel suggestieve opmerkingen (bv. Batchelor, et al., 2004; Eyal & Finnerty, 2009). Uit deze conversaties blijken de seksuele verlangens van vooral vrouwelijke personages. Bovendien bevatten de series ook verschillende voorbeelden van meisjes die het initiatief nemen tot het aangaan van een seksuele relatie, wat net als de voorgaande bevinding kan omschreven worden als a-stereotiepe representaties van vrouwelijke seksualiteit. Wat echter duidelijk opvalt in de onderzochte series is het belang van een seksuele relatie in het leven van de fictieve jonge hoofdpersonages. Tieners ouder dan zestien jaar worden geacht seksueel actief te zijn en seks maakt duidelijk deel uit van een vaste, langdurige relatie (bv. Batchelor, et al., 2004; Auteur, 2010a; 2010b; 2012c; 2012d). Veilig vrijen wordt hierbij vaker gepromoot in de niet-Amerikaanse series: anticonceptie wordt besproken en condooms worden soms afgebeeld, en dit in tegenstelling tot Amerikaanse series - alhoewel uitzonderingen hier ook deze stelling nuanceren (bv. in de serie *Dawson's Creek*) (Aubrey, 2004; Bindig, 2008; Hust, Brown & L'Engle, 2008; Wright, 2009).

Niettegenstaande de aanwezigheid van zowel norm- en taboedoorbrekende als traditionele representaties van seksualiteit in hedendaagse tienerseries, moet worden opgemerkt dat enkele series leunen naar een meer traditionele representatiepolitiek terwijl andere series meer durven experimenteren op vlak van seks en seksualiteit. In de door ons onderzochte tienerseries blijkt heteronormativiteit een belangrijke factor. Heteronormativiteit verwijst naar een normatieve macht in de hedendaagse westerse maatschappij die uitgaat van een binaire

geslachtsverdeling en van vaststaande relaties tussen geslacht, gender en seksualiteit (Auteur, 2012a; 2012b; 2013). Hierbij wordt verwacht dat mannen en vrouwen zich respectievelijk strikt mannelijk en vrouwelijk gedragen en zich als heteroseksueel identificeren en gedragen (Butler, 1999; Warner, 1999; Halberstam, 2005). Uit eigen onderzoek naar de tienerseries *One Tree Hill* en *Gossip Girl* merken we dat de representaties van seksualiteit vaak het heteronormatieve ideaal bestendigen en dat bovendien bepaalde instituten (bv. het huwelijk), normen en waarden (bv. monogamie) die centraal staan in een heteronormatieve maatschappij geïdealiseerd worden. In de series *Glee*, *Skins*, *Degrassi: The Next Generation* en *16+: Uit het leven gegrepen* daarentegen merken we dat deze idealisering op verschillende momenten doorbroken wordt. Bovendien bevatten deze series ook voorbeelden van tieners die experimenteren met hun seksuele identiteit, tieners die hun seksualiteit als fluïde ervaren of tieners die hun seksuele identiteit niet labelen. Tot slot kan ook het investeren van deze series in uitgebreide representaties van holebipersonages gezien worden als een kritiek op een heteronormatieve dominantie, zeker wanneer de holebipersonages afwijken of ingaan tegen bepaalde traditionele denkkaders (Auteur 2010a; 2010b; 2012c; 2012d; 2013).

We kunnen dus stellen dat het kijkende publiek een veelheid aan jeugdige identiteiten aangeboden krijgt en het publiek hierdoor voorzien wordt van een overvloed aan symbolische hulpmiddelen voor het vormen van een eigen identiteit (Levine, 2009). De representaties illustreren duidelijk de zoektocht naar ‘wie ze zijn’ en de personages in de tienerseries experimenteren met seks en seksualiteit. Het is duidelijk dat vrijblijvende seks in tienerseries gerepresenteerd wordt als een onderdeel van de pleziercultuur. Niettegenstaande dat seks geïntegreerd is in het spektakel van tienerseries, dienen we echter de hyperseksuele<sup>14</sup> media-inhoud te nuanceren aangezien er weinig tot geen expliciete representaties van seksuele intimiteit op te merken zijn in de series (Auteur 2010a; 2010b; 2012c; 2012d; 2013). Alhoewel sommige series lijken vast te houden aan de traditionele representaties van heteroseksualiteit en heteronormativiteit, geven andere series een divers spectrum van seksuele identiteiten weer en wordt de heteronormatieve dominantie op verschillende vlakken doorbroken.

### **Tieners en representaties van seks en seksualiteit**

Publieksonderzoek naar de rol van televisie in het dagelijkse leven van mensen kenmerkt zich door een spanningsveld tussen machtige media en een machtig publiek (Gorton, 2009). Dit spanningsveld is vooral op te merken in onderzoek naar jongeren, omdat media onlosmakelijk verbonden zijn met jeugdculturen (Livingstone, 2005; Auteur, 2011b). Wegens de beperktheid van dit hoofdstuk kunnen we niet uitgebreid ingaan op de verschillende visies op publieksonderzoek. Wel willen we benadrukken dat alle onderzoekstradities binnen publieksonderzoek ervan uitgaan dat jongeren zich in een cruciale periode in hun leven bevinden waarin de constructie van een seksuele identiteit en het vergaren van seksuele kennis vitaal zijn (Auteur, 2012e). We sluiten ons aan bij het ‘nieuwe’ publieksonderzoek dat zich vanaf de jaren 1980 ontwikkelde binnen *cultural studies* onderzoek. Binnen deze traditie wordt aangenomen dat mediarepresentaties vaak de dominante ideologie ondersteunen en bekrachtigen, maar tegelijkertijd wordt er ook van uitgegaan dat teksten ‘open’ zijn voor verschillende interpretaties of lezingen (bv. Hall, 1980). Mediaproducten incorporeren verschillende boodschappen in de tekst, maar het is het kijkpubliek dat deze interpreteert.

---

<sup>14</sup> ‘Hyperseksuele’ media-inhoud verwijst naar wat verschillende auteurs (Ward, et al., 2002; Jacobson, 2005) de toenemende hoeveelheid van seksuele representaties op televisie noemen, waarbij deze auteurs opmerken dat hedendaagse representaties ‘te expliciet’ en ‘te onrealistisch’ zijn en bovendien ‘te vaak’ voorkomen op ons televisiescherm.

Deze interpretaties zijn afhankelijk van de sociale en culturele kijkcontext en van identiteitskenmerken van het publiek zoals gender, klasse, ... (Morley, 1995; Barker, 2008, 3<sup>de</sup> ed.; Buckingham, 2008; Gorton, 2009; Auteur, 2012e). Bovendien is de consumptie van een bepaalde televisietekst geen geïsoleerd gegeven, maar doet het publiek een beroep op de 'symbolische bronnen' van eerder gelezen of bekeken teksten om tot een bepaalde lezing of interpretatie te komen (Buckingham, 2008: 224). Het is in deze context dat dominante maatschappelijke discoursen bevestigd, verworpen of aangepast worden (Hall, 1980; 2003). Binnen deze onderzoekstraditie wordt dus uitgegaan van media als symbolische hulpbronnen waarvan jongeren kunnen leren. Bovendien worden jongeren gezien als bekwame en competente mediaconsumenten, die kritisch teksten lezen.

Onderzoek naar de relatie tussen televisieconsumptie van representaties van seks en de seksuele identiteit van jongeren werd pas recent op de onderzoeksagenda geplaatst door Buckingham en Bragg (2004) uit Groot-Brittannië. Sindsdien blijkt uit verschillende onderzoeken dat jongeren de macht van media en het productieproces achter mediaproducties erkennen, aangezien ze aangeven dat seks verkoopt en dat het gebruikt wordt om het publiek aan te trekken en te houden (Ibid.: 160; Felten, Janssens & Brants, 2009). Jongeren beschouwen entertainment als de belangrijkste functie van televisieconsumptie, maar ook kennisvergarig over liefde, seks(ualiteit) en relaties worden aangegeven (Buckingham & Bragg, 2004; MacKeogh, 2004; Auteur, 2012e). In de meeste gevallen combineren jongeren verschillende informatiebronnen om te leren over seks en seksualiteit. Het jonge kijkpubliek wordt als competente mediaconsumenten beschouwd (Buckingham & Bragg, 2004; MacKeogh, 2004; de Bruin, 2005; 2008; Auteur, 2012e). Deze onderzoekers stellen ook dat jonge mensen actief media gebruiken en consumeren om een eigen identiteit te construeren. Ze stellen dat door het praten over televisie, jonge mensen hun identiteit *performen* voor anderen (Buckingham & Bragg, 2004; de Bruin, 2005; 2008). Ook binnen eigen gevoerd wetenschappelijk kwalitatief publieksonderzoek (Auteur, 2012e) naar de relatie tussen televisieconsumptie van seksuele representaties en seksuele identiteit bleek dat televisiegerelateerde communicatie jongeren een forum biedt om te experimenteren en vorm te geven aan hun gender en seksuele identiteit (zie ook McKinley, 1997; Buckingham & Bragg, 2004). Zo merkten we verschillende keren op dat jongeren via bepaalde uitspraken hun seksuele zelf in de verf zetten ('Het is altijd leuk als seks deel uitmaakt van een relatie' - uitspraak van een zestienjarige jongen tijdens een focusgroeps gesprek), of met andere woorden aangaven dat ze zelf seksuele interesses en verlangens hebben, en dus zelf seksueel actief zijn (Auteur, 2012e).

Hoewel de hedendaagse beeldcultuur vaak een norm- en taboedoorbrekende visie op seksualiteit representeert, merken we toch dat meer traditionele normen en waarden met betrekking tot relaties en seksualiteit, zoals vertrouwen, toewijding, en intimiteit als onderdeel van een lange termijn relatie, nog steeds zeer gewaardeerd worden door de tieners (Auteur, 2012e). Wij zijn van mening dat het jonge publiek opvallend goed omgaat met de spanning tussen een striktere seksuele moraal en seksuele vrijheid (bv. Buckingham & Bragg, 2004: 241). Tieners verzetten zich tegen hegemonische noties van vrouwelijkheid en mannelijkheid en incorporeren de representaties van mannelijkheid en vrouwelijk niet blindelings in het dagelijkse leven (bv. Pasquier, 1996; De Graaf, et al., 2008). Tieners construeren en onderhandelen over hun identiteit, afhankelijk van de sociale en culturele context. In deze onderhandelingen worden persoonlijke kenmerken zoals gender, leeftijd en maturiteit gebruikt om de televisiebeelden kritisch te interpreteren en te evalueren, en ook referentiekaders, kennis en vaardigheden, ervaringen en de beschikbare mediarepresentaties zijn hierbij van belang (Auteur, 2012e). Hoewel dit allemaal vrij positief en optimistisch klinkt, willen we toch aangeven dat het aantal verschillende lezingen vrij beperkt is (bv.

Morley, 1980), aangezien televisieteksten ingebed zijn in een dominant maatschappelijk en cultureel kader. Televisiegerelateerde communicatie is duidelijk een forum voor het experimenteren met identiteiten (bv. Gillespie, 1995), maar deze expressies zijn ingebed in een hegemonisch kader (bv. Felten, et al., 2009). Binnen deze context kan het gebruik van focusgroepen met vrienden - dewelke gebruikt werden in de door onze gevoerde onderzoeken - een platform bieden waar identiteiten uitgedrukt worden, maar we geloven ook dat juist deze aanwezigheid van leeftijdsgenoten deze expressies ook kan beperken waardoor afwijkingen van het dominante discours niet mogelijk zijn (bv. Buijs, Hekma & Duyvendak, 2009). Vooral bij tienerjongens lijkt dit discours dominant aanwezig te zijn: ze geven namelijk aan personen die homoseksueel zijn te tolereren maar tezelfdertijd nemen ze afstand van homoseksualiteit (bv. grapjes maken, aangeven contact met homoseksuele leeftijdsgenoten te vermijden) (bv. Nayak & Kehily, 1996). Het is precies door dergelijke uitingen dat jongens een hegemonische mannelijke identiteit construeren en benadrukken. De aanwezigheid van mannelijke leeftijdsgenoten zorgt er volgens ons voor dat jongens hun mannelijkheid en heteroseksuele identiteit willen benadrukken, wat de alomtegenwoordigheid van het heteronormatieve discours nogmaals aanduidt (zie hierboven). Binnen dit hegemonisch kader verwachten we nog steeds dat een jongen of man zich mannelijk gedraagt en mannelijke eigenschappen vertoont en bijgevolg heteroseksueel is. Iemand die afwijkt van deze norm, wordt vaak als anders of homoseksueel gelabeld. Bovendien wordt heteronormativiteit beloond en geprivilegieerd in onze maatschappij (Chambers, 2007: 665). We kunnen dus stellen dat deze identiteitsuitdrukkingen evenzeer voor zichzelf als voor het publiek (bv. leeftijdsgenoten) zijn (Nayak & Kehily, 1996). Voorts worden zulke expressies beloond met status en respect, en wordt een ondergeschikte mannelijk status vermeden (Connell, 1995; Plummer 2001). Een homoseksuele identiteit wordt onder meisjes meestal minder negatief gewaardeerd (bv. Nayak & Kehily, 1996; Buijs, et al., 2009).

### **Tienertelevisie als emancipatorische hefboom**

Eigen onderzoek (Auteur, 2012e) maakt duidelijk dat representaties van seks en seksualiteit een emancipatorische functie toegekend krijgen door de focusgroep-respondenten, aangezien dergelijke representaties en *scripts* ervoor zorgen dat seks minder taboe wordt onder tieners, en ze er openlijk over praten en denken. Ze geven ook herhaaldelijk aan vrij te zijn van elke negatieve media-involed, maar ze verklaren ook dat representaties vaak positieve 'rolmodellen' zijn, in het bijzonder met betrekking tot seksuele normen en waarden. Representaties van seks dragen ook bij tot de emancipatie van de deelnemende tieners, aangezien hyperseksuele media ertoe hebben geleid dat seks steeds minder een taboe is onder tieners, en dat ze er openlijk over praten en denken. Ook het kijken naar seksuele representaties is minder een taboe geworden. Echter, dit betekent niet dat hun permissiviteit onbeperkt was (Auteur, 2012e; Auteur, in druk). Dit wordt eveneens bevestigd in onderzoek van Auteur (2009), waaruit blijkt dat jongeren die zich als heteroseksueel identificeren een beperkt beeld hebben van wat halebiseksualiteit inhoudt. Bijvoorbeeld, op de vraag hoe jongeren de representatie van holebi's in de media zien, werd er vaak aangehaald dat sensationele en expliciete halebirepresentaties (bv. bij nieuwsverslaggeving over halebiparades) negatieve representaties zijn omdat deze holebi's niet afbeelden als normaal. Holebi-jongeren gingen hier deels mee akkoord maar benadrukten wel het belang van zichtbaarheid en diversiteit - ze impliceerden dat wat vaak als normaal wordt gezien bijzonder beperkt en heteronormatief wordt ingevuld. Bovendien toonden deze holebi-jongeren aan dat zolang heteronormatieve holebi's geprivilegieerd worden en alternatieve seksuele identiteiten als abnormaal en minderwaardig worden beschouwd, er nood is aan discoursen die deze vormen van homofobe en heteronormatieve discriminatie tegengaan. We willen in dit laatste

onderdeel van deze bijdrage dan ook het emancipatorische belang onderstrepen van televisieseries die seksuele verlangens en identiteiten representeren die afwijken van het heteronormatieve ideaal, en illustreren dit met een voorbeeld.

We benadrukken dat het representeren van seksuele diversiteit zowel van individueel als maatschappelijk belang is (van Zoonen, 1994; Dhoest & Simons, 2011; Auteur, 2012a; 2012b). Enerzijds voor de tiener die zich niet als exclusief heteroseksueel identificeert. Wegens het vaak ontbreken van rolmodellen in het dagelijkse leven kan hij of zij op deze manier in contact komen met fictieve representaties van tieners met gelijkaardige identiteiten en verlangens. Anderzijds voor de maatschappij, die op deze manier bewust wordt gemaakt van de seksuele diversiteit waar vele burgers in de maatschappij niet noodzakelijk mee geconfronteerd worden (Barnhurst, 2007). Echter, niet alleen gerepresenteerd worden is van belang, ook de manier waarop. Zo benadrukken vele mediawetenschappers (bv. Smelik, Buikema & Meijer, 1999; Pickering, 2001; Gauntlett, 2008) dat seksuele diversiteit gerepresenteerd moet worden op een heterogene manier en in al zijn complexiteit, zonder hierbij te vervallen in achterhaalde en clichématige stereotiepen en zonder iemand te willen ridiculiseren, kleineren, kwetsen of schofferen. Dit sluit echter niet uit dat een complex holebipersonage bepaalde heteronormatieve waarden en normen kan aanhangen of zelfs bijdragen tot het uitsluiten van holebi's die hun seksualiteit op een open of niet-monogame manier beleven (bv. Dow, 2001; Kahn, 2006; Avila-Saavedra, 2009; Ivory, Gibson & Ivory, 2009; Meyer, 2010). Echter, zoals we eerder aanhaalden, hebben verscheidene televisieprogramma's al hetero- en holebipersonages gerepresenteerd die ingaan tegen het dominante heteronormatieve discours. Onderzoek van onder meer Chambers (2009) heeft aangetoond dat populaire televisie ook representaties van seksuele diversiteit bevat die werken als cultureel verzet tegen het heteronormatieve discours. Uit eigen onderzoek (Auteur, 2012a) is tevens gebleken dat televisie dit doet op twee verschillende manieren. Enerzijds zijn er representaties die het ondermijnen van het hegemonische karakter van heteronormativiteit tot doel hebben. In praktijk komt dit neer op representaties van seksuele diversiteit die toelaten om te worden geïnterpreteerd als een ondermijning van het bevoorrecht, herhalen en bevestigen van de superieure posities van het heteronormatieve ideaal en de instituten, praktijken, waarden en normen die dit ideaal beschermen. Anderzijds zijn er representaties die een stap verder gaan dan het in vraag stellen van het heteronormatieve ideaal en welke seksualiteiten, verlangens of praktijken portretteren als alternatief voor de heteronormatieve manier van leven (zie verder). Beide representatiestrategieën laten op deze manier toe om kijkers te confronteren met hun eigen denkbeelden over seksuele identiteit en hen bewust te maken van de sociale constructie van sommige natuurlijke identiteitscategorieën, normen en waarden.

Zoals eerder aangehaald, zijn tienerseries - net zoals alle andere populaire televisieproducten - niet eenvormig in hun discours. Norm- en taboedoorbrekende en traditionele elementen wisselen elkaar af, terwijl bepaalde seksuele normen en waarden uitgedaagd dan weer bevestigd worden. Het is deze ambiguïteit die ruimte geeft aan alternatieve discourses over seksuele identiteiten, verlangens en praktijken die niet binnen het traditionele heteronormatieve verhaal passen. De populaire Amerikaanse tienerserie *Glee* illustreert sterk deze tweestrijd tussen enerzijds het hegemonische discours inzake gender en seksualiteit en anderzijds een discours dat het heteronormale in vraag stelt en alternatieven representeert. Neem bijvoorbeeld de manier waarop holebitieners in de serie vormgegeven worden. Aan de ene kant bevat de serie meerdere representaties van de holebitiener als een slachtoffer dat hulp nodig heeft van zijn of haar heterovrienden, familie, en de school om te helpen bij zijn of haar zoektocht naar diens seksuele identiteit. Bovendien lijkt de serie op bepaalde momenten te

suggereren dat de meest leefbare identiteit een heteronormatieve identiteit is - waarbij de holebi zijn of haar seksuele verlangens niet expliciet maakt en zich gedraagt volgens de gangbare gendernormen. Echter, de serie daagt dit heteronormatieve discours tegelijk ook uit. Zo bevat *Glee* holebi's die het assimileren openlijk in vraag stellen - ze tonen expliciet hun seksuele verlangens, ze weigeren zich als slachtoffer te positioneren of ze gedragen zich niet per se gendernormatief. Bovendien toont de serie holebierepresentaties die niet enkel traditionele normen met betrekking tot gender en seksualiteit in vraag stellen, maar bovendien als waardige alternatieve identiteiten dienen in de serie. Het ultieme voorbeeld is het personage Brittany. Ze wordt herhaaldelijk afgebeeld als een personage dat weigert haar seksuele identiteit te definiëren, relaties aangaat met zowel mannen en vrouwen en geen existentiële crisis doormaakt ten gevolge van haar seksuele verlangens (bv. Auteur, 2013). *Glee* is zeker geen uniek geval. In meerdere tienerseries merken we deze morele tweestrijd op. Van belang voor dit hoofdstuk is vooral het feit dat op deze manier ook tienerseries kunnen bijdragen tot een bewustwording van hoe heteronormativiteit bepaalde rigide ideeën over seks en seksualiteit bestendigt en seksuele diversiteit beknot.

## Conclusie

Uit dit essay naar het emancipatorische belang van televisierepresentaties van seks en seksualiteit blijkt dat seksualiteitsrepresentaties verweven zitten in hedendaagse populaire televisiefictie gericht op een algemeen én jeugdig kijkpubliek. Echter, de angst voor de hyperseksualisering van de representaties en de invloed op tieners is ongegrond, wat zowel blijkt uit eerder uitgevoerde (internationale) studies als uit het eigen gevoerd onderzoek. Aan de ene kant vertrokken we van grondig kwalitatief tekstueel onderzoek naar de representaties van seks en seksualiteit bij tieners in tienerseries. Hier stelden we vast dat representaties van (vrijblijvende) seks een onderdeel geworden zijn van de pleziërcultuur, maar merkten we op dat seks vooral besproken of geïnsinueerd wordt, en dat expliciete representaties zelden op te merken zijn in de series gericht op een jeugdig kijkpubliek. Daarnaast stelden we ook vast dat heteroseksualiteit de verhaallijnen vaak domineert, maar dat er wel ruimte is voor holebi-identiteiten. Deze representaties van holebi-identiteiten bevestigen soms het heteronormatieve discours dat onze westerse samenleving domineert, maar we merken duidelijk ook representaties welke een kritische kijk geven op bepaalde traditionele denkkaders. Ook receptieonderzoek waarbij jongeren zelf aan het woord worden gelaten toont aan dat televisie en televisiegerelateerde communicatie jongeren een forum bieden om te experimenteren en vorm te geven aan hun gender en seksuele identiteit. De taboedoorbrekende visie op seks en seksualiteit - zoals deze gerepresenteerd worden in tienerfictie - wordt echter niet zomaar overgenomen door de jongeren. Ook staan deze jongeren kritisch tegenover hegemonische noties van mannelijkheid en vrouwelijkheid. Toch merkten we dat vooral tienerjongens hun hegemonische mannelijke identiteit benadrukken in de context van televisiegerelateerde communicatie.

Tot slot merken we op dat in de tienerseries identiteit werd benaderd als veranderlijk en sociaal geconstrueerd. Dit werd eveneens bevestigd door de ondervraagde tieners. Identiteitsconstructie is namelijk een continu proces dat beïnvloed wordt door verschillende factoren zoals leeftijd, gender, seksuele identiteit, ras/ethniciteit, enzovoort (bv. Buckingham & Bragg, 2004; de Bruin, 2008). De rol van leeftijdsgenoten wordt eveneens aangeduid binnen deze expressies van identiteit (Plummer, 2001). Bovendien dient de constructie van identiteiten gesitueerd te worden in een bredere sociale en culturele context, waarin naast televisie ook andere socialisatieagenten belangrijk zijn (Buckingham & Bragg, 2004; de Bruin, 2005; 2008; Barker, 2008; Lemish, 2010). De eenzijdige argumentatie van

tegenstanders die het verbannen van seks(ualiteit) van ons televisiescherm naar voor schuiven is volgens ons dus ongegrond, aangezien zij de rol van televisie overwaarden en de capaciteiten van jongeren niet of onvoldoende naar waarde schatten. Wat tevens vaak genegeerd wordt in het publieke debat is het emancipatorische potentieel van televisie om het heteronormatieve discours - dat zowel seks en seksualiteit van hetero's als holebi's reguleert - in vraag te stellen, uit te kleden en te counteren met alternatieven die seks en seksualiteit in al zijn diversiteit erkennen.

## Bibliografie

- Auteur (2009 ; 2010a ; 2010b ; 2011a ; 2011b ; 2012a ; 2012b ; 2012c ; 2012d ; 2012e; 2013; 2014)
- Aubrey, J. S. (2004) 'Sex and punishment: An examination of sexual consequences and the sexual double standard in teen programming', *Sex Roles*, 50(7/8): 505-514.
- Avila-Saavedra, G. (2009) 'Nothing queer about queer television: Televised construction of gay masculinities', *Media, Culture & Society*, 31(1): 5-21.
- Barker, C. (2008) *Cultural studies: Theory and practice*. (3<sup>e</sup> ed.). Londen: Sage.
- Barnhurst, K. G. (2007) 'Visibility as paradox: Representation and simultaneous contrast', pp. 1-20 in K. G. Barnhurst (Ed.) *Media/queered: Visibility and its discontents*. New York: Peter Lang.
- Batchelor, S. A., Kitzinger, J. & Burtney, E. (2004) 'Representing young people's sexuality in the "youth" media', *Health Education Research*, 19(6): 669-676.
- Berridge, S. (2010) *Serialized sexual violence in teen television drama series*. Niet-gepubliceerd doctoraal proefschrift, Glasgow: University of Glasgow.
- Bindig, L. (2008) *Dawson's Creek: A critical understanding*. Lanham: Lexington Books.
- Buckingham, D. (2008) 'Children and media: A cultural studies approach', pp. 219-236 in K. Drotner & S. Livingstone (eds.) *International handbook of children, media and culture*. Thousand Oaks: Sage.
- Buckingham, D. & Bragg, S. (2004) *Young people, sex and the media: The facts of life?* Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Buijs, L., Hekma, G. & Duyvendak, J. W. (2009) *Als ze maar van me afblijven: Een onderzoek naar antihomoseksueel geweld in Amsterdam*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Butler, J. (1999) *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity* (2<sup>e</sup> ed.). Londen: Routledge.
- Chambers, S. A. (2007) "'An incalculable effect": Subversions of heteronormativity', *Political Studies*, 55(3): 656-679.
- Chambers, S. A. (2009) *The queer politics of television*. Londen: I.B. Tauris.
- Connell, R. W. (1995) *Masculinities*. St. Leonards: Allen & Unwin.
- Critcher, C. (2006) 'Introduction: More questions than answers', pp. 1-24 in C. Critcher (Ed.) *Critical readings: Moral panics and the media*. Maidenhead: Open University Press.
- Davis, G. (2004) "'Saying it out loud": Revealing television's queer teens', pp. 127-140 in G. Davis & K. Dickinson (eds.) *Teen TV: Genre, consumption and identity*. Londen: British Film Institute.
- de Bruin, J. (2005) *Multicultureel drama? Populair Nederlands televisiedrama, jeugd en etniciteit*. Amsterdam: Cramwinckel.
- de Bruin, J. (2008) 'Young soap opera viewers and performances of self', *Participations [online]*, 5 (2). Zie:[http://www.participations.org/Volume%205/Issue%202/5\\_02\\_debruin.htm](http://www.participations.org/Volume%205/Issue%202/5_02_debruin.htm) [Geraadpleegd op 20 mei 2011].



- De Graaf, H., Nikken, P., Felten, H., Janssens, K. & van Berlo, W. (2008) *Seksualisering: Reden tot zorg? Een verkennend onderzoek onder jongeren*. Utrecht: Rutgers Nisso Groep/Nederlands Jeugdinstituut/MOVISIE.
- Dewaele, A. (2013, 13 Februari) *Sexpert: Representatieve bevolkingsstudie over seksuele gezondheid in Vlaanderen*. Zie: <http://www.ugent.be/nl/actueel/nieuws/persberichten/sexpert-seks-vlaanderen-gezondheid.htm> [Geraadpleegd op 14 februari 2013].
- De Wever, B. (2011, 22 november) 'Allemaal samen spuiten en slikken', *De Standaard*: pg. 21.
- Dhoest, A. & Simons, N. (2011) 'Questioning queer audiences: Exploring diversity in lesbian and gay men's media uses and readings', pp. 260-276 in K. Ross (Ed.) *The handbook of gender, sex and media*. Malden: Wiley-Blackwell.
- Dijkma, A. (2008, 4 november) 'Sex and the City verhoogt kans op tienerzwangerschap', Elsevier. Zie: <http://www.elsevier.nl/Algemeen/nieuws/2008/11/Sex-and-the-City-verhoogt-kans-op-tienerszwangerschap-ELSEVIER210317W/> [Geraadpleegd op 1 oktober 2013].
- Dow, B. (2001) 'Ellen, television, and the politics of gay and lesbian visibility', *Critical Studies in Media Communication*, 18(2): 123-140.
- Drotner, K. (1999) 'Dangerous media? Panic discourses and dilemmas of modernity', *Paedagogica Historica: International Journal of the History of Education*, 35(3): 593-619.
- Eggermont, S. (2006) 'Television viewing and adolescents' judgment of sexual request scripts: A latent growth curve analysis in early and middle adolescence', *Sex Roles*, 55(7-8): 457-468.
- Elliott, S. & Stelter, B. (2011, 26 January) "'Skins' loses advertisers - and viewers", *The New York Times*. Retrieved from: <http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2011/01/26/skins-loses-advertisers-and-viewers/> [Geraadpleegd op 7 juni 2012].
- Eyal, K. & Finnerty, L. (2009) 'The portrayal of sexual intercourse on television: How, who, and with what consequence?', *Mass Communication and Society*, 12(2): 143-169.
- Eyal, K., Kunkel, D., Biely, E. N. & Finnerty, L. K. (2007) 'Sexual socialisation messages on television programs most popular among teens', *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51(2): 316-336.
- Felten, H., Janssens, K. & Brants, L. (2009) *Seksualisering: "Je denkt dat het normaal is..."*. *Onderzoek naar de beleving van jongeren*. Utrecht: Movisie.
- Fisher, D. A., Hill, D. L., Grube, J. W., Bersamin, M. M., Walker, S. & Gruber, E. L. (2009) 'Televised sexual content and parental mediation: Influence on adolescent sexuality', *Media Psychology*, 12(1): 121-147.
- Gauntlett, D. (2008) *Media, gender, and identity: An introduction* (2<sup>e</sup> ed.). Londen: Routledge.
- Gillespie, M. (1995) *Television, ethnicity and cultural change*. Londen: Routledge.
- Gorton, K. (2009) *Media audiences: Television, meaning and emotion*. Edingburgh: Edingburgh University Press.
- Gottfried, J. A., Vaala, S. E., Bleakley, A., Hennessy, M. & Jordan, A. (2013) 'Does the effect of exposure to TV sex on adolescent sexual behaviour vary by genre?', *Communication Research*, 40(1): 73-95.
- Halberstam, J. (2005) *In a queer time and place: Transgender bodies, subcultural lives*. New York en Londen: New York University Press.
- Hall, S. (1980) 'Encoding/decoding', pp. 128-138 in D. Hobson, A. Love & P. Willis (eds.) *Culture, media, language*. Londen: Hutchinson.
- Hall, S. (2003) 'The work of representation', pp. 13-74 in S. Hall (Ed.) *Representation: Cultural representations and signifying practices*. Londen: Sage.

- Harnick, C. (2011, 8 November) 'PTC slams 'Glee' sex episode', *The Huffington Post*. Zie: <http://www.aoltv.com/2011/11/08/ptc-slams-gee-sex-episode/> [Geraadpleegd op 13 april 2013].
- Hoops, J. L. (2012) "'Skins': A contemporary moral panic", *Honors College*, paper 54. Zie: <http://digitalcommons.library.umaine.edu/honors/54/> [Geraadpleegd op 16 juli 2012].
- Hust, S. J. T., Brown, J. & L'Engle, K. L. (2008) 'Boys will be boys and girls will be better prepared: An analysis of the rare sexual health messages in young adolescents' media', *Mass Communication and Society*, 11(1): 3-23.
- Ibs. (2011, 27 oktober) 'Mama's machteloos tegen slechte invloed van tv op zonen', *Het Laatste Nieuws*.  
Zie: <http://www.hln.be/hln/nl/38/Familie/article/detail/1340120/2011/10/27/Mama-s-machteloos-tegen-slechte-Invloed-van-tv-op-zonen.dhtml> [Geraadpleegd op 1 oktober 2013].
- Irvine, J. M. (Ed.) (1994) *Sexual cultures and the construction of adolescent identities*. Philadelphia: Temple University Press.
- Ivory, A. H., Gibson, R. & Ivory, J. D. (2009) 'Gendered relationships on television: Portrayals of same-sex and heterosexual couples', *Mass Communication and Society*, 12(2): 170-192.
- Jacobson, M. (2005) *Young people and gendered media messages*. Goteborg: Nordicom.
- Kahn, K. T. (2006) 'Queer dilemmas: The 'right' ideology and homosexual representation in *Desperate Housewives*', pp. 95-105 in J. McCabe & K. Akass (eds.) *Reading Desperate Housewives: Beyond the white picket fence*. Londen en New York: I.B. Tauris.
- Lacob, J. (2011, 20 January) *This is not kiddie porn!* Zie: <http://www.thedailybeast.com/articles/2011/01/20/skins-is-not-kiddie-porn-mtv-showbreaks-no-child-pornography-laws.html> [Geraadpleegd op 24 januari 2011].
- Lemish, D. (2010) *Screening gender on children's television: The views of producers around the world*. Abingdon: Routledge.
- Levine, E. (2009) 'National television, global market: Canada's *Degrassi: The Next Generation*', *Media, Culture & Society*, 31(4): 515-531.
- Livingstone, S. (2005) 'Media audiences, interpreters and users', pp. 10-51 in M. Gillespie (Ed.) *Media audiences*. New York: Open University Press.
- MacKeogh, C. (2004) *Teenagers and the media: A media analysis of sexual content on television*. Dublin: Crisis Pregnancy Agency.
- McKinley, E. G. (1997) *Beverly Hills, 90210. Television, gender, and identity*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Meyer, M. D. E. (2010) 'Representing bisexuality on television: The case for intersectional hybrids', *Journal of Bisexuality*, 10(4): 366-387.
- Morley, D. (1980) *The Nationwide audience*. Londen: British Film Institute.
- Morley, D. (1995) 'Theories of consumption in media studies', pp. 296-313 in D. Miller (Ed.) *Acknowledging consumption: A review of new studies*. New York: Routledge.
- Nayak, A. & Kehily, M. J. (1996) 'Playing it straight: Masculinities, homophobias and schooling', *Journal of Gender Studies*, 5(2): 211-230.
- Pasquier, D. (1996) 'Teen series' reception: Television, adolescence and culture of feeling', *Childhood*, 3(3): 351-373.
- Pickering, M. (2001) *Stereotyping: The politics of representation*. Londen: Palgrave.
- Plummer, D. (2001) 'The quest for modern manhood: Masculine stereotypes, peer culture and the social significance of homophobia', *Journal of Adolescence*, 24(1): 15-23.
- Smelik, A., Buikema, R. & Meijer, M. (1999) *Effectief beeldvormen: Theorie, praktijk en analyse van beeldvormingsprocessen*. Assen: Van Gorcum.
- van Zoonen, L. (1994) *Feminist media studies*. Londen: Sage.
- Warner, M. (1999) *The trouble with normal*. Cambridge: Harvard University Press.

Ward, L. M., Gorvine, B. & Cytron, A. (2002) 'Would that really happen? Adolescents' perceptions of sexual relationships according to prime-time television', pp. 95-123 in J. D. Brown, J. R. Steele & K. Walsh-Childers (eds.) *Sexual teens, sexual media: Investigating media's influence on adolescent sexuality*. London: Lawrence Erlbaum Associates.

Wright, P. J. (2009) 'Sexual socialization messages in mainstream entertainment mass media: A review and synthesis', *Sexuality & Culture*, 13(4): 181-200.

Zurbriggen, E. L., Collins, R. L., Lamb, S., Roberts, T. -A., Tolman, D. L., Ward, L. M. & Blake, J. (2007) *Report of the APA task force on the sexualization of girls*. Washington: American Psychological Association.

# **Intimiteiten en inclusie in digitale en interactieve media: Uitdagingen voor een gemediatiseerde maatschappij**

**Sander De Ridder & Sofie Van Bauwel**

## **Abstract**

Jongeren beleven gender, seksualiteit en intieme relaties steeds meer met digitale en interactieve media-applicaties. Aan de hand van recent onderzoeksmateriaal schetsen we een aantal democratische uitdagingen in relatie tot intimiteit en inclusie in digitale en interactieve media. Daarbij focussen we op transformaties in mediacultuur; zoals de rol van media en communicatietechnologieën, de rol van sociale media-instituten die deze websites opereren, en het collectieve publiek dat deze sociale media-applicaties gebruikt. Vertrekkend van wat jongeren doen met digitale en interactieve media in relatie tot intieme identiteiten, wordt aangetoond hoe niet alleen normen en waarden rond gender en seksualiteit online worden gereproduceerd, maar ook hoe een inclusief en emancipatorisch potentieel, dat vervat zit in online creatieve identiteitsexploraties, wordt gefnuikt door een sterke focus op online identiteitsmanagement en authenticiteit.

## **Introductie**

De laatste decennia hebben digitale communicatie- en mediatechnologieën de evolutie naar een laat-moderne samenlevingsvorm, waar uitvoerig naar wordt verwezen in sociologische literatuur als een netwerkmaatschappij en informatiesamenleving, grondig versneld (Fuchs, 2008; Castells, 2010). Aan de basis ligt een intense technologische mediëring van interacties tussen allerhande maatschappelijk actoren, wat nieuwe uitdagingen stelt voor een democratische organisatie van een maatschappij op het ruimer institutionele macroniveau, maar ook voornamelijk voor het alledaagse leven van mensen, burgers en consumenten.

Deze bijdrage baseert zich op verschillende empirische onderzoeken binnen een vierjarig onderzoeksproject (2010-2014) dat focust op de sociale en culturele organisatie van intieme identiteiten in hedendaagse jongerencultuur. Identiteiten die sterk verweven zijn met het gebruik van allerhande digitale media. Vertrekkend vanuit de praktijken van jongeren zelf, werd door middel van verschillende kwalitatieve onderzoeksfases onderzocht hoe gender, seksualiteit en relaties tot betekenis komen rond digitale media-gerelateerde praktijken. Daarbij werden voornamelijk empirische studies opgezet rond populaire sociale netwerksites (SNSs) zoals *Netlog*, *Facebook* en *YouTube*, aangezien deze vaak als dagelijkse gewoonte, op grote schaal en door middel van verschillende media zoals tekst, foto's en video's worden gebruikt door jongeren (Baym & boyd, 2012).

Aan de hand van een aantal illustraties uit empirisch verzameld materiaal uit participerende observaties in de sociale media-leefwerelden van jongeren, focusgroepgesprekken, en een experteninterview, willen we in deze bijdrage enkele democratische uitdagingen schetsen. Deze bijdrage ijvert voor een brede inclusie en diversiteit van intimiteiten in de leefwerelden van jongeren, meer specifiek in relatie tot hun digitaal mediagebruik. We focussen enerzijds op de nood voor het erkennen van transformaties in mediacultuur in de debatten rond jongeren, intimiteit en digitale media. Anderzijds zal ook gefocust worden op seksuele en genderidentiteiten in digitale en interactieve media vanuit kritisch feministische perspectieven, waar gender en seksualiteit als sociale en ideologische constructies begrepen worden, eerder dan als een natuurlijk gegeven.

Onderzoek in Vlaanderen en ruimer Europa heeft al belangrijke inzichten verworven over de mogelijke risico's van een intensief internetgebruik onder jongeren (d'Haenens & Vandoninck, 2012; Walrave, et al., 2012), dit voornamelijk om te beantwoorden aan beleidsuitdagingen die zich stellen door de snelle evoluties in de creatieve 'nieuwe' media industrie en enorme populariteit van sociale media. Vaak wordt dit onderzoek gekaderd binnen het perspectief van de ontwikkelingspsychologie die een zo veilig mogelijke ruimte wil gecreëerd zien voor jongeren om een coherente (zelf)identiteit te kunnen ontwikkelen (Valkenburg & Peter, 2011). Er wordt gewerkt rond thema's als privacy, cyberpesten en seksualisering die deze kansen mogelijks bedreigen. Vanuit een cultureel mediastudies-perspectief erkennen wij deze mogelijke risico's, maar stellen ons toch voornamelijk tot doel de sterke dichotomie van kansen tegenover risico's te verlaten voor meer genuanceerde inzichten vanuit het dagelijkse leven van jongeren zelf. Belangrijk is immers om mogelijke (gepercipieerde) risico's te onderscheiden van zaken die jongeren daadwerkelijk schade aan hun welzijn berokkenen (Livingstone, 2009). Verder reproduceert dit kansen/opportunities discours een verstoorde focus op meer spectaculaire en zichtbare problemen als cyberpesten ten nadele van de dagelijkse reproducties van ongelijkheden die circuleren rond culturele identiteiten als klasse, gender, seksualiteit en etniciteit in online ruimtes (Pascoe, 2011). Bijgevolg kunnen we de uitdaging wat betreft intimiteit en inclusie in digitale en interactieve mediaruimtes ook situeren op het niveau van hoe elke dag op een intensieve manier betekenis wordt gegeven aan gender, seksualiteit en relaties in de leefwerelden van jongeren. Daarbij is het voornamelijk belangrijk te begrijpen waar macht optreedt zoals; zijn jongeren vrij in het zichzelf representeren, kunnen zij in deze media gevoelens en verlangens weergeven? Hoe reguleren en ordenen sociale media websites deze praktijken? Daarbij stellen wij, anders dan het ontwikkelingsparadigma (Valkenburg & Peter, 2011), een identiteitsproject voorop dat zich focust op ongelijkheden die voortvloeien uit essentialistische identiteitsvisies over gender, seksualiteit en relaties (Hall, 2000). Bijgevolg argumenteren wij dat het zinvol is om digitale en interactieve media te beschouwen als ruimtes die jongeren de mogelijkheid moeten geven om te streven naar een inclusief en niet gedefinieerd reflexief project van *worden*, in plaats van te streven naar een coherent *zijn* (Ruffolo, 2009).

De dagelijkse communicatie-interacties in digitale media begrijpen vanuit een mediastudies-perspectief vraagt voornamelijk een ontwarring van het complexe proces van mediëring<sup>15</sup> als een transformerend proces (Couldry, 2008). Populaire sociale media kunnen worden begrepen als een betekenisvolle ruimte die tot ontstaat in de intersectie van processen van (1) technologie; (2) representatie; (3) participatie; en (4) een subjectiviteit aan een geheel van culturele waarden en normen. Binnen deze digitale en interactieve mediaruimtes opereren publieken en media-instituten als belangrijke actoren (De Ridder, 2015). Alhoewel de notie 'publiek' sterk onder druk kwam te staan door de opkomst van nieuwe media (bv. Rosen, 2008), pleiten wij voor een blijvend gebruik, dit in combinatie met een gedegen theoretische omkadering die voornamelijk de complexiteit rond het 'participerend publiek' tracht te vatten (Livingstone, 2012). Een eerste reden om blijvend gebruik te maken van het concept 'publieken', is dat populaire sociale mediawebsites interacties ordenen op een betekenisvolle wijze. Aan de basis ligt steeds een *software design* dat wordt vormgegeven vanuit een bepaald marketingidee, vandaar consumeren mensen nog steeds media als een publiek op populaire sociale websites als *Facebook* en *Netlog*. Alhoewel de diensten die deze mediabedrijven

---

<sup>15</sup> In dit hoofdstuk wordt zowel verwezen naar 'mediëring' als 'mediatisering'. Beiden concepten verwijzen naar verschillende processen, Terwijl 'mediëren' algemene karakteristieken van communicatie door media beschrijft (zoals technologische processen), is 'mediatisering' een concept dat verwijst naar ruimere meta-reflecties omtrent socio-culturele transformaties in relatie tot media. Bijgevolg veronderstelt mediatisering altijd mediëring, wat beide concepten verschillend maakt, maar ook sterk geconnecteerd (Hepp, 2012: 38).

aanbieden geen echte representaties meer zijn zoals het maken van bijvoorbeeld televisieprogramma's, bieden zij platformen aan als dienst die op zich ook betekenis meegeven. Vandaar is, ondanks de mogelijkheid tot vergaande participatie in deze media, de verhouding producent van media in relatie tot consument van media niet fundamenteel verschoven. Ten tweede is het 'publiek' als concept ook belangrijk om te begrijpen hoe mensen in relatie tot media eenvoudige en courante praktijken, gedachten en gesprekken vormgeven. Dit verlengd publiek kan dus ook gezien worden als de erkenning van de aanwezigheid van mediaculturen die eveneens een rol spelen buiten de momenten wanneer men zich voor een televisie- of computerscherm bevindt (Couldry, 2003). Verder speelt het publiek als actor ook een rol als een ingebeelde constructie. Het ingebeelde publiek wordt vaak voor ogen gehouden wanneer content wordt geproduceerd in sociale media (Litt, 2012). Bijgevolg speelt de bewustwording - 'wie is mijn publiek' - een rol in de sociaal culturele druk die wordt ervaren in wat Goffman (1959) beschreef als de dramaturgie van het dagelijks leven. Een potentieel groot en onzichtbaar publiek zoals in digitale en interactieve media, voegt hier een belangrijke complexiteit toe. Voornamelijk jongeren hebben sterke ideeën over welke zelf-representaties in sociale media goed of slecht zijn. Vaak zijn deze ideeën sterk gecontesteerd en staan zij in relatie tot sociale aanvaarding binnen de leeftijdsgroep. Het ingebeelde publiek speelt hier een belangrijke rol als constructie waarmee individuen rekening houden. Sociale media bieden voornamelijk door hun netwerkstructuur een mogelijkheid om elkaar intens te observeren, becommentariëren of te beoordelen. Verder zijn er door de technologische ontwikkelingen in goedkope digitale camera's, mobiel internet en smartphones geen plekken meer zonder de aanwezigheid van deze digitale media. Op deze manier speelt het altijd aanwezige ingebeelde publiek een belangrijke rol in het dagelijkse leven als sociale actor.

Het recente belang van sociale media in de leefwerelden van jongeren maken dat institutionele actoren onder de vorm van grote mediabedrijven als *Facebook* en *Netlog* voortdurend aanwezig zijn in deze leefwerelden. Verder is ook het verlengd/ingebeld publiek belangrijk. Vandaag de dag spelen zij een pertinente rol in hoe jongeren betekenis geven aan gender, seksualiteit en relaties. De transformatie van intimiteit in jongerenculturen kan vandaag de dag dan ook niet meer begrepen worden zonder media mee in rekening te brengen. Mediacultuur kan dus ook begrepen worden als een ruimere mediatisering van intimiteit in jongerencultuur. Uitdagingen van een gemediatiseerde maatschappij zijn het begrijpen van hoe dagelijkse zaken hun betekenis krijgen door gebruik van communicatie- en mediatechnologieën (Hepp, 2012). De notie mediatisering wijst op een brede reflectie over maatschappelijk verandering op sociaal en cultureel niveau in het leven van mensen, door het gebruik van media enerzijds, maar ook door het feit dat zoveel betekenissen worden gegeven aan deze media en gerelateerde praktijken. Wat de hedendaagse jongerencultuur betreft, valt hier alvast veel voor te zeggen. Zo worden intieme liefdesrelaties bijvoorbeeld vaak vanaf de start tot het einde beleefd met een belangrijke rol voor (digitale) media. Zo blijkt uit voorgaand onderzoek dat jongeren een liefdesrelatie pas als officieel interpreteren wanneer deze op *Facebook* wordt bekend gemaakt (Ito, et al., 2010), terwijl ander onderzoek aantoont dat intieme liefdesrelaties beëindigen via sociale media vaak een complex en lastig proces is (Gershon, 2010). Wij formuleren in wat volgt alvast een aantal uitdagingen in relatie tot deze toegevoegde complexiteiten.

### **Online identiteitsmanagement, authenticiteit en intimiteit**

In 2010 was *Netlog* overduidelijk de meest populaire online ruimte in Vlaanderen waar veel jongeren hun eerste ervaringen met sociale media-applicaties opdeden. Volgens onderzoek

naar mediagebruik (Jeugddienst & Jeugdwerknet, 2010), was *Netlog* niet alleen de tweede meest bezochte website bij jongeren tussen de veertien en achttien jaar, maar had ook nog eens 74% een account op *Netlog*. Groot was het verschil met 2012, wanneer de populariteit van *Netlog* kelderde en slechts 22% van de jongeren aangaven de website nog te bezoeken in de maand voor deze rapportering (Jeugddienst & Jeugdwerknet, 2012). Voornamelijk de sterke groei van *Facebook* die de economische markt van digitale en interactieve web-applicaties dooreen schudde, speelde hier een belangrijke rol. Niet enkel het economische model van *Netlog* kwam sterk onder druk te staan (hiermee bedoelen we hoe *Netlog* aan zijn inkomsten komt), ook het cultureel marketingidee waar *Netlog* voor stond werd niet langer geapprecieerd door de gebruikers. Opgericht als een community die zich specifiek richtte naar jongeren tussen 14 en 24 jaar, was *Netlog* er vooral om op een eerder speelse manier nieuwe mensen te leren kennen, en om contacten met bestaande vrienden en kennissen te onderhouden. Anders dan *Facebook*, heeft *Netlog* een *software design* dat zich niet richt tot het managen van een ‘authentieke identiteit’ gecombineerd met een strak *business design*. Doordat *Netlog* voornamelijk gebaseerd is op entertainment (kleurrijk, creatief en opgebouwd rond games), ontstond een online ruimte die hoofdzakelijk draaide rond populair zijn en het maken van afspraakjes (*daten*). In focusgroepgesprekken met jongeren werd duidelijk dat dit marketingidee niet langer strookte met de culturele waarden van de gebruikers die *Facebook* als ‘veel serieuzer’ omschreven. Het imago van *Netlog* werd problematisch door de nickname ‘Sletlog’, bovendien gaven jongeren aan *Netlog* ‘marginaal’ te vinden door vele verzoeken van vreemden om te connecteren of af te spreken. Onderstaand citaat toont aan hoe veel jongeren redeneerden over het probleem van anonimiteit op *Netlog*:

*En bijvoorbeeld Netlog is dan minder persoonlijk omdaje zo meer ja, je kunt u zelf meer selecteren. En uw eigen namen zo kan je ook aanpassen. Ja en daar is de weg denk ik gemakkelijker om zo dingen te zeggen dat je in het echt in het algemeen niet zou zeggen.*<sup>16</sup>

*Netlog* speelde in op deze bezorgdheden en trachtte de online ruimte zo veilig mogelijk te houden. In een interview met *assistant community director* Eveline Vermaesen, werd duidelijk hoe met verschillende partners werd samengewerkt om risico’s te beperken en de kwetsbaarheid van jongeren te beschermen:

*[...] Netlog draaide wel een beetje rond die populariteit. Ja, we hebben inderdaad heel veel moeite gedaan om altijd te modereren en nog altijd. We hebben heel veel projecten gedaan met Child Focus, met Sensoa, met de Europese Commissie, we zijn echt met heel veel in zee gegaan. We voldoen aan alle social networking principles van de Europese Commissie, we hebben daar echt veel tijd in gestoken. Dus op dat vlak, is er ons echt niet veel te verwijten.*

Het is onduidelijk of significant meer problemen met privacy in *Netlog* de daadwerkelijke oorzaak zijn van de discoursen die ontstonden rond de nickname ‘Sletlog’, of dat het eerder gaat om een ruime maatschappelijke gecreëerde mediapaniek die zichzelf voortdurend reproduceerde. Kleurrijke, creatieve en hypergemedieerde zelf-representaties werden op verschillende manieren sterk negatief beoordeeld door jongeren. Blijkbaar staan zij bijzonder wantrouwig tegenover SNS-profielen, waarbij voortdurend de authenticiteit van deze zelf-representaties in vraag wordt gesteld. Kritisch onderzoek naar sociale mediaculturen heeft eerder al gewezen op een sterke culturele maatschappelijke trend die vraagt naar meer authenticiteit, en meer specifiek naar een coherent online identiteitsmanagement (Lovink, 2012). Identiteitsmanagement is voornamelijk te situeren binnen overheidsinstanties, maar

---

<sup>16</sup> Citaat van een 19-jarige jongen uit een focusgroep, afgenomen op 25 februari 2012.

ook marketing maakt hier gebruik van. Identiteitsmanagement wordt echter in relatie tot zelf-representatie op SNSs steeds meer beschouwd als noodzakelijk om online ruimtes veilig en controleerbaar te houden. Mede als gevolg van dit sterk culturele draagvlak voor echtheid, authenticiteit en identiteitsmanagement, worden populariteit en entertainment zo sterk negatief beoordeeld door jongeren. Deze ideeën doden niet enkel creativiteit, maar miskennen ook het feit dat zelf-representaties misschien niet altijd zozeer draaien rond het ‘zelf’, maar eerder gewoon rond het creëren van populaire media omdat het ‘leuk tijdverdrijf’ is. De creatieve vormen van identiteitsexploratie zijn net waar het internet in zijn begindagen om werd gelauwerd (bv. Turkle, 1996). Zo werd ook aangetoond dat SNSs een belangrijke rol kunnen spelen in de explorerende identiteitsbehoeften in jongerenculturen (Livingstone, 2008). Deze transformatie naar authenticiteit en management, argumenteert Van Dijck (2013), kan mede gezien worden als een gevolg van de dominantie van media-instituten als *Facebook* die het idee van één authentieke online identiteit sterk marketen. In een rapport van de *Europese Commissie*, dat draait rond het beleid voor veiligheid in en, stelt *Facebook* zich voor als volgt:

*Facebook gives people the power to share, making the world more open and connected. Worldwide, we have more than 200 million active users keeping their friends and families up to date with the happenings in their lives. Facebook’s authenticity-based, real name culture, as well as its innovative privacy controls and safety features are designed to build a safer and more trusted online experience.* (Staksrud & Lobe, 2010)

De *authenticity-based* en *real name culture* waar *Facebook* voor staat, heeft ongetwijfeld sterke voordelen naar veiligheid en transparantie, maar hoe verhoudt deze zich tot online identiteitsexploratie en online intieme identiteiten? Welke onvermijdelijke normen en waarden worden dan wel gekoppeld aan wat authentiek is en wat niet? De vraag naar authenticiteit kan immers niet beschouwd worden als een neutraal gegeven. Wat authentiek is en wat niet, kan beschouwd worden als vorm gegeven en gedefinieerd door de maatschappij. Zo worden authenticiteit, echtheid en ruimer online identiteitsmanagement concepten waarop iemand kan geëvalueerd worden (Grazian, 2010). In relatie tot de inclusie van een zo ruim mogelijke diversiteit aan intieme identiteiten in de leefwerelden van jongeren, stellen deze *authenticity-based cultures* waar huidige sociale media voor staan pertinente democratische uitdagingen.

### ***Online intimiteit beleven in sociale media***

De participerende observatie focuste op de intieme verhalen die jongeren vertelden op hun profielpagina’s op *Netlog*. Dit zowel in communicatieve interacties (zoals het reageren op een profielfoto) als in de zelf-representaties onder de vorm van teksten (waar jongeren zichzelf en hun profiel introduceren), foto’s en *nicknames*. Verhalen die worden verteld rond intimiteit geven betekenissen aan seksualiteit, gender en aan relaties in hun specifieke jongerenculturen. In analyses van communicatie-interacties, vonden we hoe seksuele identiteit en relaties belangrijke thema’s zijn die voortdurend worden geconstrueerd rond mannelijkheid, vrouwelijkheid en seksuele identiteit. Zo werd duidelijk hoe een gedefinieerde heteroseksualiteit (impliciet of expliciet) centraal staat in de alledaagse communicatie die zich vormt in de commentaren onder populaire profielfoto’s (De Ridder & Van Bauwel, 2013). In onderzoek naar de betekenissen van zelf-representaties in relatie tot gender en seksualiteit werd een aanvulling gedaan op het ontwikkelingspsychologisch paradigma (Valkenburg & Peter, 2011). De zelf-representaties blijken zich niet altijd te richten tot een zoektocht die eindigt in een coherente seksuele ‘zelf’. Wij toonden aan hoe jongeren eerder bewust



populaire mediaproducten creëren en daarbij handig gebruik maken van de technologische mogelijkheden die het softwareplatform van sociale media aanbieden. Zelf-representaties werden op deze manier voorbeelden van hoe profielen op *Netlog* opgebouwd zijn rond intertekstualiteit: het gebruik van discoursen en esthetiek van populaire mediaproducten om een eigen verhaal te vertellen (De Ridder & Van Bauwel, 2015). Bijvoorbeeld worden Nederlandse teksten op profielpagina's vaak gecombineerd met emotionele liedjesteksten over liefde in het Engels, verwijzingen naar citaten uit populaire films, en bestaande gedichtjes. Onderstaand voorbeeld toont hoe een liedjestekst van populaire *RnB* zanger Lil Wayne wordt gecombineerd met Nederlands om een boodschap over liefde en intimiteit mee te geven in de zelf-representatie op het profiel van dit 14-jarige meisje:

*I got ice in my veins, blood in my eyes  
Hate in my heart, love in my mind  
I seen nights full of pain, days of the same  
You keep the sunshine, save me the rain  
I search but never find, hurt but never cry*

+ *ilOveeYou <3. Kmis Ze Zoo.. ;*

Ook de esthetiek in foto's van koppels of manieren van poseren tonen duidelijk parallellen met bijvoorbeeld populaire videoclip. Wanneer populaire mediaproducten zo belangrijk worden als context in communicatieve interacties en zelf-representaties in sociale media-platformen, communiceren zij onvermijdelijk ook de waarden en normen over intimiteit en seksualiteit. Binnen het *Netlog*-onderzoek concentreerden deze zich voornamelijk rond trouw ('voor eeuwig'), authenticiteit, en eerlijkheid. Deze waarden werden repetitief geconstrueerd waardoor representaties over liefde, seksualiteit en intimiteit eerder als een collectieve gemedieerde act kunnen beschouwd worden, dan wel als een individuele zelf-representatie. Een belangrijke uitdaging voor het creëren van de aanwezigheid van een ruime diversiteit op het vlak van gender, seksuele identiteiten en intieme relaties in sociale mediaruimtes, is dan ook erkennen hoe normen en waarden vanuit ruimere populaire cultuur circuleren rond media-gerelateerde praktijken in de alledaagse leefwerelden van jongeren. Zo gaf het *Netlog*-onderzoek aan hoe vanuit gekwantificeerde frequenties kan begrepen worden dat niet-heteroseksuele zelf-representaties weinig aanwezig zijn (De Ridder, 2015). Deze onderzoeksresultaten tonen een zeer beperkte diversiteit in de invulling van een intimiteit in relatie tot seksuele identiteit. Voornamelijk in visuele representaties van intimiteit komt dit sterk naar voor. Foto's vervullen een belangrijke functie in het representeren van een liefdesrelatie, vandaar vonden wij in het onderzoek vele foto's van kussende koppels of knuffelend in een romantische setting. Dit in sterk contrast met een totaal visuele afwezigheid van niet-heteroseksuele representaties. Deze representatiepolitiek is niet nieuw. Populaire mediaproducten als films en televisieseries geven vaak een beperkte invulling aan een visuele homoseksuele intimiteit (Streitmatter, 2009). Alhoewel dat het belangrijk is om te benadrukken dat ruimere populaire mediacultuur en representaties zeker niet de enige verklaringsfactoren zijn. Zo spelen ook individuele, sociale en ruimere culturele referentiekaders een belangrijke rol.

### ***Authentieke intimiteit***

Intimiteit in sociale media is een identiteitsvormend spel dat gebruik maakt van populaire mediaproducten. Dit mag dan wel een mediapraktijk zijn uit de hedendaagse jongerencultuur die prominent aanwezig is, in het Vlaamse medialandschap werden we recent geconfronteerd

met een aantal nieuwsberichten. Zo zagen we bijvoorbeeld een bezorgdheid die werd geuit rond deze op sensatie beluste manieren van omgaan met intimiteit en seksualiteit door jongeren. Een voorbeeld uit februari 2013 hiervan is een *Facebook*-pagina die draaide rond ‘gênante seksmomenten’. Op deze pagina stuurden veel tieners grappige en ‘stoere’ seksverhalen in, maar deelden ook vragen en onzekerheden die te maken hadden met lichamelijkeheid, seks en liefde. Vervolgens kreeg deze pagina zeer veel bejijks en volgden vele reacties op deze berichten, vaak grappig, maar ook kwetsend en grof. In *De Standaard* reageerden zowel beleidsmedewerkers van *Child Focus* en *Sensoa* door te verwijzen naar de problematische aspecten verbonden aan een mediatisering van intimiteit in jongerencultuur. Lies Verhetsel, beleidsmedewerker van *Sensoa*, gaf aan in de krant *De Standaard* dat populaire mediacultuur die sterk verweven is met hoe jongeren intimiteit beleven op sociale media, kan leiden tot problematische situaties voor de seksuele ontwikkeling van jonge tieners.

*Verhetsel schrikt ervan hoe veel Facebook-gebruikers de pagina leuk vinden - inmiddels zijn er meer dan tienduizend fans. “De pagina wordt populair door de negatieve reacties op de verhalen. Vergelijk het met het succes van uitlach-tv, genre Komen Eten en de audities van Idool. Daar wordt ook gelachen met de kwetsbaarheid van anderen.”* (Theuns & Dehandschutter, 18 februari 2013)

Alhoewel deze argumentatie een terechte parallel trekt tussen enerzijds interactie op sociale media en ruimere populaire mediaproducten, gaat de verklaring niet in op de kern van de tegenstelling die wij observeerden: sociale mediaruimtes krijgen vandaag tegelijk betekenis als enerzijds authentieke professionele identiteitshubs en anderzijds ruimtes voor verstrooiing en entertainment. Daarbij wordt duidelijk dat elke vorm van mediëring op sociale media een inherente tegenstelling inhoudt, één waarvan het jonge publiek zich wel degelijk bewust is. Tabel 1 verwijst naar een kleine selectie van voorbeelden die vaak terug kwamen in focusgroepen.

**Tabel 1. Discoursen rond authenticiteit en intimiteit op populaire sociale mediaprofielen in focusgroepen met jongeren tussen de veertien en negentien jaar**

<b>GOED</b> <b>Authentieke praktijken op populaire sociale mediaprofielen</b>	<b>NIET GOED</b> <b>Niet-Authentieke praktijken op populaire sociale mediaprofielen</b>
Niet geposeerde foto’s (Spontaan, toont de ‘echte ik’, niet gephotoshopt)	Geposeerde foto’s (Geposeerd, jongens als ‘players’, meisjes als ‘hoeren’ of ‘sletten’, gephoshopt)
Enkel aandacht schenken aan liefdesrelaties indien langdurig en ‘serius’.	Regelmatig wisselen van relatie en daar veel publieke aandacht aan geven in je profiel.
Niet-heteroseksuele representaties van intimiteit beperken tot tekst.	Visuele representaties van niet- heteroseksuele intimiteit op je profiel plaatsen.

Wat voornamelijk opvalt is hoe jongeren sterk oordelen over wat kan en wat niet in gemedieerde interacties en zelf-representaties. Deze opinies reproduceerden vaak een strikte visie op hoe een intieme identiteit zich dan wel moet gedragen. Daarbij hebben normatieve visies op gender, seksualiteit en relaties in de huidige maatschappelijke context een belangrijk aandeel.

## Gender en sociale media

Deze waardeoordelen van jongeren over wat kan en niet kan in gemedieerde communicatie zijn niet enkel heteronormatief op het vlak van seksualiteit, maar maken ook sterke statements over genderidentiteiten. Ze geven aan wat we aanvaarden als vrouwelijkheid en mannelijkheid. Het concept gender kent in het academische veld veel verschillende invullingen en benaderingen. Vooral in de feministische theorievorming en in het academische veld van de vrouwenstudies is gender een hegemonisch concept (Braidotti, 1989) dat vanaf de vroege jaren 1970 de betekenis kreeg van de culturele constructie van mannelijkheid en vrouwelijkheid. De basisveronderstelling dat vrouwen en mannen ‘gemaakt’ worden eerder dan dat ze geboren worden als vrouw of man was centraal in de ontwikkeling van het concept gender. De gangbare patriarchale en hegemonische discoursen rond gender steunen op het biologische verschil in sekse tussen man en vrouw. Gender op zich is niet altijd hegemonisch, maar gender als sociale en culturele constructie gekoppeld aan sekse krijgt vaak een hegemonische invulling. Daar waar het seksesysteem verwijst naar het biologische verschil tussen vrouw en man, duidt het gendersysteem op de geslachtsrollen die samengaan met een bepaalde sekse. Vrouwelijkheid en mannelijkheid kunnen ook begrepen worden als ideologische constructies waarbij de biologische manifestatie (vrouw/man) verandert naargelang sociale, culturele, economische en biologische behoeften (Devor, 1989). Het anatomische sekseverschil krijgt pas betekenis van verschil door de sociale discursieve praktijken. Lichamen worden *gegended* door de continue *genderperformance*. Dit discours wordt geprojecteerd in de cultuur en symbolisch gereflecteerd in haar instituties (Turner, 2003) en dus ook in de online netwerken zoals *Facebook* en *Netlog*. Gender is hier een regulerend mechanisme dat ons denken en doen bepaalt en de connotaties van mannelijkheid en vrouwelijkheid bepaalt (Halsema, 2000). Butler (1990) argumenteert dat gender een symbolische vorm is van *public action* en volgens haar is gender een identiteit die vorm krijgt door een *performance*. Ook bij de Lauretis (1987) vinden we gelijkaardige argumenten in haar theorie over de *technologies of gender* waarbij zij stelt dat de genderrepresentaties geproduceerd worden door een reeks van te onderscheiden *technologies of gender* zoals reclame, cinema, ... en dat wij als *gegendede* subjecten kunnen worden geconstrueerd door een veelheid aan discoursen, posities en betekenissen (Krijnen, & Van Bauwel, 2015).

De genderidentiteiten die circuleren in de online omgeving van hedendaagse jongeren geven aan dat er nog altijd sterke verschillen zijn in de manier waarop meisjes en jongens zichzelf representeren en dat ook hier bepaalde verwachtingen over vrouwelijkheid en mannelijkheid aanwezig zijn. Ook in andere studies zien we dat mannelijkheid en vrouwelijkheid vaak op een stereotiepe manier worden gereproduceerd door jongeren op SNSs (Willem, et al., 2012). Recent kwam dit ook in de publieke aandacht door de media-aandacht voor de *Facebook*-groep ‘Antwerpse hoeren’ waarbij bijna dertig jonge meisjes ongevraagd als ‘slet’ op de site werden gebrandmerkt en dit voorzien van naam en uitdagende foto (Amkreutz, 2013). Deze site is geen alleenstaand fenomeen en er verschenen al verschillende *copycats*. Zoals bij de verschillende waardeoordelen in verband met hetero- en homoseksuele identiteiten op sites zien we een gelijkaardig fenomeen wanneer we naar de genderidentiteit kijken. Meisjes worden sneller negatief beoordeeld door leeftijdsgenoten wanneer ze een bepaalde

vrouwelijkheid uiten op hun online profielen. Uit onze empirische studies blijkt dat de online identiteiten van jongeren op *Netlog* op verschillende manieren *gegendered* is. Zo bijvoorbeeld zagen we dat jongens veel meer dan meisjes hun seksuele identiteit (i.e. seksuele voorkeur) aangeven op hun profiel. Jongens uit het onderzoek geven in 19,8% van de gevallen een duidelijke omschrijving van hun seksuele voorkeur terwijl dit maar voor 8% het geval was bij meisjes (De Ridder, 2012). De reden hiervoor kunnen we vinden bij de manier waarop hegemonische mannelijkheid wordt gedefinieerd. Een heteroseksuele voorkeur maakt in de westerse samenleving een belangrijk deel uit van deze mannelijkheid (Connell, 2005) en jongens gaan dus, indien ze een hegemonische mannelijkheid willen aangeven op hun profiel, ook duidelijk hun seksuele voorkeur aangeven. Mannelijkheid lijkt wel vooral vorm te krijgen door een duidelijke seksuele identiteit (Butler, 1990). Niet alleen in de seksuele voorkeur komt de genderidentiteit tot stand. Ook in de gebruikte *nicknames* zien we een duidelijk genderpatroon. *Nicknames* verwijzen naar de persoonlijke identiteit van de gebruikers en ondanks dat ze vaak speels zijn en humoristisch kunnen zijn, dragen ze vaak een genderidentiteit uit zoals bijvoorbeeld de *nickname* 'menstruatiecyclus'. De foto's die terug te vinden zijn op de profielen zijn ook *gegendered* en beklemtonen vaak een hegemonische mannelijkheid of vrouwelijkheid. Het *gegenderde* zelf wordt vaak verbeeld door en via de manier waarop het lichaam van de jongens en meisjes in beeld wordt gebracht. Deze beelden tonen ook de positie van gender in hun sociale omgeving en we zien dat vooral meisjes regelmatig foto's tonen waarop ze samen met andere seksegenoten plezier beleven. Regelmatig zien we ze samen poseren voor de spiegel in badkamers of slaapkamers. De foto's representeren een stereotiepe mannelijkheid en vrouwelijkheid. De meisjes portretteren zichzelf als breekbaar en fragiel waarbij het lichaam in close-up en gefragmenteerd in beeld komt met de nadruk op de blik, borsten en billen. Ze nemen uitdagende poses aan en kijken rechtstreeks in de camera. Jongens poseren in het algemeen op een heel ander manier in hun eigen profielfoto's. Hun lichaam komt minder gefragmenteerd in beeld en er wordt meer gebruik gemaakt van medium shots. Ook wanneer de jongens samen poseren met hun mannelijke vrienden dan is er veel meer afstand tussen de lichamen dan dat dit het geval is bij de meisjes die samen op de foto staan. De manier waarop deze specifieke vrouwelijkheid in beeld wordt gebracht wordt als hypervrouwelijkheid omschreven duidend op de zeer stereotiepe vrouwelijkheid waar de materialiteit van het lichaam zeer belangrijk wordt om de vrouwelijkheid vorm te geven. De lichamen van de jongens komen in tegenstelling tot de lichamen van de meisjes in beeld met referenties naar kracht door atletische poses aan te nemen of door het tonen van gespierde lichamen. Deze foto's stralen geen intimiteit uit, maar representeren eerder een actieve mannelijkheid. Dit in tegenstelling tot de representaties van vrouwelijkheid bij de meisjes waar we een passieve vrouwelijkheid zien die ons sterk doet denken aan de *male gaze* (Mulvey, 1975). In haar essay *Visual pleasure and narrative cinema* kijkt Mulvey vanuit psychoanalyse en semiologie naar de positie van de toeschouwer in de Hollywood-films van de jaren 1950 en 1960. Ze beweert dat het filmische apparaat van de klassieke Hollywood-cinema de toeschouwer in een mannelijke subjectpositie plaatst. Samen met het mannelijke hoofdpersonage kijkt de toeschouwer naar het vrouwelijke personage. Dit mannelijk perspectief heet de mannelijke blik (*male gaze*) en wijst op het eenduidige mannelijke oogpunt waarbij het publiek wordt aangemoedigd om zich te identificeren met de mannelijke hoofdpersonage. Deze *male gaze* wordt geconstrueerd door de camerapositie waardoor wij als publiek door de ogen van het mannelijke hoofdpersonage naar het vrouwelijke personage kijken. De vrouwen van de personages zijn objecten van de mannelijke blik, zij worden object van mannelijke verlangens, en worden gecodeerd door Mulvey als *to-be-looked-at-ness*. Ondanks het feit dat Mulveys concept zich situeert in de filmtheorie en tekstuele analyse van beeld, is het nog steeds een bruikbaar concept om te kijken naar de beelden die jongeren produceren van zichzelf. Het poseren, verleiden en tonen van delen van

het lichaam kan gezien worden als het reproduceren van een dominante populaire beeldcultuur die we ook terugvinden in de videoclipcultuur. Zoals in deze hedendaagse beeldcultuur zijn de representaties doorgaans sterk stereotiep *gegendered*. Toch mogen we niet vergeten dat sommige jongeren eerder niet-traditionele genderrepresentaties verbeelden en dus ook een niet-hegemonische mannelijkheid of vrouwelijkheid articuleren op hun profielen.

## Conclusie

In dit hoofdstuk stelden we ons tot doel te begrijpen hoe jongeren in het alledaagse leven seksuele, *gegenderde* en intieme identiteiten beleven en hieraan betekenis geven op populaire sociale media-websites. Dit voornamelijk met het oog op het aankaarten van mogelijke ongelijkheden die rond intieme relaties, gender en seksuele identiteiten ontstaan in online ruimtes en in het alledaagse leven van jongeren. Deze bijdrage heeft geargumenteed dat vanuit een mediastudies-perspectief het begrijpen van een online intimiteitsbeleving drie belangrijke zaken dient mee te nemen. Eerst en vooral is een goed begrip van de media- en communicatietechnologieën noodzakelijk, ten tweede dient het politiek-economisch functioneren van instituten die sociale media-websites creëren te worden begrepen, en ten derde is ook kennis cruciaal omtrent het publiek dat als collectief deze websites gebruikt. De empirische onderzoeken hebben voornamelijk aangetoond dat in de specifieke onderzochte jongerenculturen intimiteit sterk verweven is met het gebruik van digitale media zoals SNSs. Sociale mediaruimtes worden niet enkel gebruikt om tot identiteitsontwikkeling te komen, maar ze zijn stilaan integraal deel van de populaire mediacultuur geworden. Deze mediatisering van intimiteit brengt met zich mee dat gender, seksualiteit, relaties, en het geheel van normen en waarden waardoor deze worden beleefd, vervlochten zijn met de media-gerelateerde praktijken die ontstaan rond sociaal mediagebruik. Voorbeelden hiervan zijn overwegingen die jongeren maken als plaats ik mijn relatie op *Facebook*? Of doe ik mijn *coming out* op mijn profiel?

Een inclusieve beleving van intimiteit in digitale media blijkt geen evidentie in de specifieke jongerenculturen. Populaire sociale mediaruimtes zijn in de eerste plaats geen vrije ruimtes waar aan identiteitsexploratie kan worden gedaan, maar extensies van de alledaagse leefomgeving waar hegemonische gender- en seksuele identiteiten worden gereproduceerd. Verder kennen sociale mediaomgevingen de laatste tijd ook een sterke evolutie naar authentiek identiteitsmanagement. Enerzijds wordt deze gevoed door media-instituten als *Facebook* en *Netlog* die een authentieke *real-name* cultuur hoog in het vaandel dragen, anderzijds is er ook het publiek dat op zoek is naar echtheid, authenticiteit, maar tegelijk ook naar entertainment. De besproken voorbeelden rond de recente *Facebook*-pagina's zoals de 'gênante seksmomenten' en 'hoertjespagina's', tonen aan hoe de spanning tussen populair entertainment en authenticiteit bij momenten op scherp gesteld wordt. Meer dan gewone fricties die inherent zijn aan media-gerelateerde praktijken in populaire sociale mediawebsites, wordt een inclusieve intieme identiteitsbeleving zo mogelijk gefnuikt. Door de sterke eenzijdige focus op online identiteitsmanagement die zo echt mogelijk dient te zijn, gaat elke mogelijkheid tot creatieve identiteitsexploratie verloren. In jongerenculturen is een creatief spel met identiteit en betekenis net de kern waar een sociaal culturele verandering naar een brede en diverse intimiteitsbeleving mogelijk wordt.

Het erkennen van het belang van intieme identiteitsbeleving in sociale media vraagt niet enkel aandacht voor het begrijpen van de kansen versus risico's die inherent zijn aan gebruik van sociale media. Wij dienen ook te begrijpen dat deze nieuwe mediavormen integraal deel zijn

van een hedendaagse populaire mediacultuur. Alhoewel de noodzaak om kritisch te kijken naar hoe mediacultuur meer vervlochten wordt met de dagelijkse sociaal culturele intimiteitsbeleving van jongeren, kunnen deze gemedieerde ficties ook emancipatorisch werken door het representeren van alternatieven. De uitdaging vandaag situeert zich op het vlak van de sterke tegenstelling die ontstaat rond normen en waarden die gelinkt zijn aan sociale mediagebruik. De sterke focus op eenzijdig identiteitsmanagement, authenticiteit, en reputatie ondersteunt niet noodzakelijk democratische online mediaruimtes, maar eerder een sterke normering van het online gedrag.

## Bibliografie

- Amkreutz, R. (2013, 3 januari) 'Tieners op Facebook te kijk gezet als 'hoer'', *De Morgen*, pg. 15.
- De Ridder, S. (2012). Youth and mediated intimacy: An audience study into the participations and representations on the social networking site Netlog. *Working Papers in Film and Television*, 8(2): 1-87.
- De Ridder, S. (2015). Are digital media institutions shaping youth's intimate stories? Strategies and tactics in the social networking site Netlog. *New Media & Society*, 17(3): 356-374.
- De Ridder, S., & Van Bauwel, S. (2013). Commenting on pictures: Teens negotiating gender and sexualities on social networking sites. *Sexualities*, 16(5/6): 565-586.
- De Ridder, S., & Van Bauwel, S. (2015). Youth and intimate media cultures: Gender, sexuality, relationships, and desire as storytelling practices in social networking sites. *Communications. The European Journal of Communication Research*, 40(3): 319-340.
- Baym, N. & boyd, d. (2012) 'Socially mediated publicness: An introduction', *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 3(56): 320-329.
- Braidotti, R. (1989) 'The politics of ontological difference', pp. 89-105 in T. Brennan (Ed.) *Between feminism and psychoanalysis*. Londen: Routledge.
- Butler, J. (1990) *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge.
- Castells, M. (2010) *The rise of the network society*. Oxford: Blackwell.
- Connell, RW. (2005) *Masculinities*. Cambridge: Polity.
- Couldry, N. (2003) 'The extended audience', pp. 184-221 in M. Gillespie (Ed.) *Media audiences*. Londen: Routledge.
- Couldry, N. (2008) 'Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling', *New Media & Society*, 3(10): 373-391.
- d'Haenens, L. & Vandoninck, S. (2012) *Kids Online: Vaardigheden, kansen en risico's van kinderen en jongeren op het internet*. Leuven: Academia Press.
- de Lauretis, T. (1987) *Technologies of gender*. Basingstoke: Macmillan.
- Devor, H. (1989) *Gender blending*. Bloomington: Open University Press.
- Fuchs, C. (2008) *Internet and society: Social theory in the information age*. New York: Routledge.
- Gershon, I. (2010) *The breakup 2.0. Disconnecting over new media*. Ithaca: Cornell University Press.
- Goffman, E. (1959) *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday.
- Grazian, D. (2010) 'Demystifying authenticity in the sociology of culture', pp. 191-200 in J. R. Hall, L. Grindstaff & M.-C. Lo (eds.) *Handbook of cultural sociology*. Oxon: Routledge.
- Hall, S. (2000) 'Who needs 'identity'', pp. 15-30 in P. Du Gay, J. Evans & P. Redman (eds.) *Identity: a reader*. Londen: Sage.

- Halsema, A. (2000) 'Het lichaam zijn en hebben: Een kritiek op Butlers constructivistische visie op het lichaam', *Tijdschrift voor Genderstudies*, 1(3): 28-35.
- Hepp, A. (2012) *Cultures of mediatization*. Malden: Polity Press.
- Ito, M., Baumer, S., Bittanti, M., et al. (2010) *Hanging out, messing around, and geeking out. Kids living and learning with new media*. Cambridge: MIT press.
- Jeugddienst & Jeugdwerknet (2010) *Onderzoeksrapport Apestaartjaren 3*. Geraadpleegd op 13 september 2013 op het World Wide Web: [http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/Apestaartjaren3\\_onderzoek\\_digitaal.pdf](http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/Apestaartjaren3_onderzoek_digitaal.pdf).
- Jeugddienst & Jeugdwerknet (2012) *Onderzoeksrapport Apestaartjaren 4*. Geraadpleegd op 13 september 2013 op het World Wide Web: [http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/onderzoeksrapport\\_apestaartjaren\\_4.pdf](http://www.apestaartjaren.be/sites/default/files/onderzoeksrapport_apestaartjaren_4.pdf).
- Krijnen, T. & S. Van Bauwel (2015). *Gender and media. Representing, producing, consuming*. London: Routledge.
- Litt, E. (2012) 'Knock, knock. Who's there? The imagined audience', *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 3(56): 330-345.
- Livingstone, S. (2008) 'Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression', *New Media and Society*, 3(10): 393-411.
- Livingstone, S. (2009) *Children and the Internet*. Cambridge: Polity.
- Livingstone, S. (2012) 'Exciting moments in audience research: Past, present and future', pp. 257-274 in H. Bilandzic, G. Patriarche & P. J. Traudt (eds.) *The social use of media*. Bristoll: Intellect.
- Lovink, G. (2012) *Networks without a cause: A critique of social media*. Malden: Wiley.
- Mulvey, L. (1975) 'Visual pleasure and narrative cinema', *Screen*, 3(16): 6-18.
- Pascoe, C.J. (2011) 'Resource and risk: Youth sexuality and new media use. *Sexuality Research and Social Policy*, 1(8): 5-17.
- Rosen, J. (2008) 'Afterword: The people formerly known as the audience', pp. 163-166 in N. Carpentier & B. De Cleen (eds.) *Participation and media production*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Ruffolo, D. (2009) *Post-queer politics*. Farnham: Ashgate.
- Staksrud, E. & Lobe, B. (2010) *Evaluation of the implementation of the safer social networking principles for the EU part I: General Report*. Luxemburg: European Commission Safer Internet Programme.
- Streitmatter, R. (2009) *From 'perverts' to 'fab five'. The media's changing depiction of gay men and lesbians*. Londen: Routledge.
- Theuns, K. & Dehandschutter, W. (18 februari, 2013) 'Raad gevraagd over de intiemste problemen, uitgelachen door iedereen. Minderjarigen verklappen bedgeheimen op Facebookpagina', *De Standaard*, p. 17
- Turkle, S. (1996) *Life on the screen*. Londen: Weidenfeld.
- Turner, G. (2003) *British cultural studies: An introduction*. Londen: Routledge.
- Valkenburg, P.M. & Peter, J. (2011) 'Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks', *Journal of Adolescent Health*, 2(48): 121-127.
- Van Dijck, J. (2013) *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford: Oxford University Press.
- Walrave, M., Heirman, W., Mels, S., et al. (2012) *eYouth: balancing between opportunities and risks*. Brussel: Lang.
- Willem, C., Araña, N., Crescenzi, L., et al. (2012) 'Girls on fotolog: Reproduction of gender stereotypes or identity play?', *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 3(2): 225-242.

## **‘Zonder klank: Diasporajeugd’. Een pleidooi voor kwalitatief publieksonderzoek naar identiteit, media en diaspora**

**Fien Adriaens**

### **Abstract**

In deze bijdrage wordt de complexe driehoek media, identiteit en diaspora onder de loep genomen vanuit een *diasporic cultural studies* perspectief. Aan de hand van een aantal kwalitatieve publieksonderzoeken bekijken we de rol van televisie bij de identiteitsvorming van diasporajongeren in België. Dit hoofdstuk kiest er bewust voor diaspora te gebruiken als alternatief voor verbale constructies die aan *othering* doen op basis van culturele en etnische achtergrond (bv. allochtoon, migrant). Bovendien wil deze bijdrage ook een politiek statement maken. Ten eerste geven we - met onze focus op ‘diasporajeugd zonder klank’ - diasporajongeren een stem in een publiek en academisch debat waar ze vaak doodgezwegen worden. Het visueel etnografische actieonderzoek blijkt hiervoor een waardevolle methode. Ten tweede bestuderen we identiteit zowel vanuit een maatschappelijk (macro) als vanuit een persoonlijk (micro) perspectief. Ten derde stellen we dat het analyseren van diasporapublieken noodzakelijk is als we a) willen begrijpen hoe media macht uitoefenen en welke vormen van *agency* we verrichten als publieken, en b) de dynamieken van mediaverandering en continuïteit willen snappen.

### **Inleiding**

Door opmerkelijke migratiestromen is Europa sinds de jaren 1960 een multicultureel continent geworden met een pluralistische realiteit. In België bijvoorbeeld wonen er vandaag tweede en derde generaties diasporagroepen, voornamelijk met Turkse of Marokkaanse achtergrond<sup>17</sup>. Deze pluralistische of ‘diasporische’ realiteit wordt weerspiegeld in een gefragmenteerd en sterk veranderlijk medialandschap (Silverstone & Georgiou, 2005). Door de toenemende globalisering en doorbraak van satelliettelevisie is het aantal mediabronnen fel toegenomen. Academici toonden aan dat transnationale media de grenzen tussen het lokale en het globale, het publieke en het private uitdagen. Diasporagroepen hebben immers toegang tot verschillende internationale media en kunnen dus uit diverse representatieve systemen, programma’s, en talen kiezen (Silverstone & Georgiou, 2005). Deze media kunnen bovendien

---

<sup>17</sup> Door bilaterale akkoorden tussen België en respectievelijk Turkije en Marokko werd arbeidsmigratie vanaf de jaren 1960 aangemoedigd. Daarna merken we vooral migratie door huwelijk en familiereünie op. Dit leidde tot tweede en derde generaties (Timmerman, et al., 2009).



tegelijk globaal, nationaal, etnisch, regionaal als lokaal zijn. Diasporajongeren in België zappen bijvoorbeeld vlot tussen *Kanal D*, *MTV* en *Vier*.<sup>18</sup> Media voorzien (diaspora)publieken van referentiekaders voor identiteit- en gemeenschapsvorming (Pauwels & Bauwens, 2004: 77). Media mogen hierbij niet gezien worden als determinanten van identiteiten, maar wel dragen ze bij tot het creëren van symbolische gemeenschappen waarin meervoudige, ‘hybride’ identiteiten kunnen gevormd worden (Hall, [1988] 1996). (Trans)nationale media tonen namelijk subjectposities waar diasporapublieken zich mee kunnen identificeren (Appadurai, 1996; Thompson, 2002). Dit vormt een voedingsbodem voor stevige debatten over media en identiteit, zeker in diasporacontexten. De vraag is dan welke rol verschillende (trans)nationale media spelen in het alledaagse leven en de identiteitsvorming van diasporapublieken. Een vraag die lang onderbelicht is gebleven binnen mediastudies, zeker in een Belgische onderzoekscontext waar het thema pas sinds enkele jaren meer onderzoeks aandacht krijgt (bv. Dhoest, 2009a; El Sghiar & d’Haenens, 2011; Van Gorp & Smets, 2015).

In dit hoofdstuk baseren we ons bijgevolg op verschillende empirische onderzoeken binnen een vierjarig onderzoeksproject (2008-2012) dat zich tot doel stelde om de complexe driehoek diasporapubliek, media en identiteitsconstructie te begrijpen. Meer specifiek focussen we hier op diasporajongeren.<sup>19</sup> Het zwaartepunt komt te liggen op televisie omdat, ondanks de sterke groei van nieuwe digitale media, televisie het meest toegankelijke en populaire medium in het alledaagse leven van jongeren blijft (Auteur, 2011b). Specifiek wil deze bijdrage de televisieconsumptie en de receptie van diasporajongeren (13-19 jaar) in kaart brengen en nagaan hoe deze processen en praktijken gelinkt worden aan vragen rond identiteit en het alledaagse leven.<sup>20</sup> Diasporajongeren zijn interessante onderzoeksobjecten omdat ze navigeren tussen verschillende culturele kaders en bijgevolg hybride identiteiten of nieuwe etniciteiten construeren (Gillespie, 1995; Hall, [1988] 1996; Durham, 2004). In onze samenleving worden diasporajongeren vaak gediscrimineerd, stereotiep gerepresenteerd en onzichtbaar gemaakt in het publieke debat, de media als in de academische wereld (bv. jeugdstudies). De *agency*<sup>21</sup> van diasporajongeren wordt vaak genegeerd en ze worden vaak de macht ontzegd om hun eigen acties te definiëren (Duits, 2008). Voor onderzoekers in het domein van culturele mediastudies met een feministisch en multiculturalistisch project is het bestuderen van (diaspora) minderheidspublieken onontbeerlijk om tegemoet te komen aan verschillen, culturele diversiteit en *otherness*, zonder hierbij te vervallen in een identiteitspolitiek.<sup>22</sup> Het analyseren van diasporapublieken is met andere woorden noodzakelijk omdat het inherent een politieke actie inhoudt.

Centraal staat het fel gedebatteerde concept identiteit dat geïnterpreteerd wordt als hybride, anti-essentialistisch en dynamisch. We conceptualiseren het als discursief en kruisend wat betekent dat het gevormd en hervormd wordt in interacties tussen individuen en hun sociale

---

<sup>18</sup> *Kanal D* is een Turkse commerciële zender, *MTV* (*Music Television*) is een internationale muziek/jongerenzender en *Vier* is een Belgische commerciële zender.

<sup>19</sup> De meerderheid van de jongeren in dit onderzoek hebben de Belgische nationaliteit en zijn geboren en opgegroeid in België. Omdat de grootste migratiestromen in de jaren 1960 voornamelijk uit Turkije en Marokko kwamen, hebben de meeste van onze respondenten Marokkaanse of Turkse (groot)ouders.

<sup>20</sup> Kort gesteld bedoelen we met *televisiereceptie* de interpretaties van televisieprogramma’s bij televisiepublieken en met *televisieconsumptie* de alledaagse kijkcontexten van televisiekijkende jongeren.

<sup>21</sup> *Agency* verwijst naar het vermogen van individuen om onafhankelijk te handelen en naar de macht van mensen om hun eigen gevoelens en acties te bepalen. Dit wil echter niet zeggen dat het ‘vrije wil’ impliceert omdat het sociaal geproduceerd is en gerelateerd is aan machtsvragen.

<sup>22</sup> Identiteitspolitiek is een culturele politiek (bv. tweede golf feminisme) die de collectieve identiteit van een gegeven groep (bv. de vrouw) sterk beklemtoont en die als basis neemt voor politieke analyse en actie.

en culturele omgeving (Giddens, 1991; Hall, 1996). Televisie bijvoorbeeld biedt ons als kijker subjectposities aan waarmee we ons kunnen identificeren en van waaruit we onze identiteiten kunnen vormen. Bovendien worden identiteiten opgevat als kruisend, wat betekent dat bepaalde subjectposities (bv. leeftijd) kruisen met andere subjectposities (bv. gender) en op de voorgrond treden in specifieke contexten (Rahman & Jackson, 2010: 89-91). Hier wordt de klemtoon gelegd op de intersecties tussen etniciteit, gender en leeftijd als belangrijkste identiteiten in het leven van jongeren.

Naast identiteit is diaspora een tweede kernconcept. Diaspora is een lonend concept om over gemeenschappen, diversiteit, identiteit en het behoren tot transnationale ruimtes na te denken (bv. Hall, 1990; Clifford, 1994; Gillespie, 1995; Brah, 1996; Gilroy, 1997). We kiezen er bewust voor diaspora te gebruiken als alternatief voor normatieve verbale constructies die aan *othering* doen op basis van culturele en etnische achtergronden (bv. 'allochtoon', 'migrant') (Hall, 1990; Georgiou, 2005). *Othering* beschrijft een proces waarbij de ander als negatief wordt neergezet en als 'anders' of 'vreemd' wordt geclassificeerd op basis van etniciteit. *Othering* leidt tot essentialisering, het houdt een classificatie in waarbij de ander een aantal stereotiepe eigenschappen wordt toegeschreven die als een onveranderlijke essentie gezien worden. Denken we aan de recente debatten rond het schrappen van het woord 'allochtoon' (bv. *De Morgen*).<sup>23</sup> Er werd geadviseerd dat de opdeling allochtoon/autochtoon een erg uitsluitende, stigmatiserende, binaire manier is van mensen labelen: je bent altijd één van de twee (bijvoorbeeld of Turk of Belg), maar nooit beide. Zo past een Belg van wie de grootouders in Emirdag (Turkije) geboren zijn zonder problemen in het containerbegrip allochtoon. Zijn kinderen hebben grote kans om ook het label allochtoon te krijgen. Maar wanneer stop je dan ooit allochtoon te zijn? Diaspora daarentegen is een kritisch, inclusief theoretisch concept dat net kan dienen om kwalitatieve, anti-essentialistische perspectieven op de studie van migratie in relatie tot mediaconsumptie te bieden. Het erkent dat in tijden van globalisering, transnationalisme, migratie en afnemende macht van de natiestaten, diasporasubjecten meervoudige en kruisende identificaties ervaren die vormend zijn voor hybride vormen van identiteit (Gillespie, 1995; Georgiou, 2005). Binnen dit denkkader (her)negotieren diaspora verhalen van zichzelf (Giddens, 1991) in relatie tot de discoursen die beschikbaar zijn (Faas, 2009: 304). Media en mediatechnologieën zijn dus cruciale factoren in de productie, reproductie en transformatie van deze diasporische identiteiten of van wat Hall *new ethnicities* zou noemen (Hall, [1988]1996). Diaspora dagen de hegemone, homogeniserende krachten van globalisering uit, net zoals het idee dat diaspora simpelweg verbonden zijn aan een zeker nostalgisch gevoel met het thuisland en vaststaande identiteiten (Bhabha, 1992; Morley, 2000; Aksoy & Robins, 2003).

### **Van etnisch minderhedenonderzoek naar *diasporic cultural studies***

Onderzoek naar diasporapublieken<sup>24</sup> is niet alleen fundamenteel om een beter begrip te krijgen van de rol van media in multiculturele samenlevingen, sinds de jaren 1980 is het ook een centraal thema op de academische onderzoeksagenda (bv. Gillespie, 1995; d'Haenens & Saeys, 1996; Devroe, et al., 2005). In Europese landen zien we een toenemend aantal debatten over multiculturele samenlevingen en integratie, een snel veranderend geglobaliseerd

---

<sup>23</sup> 'Waarom wij, *De Morgen*, het woord allochtoon niet meer gebruiken' (20/09/2012). Letterlijk betekent allochtoon 'iemand die van elders afkomstig is' en autochtoon 'van de oorspronkelijke bewoners afkomstig' - het zijn woorden met Griekse roots, afkomstig van *allos*, wat 'andere' betekent en *chthonos*, wat 'bodem' betekent en *autos* van 'zelf'.

<sup>24</sup> Uit literatuuronderzoek blijkt dat de ontwikkeling van etnisch minderhedenonderzoek parallel loopt met dat van publieksonderzoek in het algemeen.

medialandschap, én een bedrijfsinteresse in het aantrekken van minderheden en nichepublieken. Denk maar aan de plotse explosie van etnomarketing. Deze dynamieken resulteerden in de bloei van etnische minderheidsstudies in het vakgebied van de communicatiewetenschap. Zonder afbreuk te doen aan de waarde ervan, bevat het bestaande onderzoek naar etnische minderheden en media echter een aantal belangrijke hiaten. Vooreerst blijft onderzoek naar etnische publieken heel zeldzaam in vergelijking met onderzoek naar representaties. Ook blijkt dat de meerderheid van de studies die zich wel toespitsen op publieken, ofwel vertrekken vanuit een effectparadigma en de link onderzoeken tussen mediagebruik en integratie (bv. Peeters & d'Haenens, 2005), ofwel uitgaan van een *uses and gratifications*-benadering waarbij het belang van de invloed van etniciteit wordt afgewogen tegenover andere socio-economische of educatiegerelateerde variabelen aan de hand van multivariate analyses (bv. d'Haenens, et al., 2002; Sinardet & Mortelmans, 2006). Verder blijkt dat deze traditioneel communicatiewetenschappelijke paradigma's zich voornamelijk beroepen op de binaire categorisaties 'thuisland' versus 'gastland' media, of 'allochtonen' versus 'autochtonen'. Op methodologisch vlak, en resulterend uit hun theoretische inbedding, is bestaand etnisch minderhedenonderzoek voornamelijk kwantitatief en comparatief van aard, ook zo in de Belgische context. Over het algemeen focussen ze op de toegang, het bezit en het gebruik van audiovisuele media bij allochtone adolescenten (12-18 jaar) (bv. Devroe, et al., 2005). In de grote meerderheid van onderzoeken werden verschillen tussen allochtonen en autochtonen vastgesteld en in kaart gebracht. Bovendien onderzocht het schaarse aantal receptiestudies het televisienieuws waardoor de receptie van televisiefictie onderbelicht bleef (bv. Clycq, et al., 2003; Gezduci & d'Haenens, 2007). Terwijl we zeker de waarde van het bestaande onderzoek in België erkennen, verschaft het echter een eerder monolithische en vaak essentialistische visie op diasporapublieken en laat het meerdere fundamentele vragen onbeantwoord. Voorts laat dit onderzoeksveld de onderzoeksobjecten nooit voor zichzelf spreken omdat het voornamelijk gebruik maakt van gestandaardiseerde vragenlijsten met vaststaande antwoordcategorieën.

Het hoeft niet gezegd dat kwalitatief onderzoek dat focust op identiteiten en de alledaagse consumptie van televisie bij diasporajongeren uitzonderlijk is. Omdat mediaculturen en migratiesamenlevingen sterk evolueerden in de afgelopen decennia is een transdisciplinaire academische benadering noodzakelijk om deze complexiteit te vatten. Daarom benaderen we de onderzoeksvragen vanuit kritische sociale theorie, nieuw publieksonderzoek (Morley, 1986; Hermes, 1995)<sup>25</sup>, diasporastudies, jeugdstudies, en feministische, postkoloniale en multiculturele perspectieven (Kellner, 1995: 27). Deze *diasporic cultural studies*-benadering benadrukt diversiteit in plaats van homogeniteit en vermijdt de essentialiserings die vele discussies aangaande multiculturele samenlevingen domineren (Tsagarousianou, 2004; Silverstone & Georgiou, 2005; Athique, 2011). Bovendien biedt het een waardevol alternatief voor het conventioneel etnische minderhedenonderzoek in communicatiewetenschappen zoals hierboven beschreven. Het voorziet in een betere erkenning van de subjectieve en demografische diversiteit van publieken, als van de inherente hybriditeit en de meervoudigheid van mediabronnen in alledaagse ervaringen (Athique, 2011).

---

<sup>25</sup> Hier identificeren we ons met de nieuwe publiekstraditie zoals die voornamelijk opgevat werd binnen culturele mediastudies sinds de jaren 1980 (bv. Morley, 1980; Ang, 1985; Liebes & Katz, 1990; Hermes, 1995) omwille van: het engagement voor de micropolitiek van alledaagse televisieconsumptie, en de notie van publieken als actieve, meervoudige, gecontextualiseerde en geïnformeerde betekenisgevers (bv. Silverstone, 1994; Hermes, 2005). Publieken moeten begrepen worden in de contexten waarin ze televisie kijken, zowel in termen van betekeniscreatie als in de routines van het alledaagse leven.

Om beter vat te krijgen op de complexe televisieconsumptie, -receptie en identiteitsvorming van diasporajongeren, vertrekken we vanuit een methodologisch pluralisme (bv. Schrøder, et al., 2003) waarbij hoofdzakelijk kwalitatieve publieksonderzoeksmethoden gebruikt worden. Aan de hand van een focusgroeponderzoek en een participatorisch visueel etnografisch onderzoek werden respectievelijk televisieconsumptie en -receptie onder de loep genomen. In deze bijdrage worden een aantal bevindingen summier besproken worden.

### **Televisieconsumptie en het alledaagse**

Aan de hand van zes focusgroepen (N= 36) werd onderzocht welke rol televisie toebedeeld krijgt in het alledaagse leven van diasporajongeren in Vlaanderen (Auteur, 2013a). Deze studie verhelderde dat - in tegenstelling tot wat vaak voorondersteld wordt<sup>26</sup> - televisieconsumptie bij tweede generatie diasporatieners niet simpelweg in een bipolair model met aan de ene kant thuisland- en aan de andere kant gastland-televisie kon bevat worden. Het is geen 'of-of' verhaal. Televisieconsumptie van diasporajongeren moet in een complexer en multipolair kader geplaatst worden waarin etniciteit of nostalgie zeker niet altijd de dominante krachten zijn. Keuzes wat televisiekijken betreft worden voornamelijk bepaald door andere vormen van diversiteit die etniciteit overstijgen, zoals leeftijd en gender en de toegenomen verscheidenheid van programma's (bv. Sreberny, 2000; Hargreaves, 2001; Madianou, 2005). Diasporajongeren met Turkse roots bijvoorbeeld kijken niet naar de Turkse zender *ShowTV* omwille van hun etniciteit, maar wel omwille van een aantal andere redenen. De televisieconsumptie van diasporajongeren kan in de eerste plaats gesitueerd worden binnen een globale jeugdcultuur. Bovendien is televisiekijken vooral een banale activiteit. Vaak is deze activiteit gericht op escapisme en laat zij identificatie toe. Daarenboven is televisiekijken ingebed in dagelijkse routines en sociale contexten van het alledaagse leven (bv. Silverstone, 1994; Aksoy & Robins, 2000). 'Het is maar televisie', was een herhaaldelijk gebruikte uitdrukking onder respondenten, vooral wanneer er gepraat werd over televisiefictie. Dit impliceert dat televisiekijken zeker niet altijd een betekenisvolle of politieke daad inhoudt (bv. Bauwens & Vandenbrande, 2004). De resultaten toonden ook aan dat diasporajongeren zich met meerdere culturele plaatsen verbonden voelen. De jongeren argumenteerden dat ze naar een breide waaier aan transnationale zenders kijken (voornamelijk uit Turkije en Marokko), als ook naar Vlaamse nationale, voornamelijk commerciële en jeugdgeoriënteerde zenders, en naar televisiezenders zoals *MTV* of *Nickelodeon*. Hun programmavoorkeuren waren duidelijk ingegeven door Angelsaksische, veramerikaniseerde populaire cultuur en benadrukken voornamelijk tieneridentiteiten (bv. Tufte, 2001; de Block & Buckingham, 2007; Dhoest, 2009b). Dit laveren tussen vele culturele locaties zorgt ervoor dat jongeren (1) van verschillende werelden kunnen proeven, (2) meervoudige, hybride identiteiten of nieuwe etniciteiten kunnen construeren (bv. Gillespie 1995; Tufte, 2001), en (3) kritisch televisieprogramma's deconstrueren net doordat ze geconfronteerd worden met een grote verscheidenheid aan cultuurproducten (bv. Gillespie, 2000; Aksoy & Robins, 2003; Madianou, 2005). Dit wil echter niet noodzakelijk zeggen dat respondenten een complexere identiteitsvorming hebben dan bijvoorbeeld jongeren zonder diaspora achtergrond, zoals Tufte (2001) bijvoorbeeld suggereerde. We nemen eerder aan dat publieken overal, ongeacht of ze nu diaspora of meerderheid zijn, te maken krijgen met meervoudige mediaomgevingen

---

<sup>26</sup> Zowel politici als academici (bv. Becker, 2001) gaan er vaak van uit dat diaspora uit een zekere nostalgie naar thuisland-televisie kijken. Dit nostalgisch kijken wordt daarenboven vaak gezien als een grote belemmering voor de integratie. 'Hoe meer satellietshotels in the straatbeeld, hoe slechter de buurt geïntegreerd is' is een premisse die vaak aangenomen wordt door rechts-conservatieve politici, denk maar aan de propaganda van *Vlaams Belang* (2011). De idee is: hoe meer men gastland-televisie kijkt (bv. *VTM*, *VRT*) hoe beter men geïntegreerd is, hoe meer thuisland-televisie hoe slechter de integratie.

in onze geconvergeerde, geglobaliseerde medialandschappen (bv. Athique, 2011: 14). Ook is het kijken naar (satelliet)televisie vooral een manier om de familie samen te brengen en zo de familiebanden te versterken. Ten slotte gaven sommige respondenten met Turkse achtergrond aan dat het kijken naar satelliettelevisie een correctie biedt van het ouderwetse Turks dat thuis gesproken wordt.

Wanneer tijdens de focusgroepgesprekken dieper werd gevraagd naar televisieconsumptie in de huiselijke context, bleek dat gender de sleutel was om de politiek van de huiskamer te begrijpen (bv. Morley, 1986; Mackay & Ivey, 2004). Deze studie (Auteur, 2012a) toonde aan dat televisieconsumptie bijna altijd een machtsstrijd uitlokt tussen familieleden. Vele respondenten wezen op de vaderlijke autoriteit over de afstandsbediening als een typische Marokkaanse of Turkse erfenis. Echter, deze vaderlijke autoriteit vindt resonantie in de bredere literatuur rond televisieconsumptie in een gezinscontext - los van etniciteit (bv. Durham, 2004; Mackay & Ivey, 2004). Verder viel op dat voor diasporameisjes televisiekijken voornamelijk familierelaties bestendigt, terwijl het voor jongens vooral helpt bij het opbouwen van vriendschapsrelaties. Dit hangt samen met het feit dat meisjes vooral binnenshuis naar televisie kijken, terwijl jongens vaker geïsoleerd of met vrienden televisiekijken. Huiskameroorlogen tussen ouders en kinderen (of tussen broers en zussen) vonden vooral plaats wanneer het ging over seksueel expliciete beelden op televisie. Seksueel getinte beelden op televisie veroorzaken instant zappedrag en een gevoel van schaamte ten opzichte van ouders. Om dit zappedrag te verklaren, verwezen sommige respondenten naar culturele waarden (bv. Turkse cultuur), religieuze redenen (bv. 'Het is *haram* om naar seks te kijken'), of de angst van hun ouders voor imitatie en grensoverschrijdend seksueel gedrag (vooral bij dochters). Cruciaal in het referentiekader over seksualiteit bij vele diasporajongeren is het maagdelijkheidsdiscours. Het idee dat maagdelijkheid bij meisjes onontbeerlijk is voor het behoud van de familie-eer draagt bij tot het construeren van gender en seksuele identiteiten. Het houdt ook normatieve beperkingen in die vooral voor meisjes van toepassing zijn en die geïnternaliseerd worden door zelfdisciplineren (bv. Duits, 2008: 18). Het belang van maagdelijkheid heerst bovendien als overkoepelend seksueel *script* onder de meeste jongeren. Niet alleen attitudes en seksueel gedrag worden vormgegeven door het maagdelijkheidsdiscours, er was ook een link zichtbaar met de consumptie van seksueel expliciete televisiebeelden. Zo worden jongens bijvoorbeeld vaak gevraagd er op toe te zien dat hun zussen niet in aanraking komen met seksueel expliciete beelden, dit om hun maagdelijkheid te beschermen. Het receptieonderzoek bouwde verder op deze onderzoeksresultaten aangaande televisie en seksualiteit.

### **Televisiereceptie en kruisende identiteiten**

Ondanks de toegenomen academische interesse in de relatie tussen jongeren, seksualiteit en media, ontbreekt er kwalitatief onderzoek dat focust op de betekenisgevingsprocessen met betrekking tot gender, seksualiteit en etniciteit bij diasporajongeren in België. Seksuele identiteitsvorming maakt nochtans integraal deel uit van de ontwikkeling als adolescent. Een focusgroeponderzoek tracht deze lacune op te vullen (Auteur, 2011; Auteur, 2012c) en stelt zich de vraag 'welke betekenis geven diasporajongeren aan seksualiteit en relaties op televisie'.

Onder de focusgroepondeelnemers heerst een algemene consensus dat de Vlaamse televisiezenders (hoofdzakelijk de commerciële zenders) meer (expliciete) seks tonen dan de meeste satellietzenders. Een genderverschil over de definitie van seksueel expliciete beelden is opvallend gezien jongens vaker verwijzen naar pornografische beelden en penetratie,

terwijl de meeste meisjes de insinuatie van seks al expliciet vinden. Voor de meerderheid van de diasporameisjes hoort seksualiteit thuis in de private sfeer. Ze wijzen op het overaanbod aan seks op televisie, hoewel ze toegeven af en toe stiekem te kijken. Bij de jongens zien we een omgekeerde tendens waarbij net gewezen wordt op het beperkte aanbod van televisieseks met internetporno als valabel alternatief. Voor zowel jongens als meisjes is seks op televisie problematisch wanneer ouders of kleine kinderen in de televisieruimte aanwezig zijn. Sommige respondenten wijzen op een cultureel verschil met Belgische jongeren met betrekking tot attitudes over seks op televisie en reflecteren zo een positie van cultureel burgerschap (Hermes, 2005). Hoewel seksualiteit in de gezinscontext een taboeonderwerp is, blijkt het een populair gespreksthema onder leeftijdsgenoten. Over specifieke (seksuele) relaties op televisie wordt onder vrienden enkel gepraat wanneer iets gebeurt dat nauw aansluit bij de eigen leefwereld (bv. intergenerationeel conflict) of sterk ingaat tegen de waarden en normen van de respondenten (bv. ontrouw). Op vlak van het realiteitsgehalte van relaties en seksualiteit op televisie onderscheiden we twee leesstrategieën. Ten eerste is er de referentiële lezing, waarbij (voornamelijk vrouwelijke) respondenten zich emotioneel identificeren met de romantische verhalen op televisie omdat ze aansluiting vinden met hun eigen ervaringen. Ten tweede is er de kritische lezing, waarbij respondenten het onrealistische, uitvergroete, geromantiseerde en geïdealiseerde karakter van seks en relaties op televisie beklemtonen (bv. Liebes & Katz, 1990; Gillespie, 1995; De Bruin, 2001). Beide leesstrategieën werden ook teruggevonden in de focusgroepen over de telenovelle *Sara* (Auteur, 2010). Concluderend kan gesteld worden dat ook voor diasporajongeren gemediatiseerde constructies belangrijke - maar niet de enige - leveranciers zijn van seksuele *scripts*, weliswaar in interactie met eigen ervaringen, referentiekaders en beschikbare repertoires als mediaconsumenten. Seksuele *scripts* worden echter niet eenvoudigweg geïnternaliseerd. Jongeren geven actief betekenis wanneer ze seksuele beelden consumeren en de alledaagse context van de receptie speelt een rol bij dit betekenis geven (bv. ouders die wegzappen bij seksuele content) (bv. Duits & van Zoonen, 2011). Er is met andere woorden sprake van een complexe identiteitsvorming gekenmerkt door culturele hybridisering waarbij etnische en gender identiteiten elkaar kruisen in de context van seksualiteit (bv. Barker, 1997; Durham, 2004).

Verder in het receptieonderzoek werd nagegaan hoe diasporajongeren betekenis geven aan representaties van zichzelf op televisie en in welke mate verschillende identiteiten interfereren in dit betekenisgevend proces. Overeenstemmend met de literatuur was de grote meerderheid van de respondenten bezorgd over de stereotiepe representaties op televisie en stelde men de kwaliteit en diversiteit ervan in vraag. Dit vooral bij factuele, maar soms ook bij fictionele televisieprogramma's (bv. Dhoest, 2009b; El Sghiar & d'Haenens, 2011). Omdat stereotiepe representaties overgaan tot *othering*, voelen respondenten zich soms uitgesloten, gemarginaliseerd en fout begrepen wanneer ze naar Vlaamse televisiezenders kijken. Door dit gevoel van exclusie bij televisieconsumptie worden diasporajongeren aangesproken op hun lidmaatschap van een bepaalde minderheidsgroep waardoor een bepaalde etnische, culturele of religieuze identiteit (in interactie met andere identiteiten) op de voorgrond treedt (bv. Madianou, 2005). De meeste respondenten identificeren zich dan ook met hun subjectpositie als Moslim, Marokkaan, Turk of allochtoon en plaatsen zichzelf buiten de Belgische cultuur terwijl ze dit met betrekking tot andere thema's niet (of minder) doen en andere identificatiepijlers (bv. gender, leeftijd, educatie) laten primeren. Diasporajongeren schrijven een grote macht toe aan de beeldvorming in de media en wijzen op de implicaties (bv. discriminatie, xenofobie) voor hun dagelijkse levens. Zo vertelt een zestienjarig meisje dat verschillende Vlaamse jongeren niet op haar verjaardagsfeest mochten aanwezig zijn van hun ouders omwille van een reportage in het nieuws waarbij haar buurt als crimineel werd

voorgesteld. Om net die sociale exclusie en discriminatie te helpen verhinderen vinden de respondenten een positieve en diverse representatie zo cruciaal. Er is derhalve sprake van een vorm van strategische *identity politics* (bv. Fuss, 1989; de Lauretis, 1999) waarbij de jongeren een consistente, monolithisch etnische, culturele of religieuze identiteit creëren met als strategisch doel *othering* op het Vlaamse televisiescherm tegen te gaan.<sup>27</sup> Als belangrijke aanvulling op receptieonderzoek wijzen Duits en van Zoonen (2011) op het belang van etnografische studies die de *agency* van achtergestelde jongeren (bv. diasporameisjes) erkennen. In het visueel etnografisch onderzoek poogden we daarom een stem te geven aan diasporameisjes in plaats van als onderzoeker in hun plaats te spreken.

### **Identiteitsconstructies, televisie maken en visuele etnografie**

Omwille van het democratiserende karakter en emancipatorische potentieel van participatorisch actieonderzoek, wil deze bijdrage het visueel etnografisch onderzoek extra in de verf zetten. Dit onderzoek spitste zich specifiek toe op de identiteitsvorming van diasporameisjes.<sup>28</sup> De waarde van dit actieonderzoek lag in de mogelijkheid om diasporameisjes centraal te plaatsen en de nadruk te leggen op ‘doen’ in plaats van ‘doen in hun plaats’. De keuze om te focussen op diasporameisjes werd ingegeven door een feministisch motief. De *agency* van meisjes (en zeker van diasporameisjes) wordt namelijk heel vaak genegeerd, zowel in publieke, gemediatiseerde als academische contexten (Kearney, 2006). We beschouwen diasporameisjes niet enkel als mediaconsumenten, maar vooral als actieve mediaproducten. De studie was vernieuwend op methodologisch vlak en bood door de rijkdom aan data een holistisch perspectief op zowel de receptie als consumptie van televisie. Verder droeg dit onderzoek bij tot een beter begrip van de relatie tussen identiteiten en televisie bij diasporajeugd. Mediaonderzoekers maken sinds kort gebruik van visueel etnografische methoden als alternatief voor traditioneel taalgebaseerde receptie- en consumptiestudies zoals focusgroepen (bv. de Block & Buckingham, 2007; de Leeuw & Rydin, 2007; Gauntlett, 2007; Buckingham, 2009). Bij dit soort onderzoek produceren deelnemers hun eigen media en krijgen ze tijd om na te denken over de rol van media in hun alledaagse leven en identiteitsconstructies. Voor de visueel etnografische studie nam ik als participatorisch observator een vijftal maanden deel aan een jeugdwerking voor diasporameisjes te Gent. Meer specifiek werd onderzocht hoe een ideaal televisieprogramma er hoort uit te zien voor deze meisjes en trachtten we te begrijpen hoe identiteiten *performed* worden door het visualiseren van en reflecteren over een zelf uitgevonden televisieprogramma. Eerst werden de deelnemers uitgenodigd om elk individueel een collage te maken die hun ideale televisieprogramma voorstelde (Auteur, 2013b). In de daaropvolgende visueel etnografische fasen, schreven en verfilmden de meisjes gezamenlijk een script voor een trailer van hun ideale televisieprogramma (Auteur, 2012b). Telkens werd aandacht geschonken aan hoe identiteiten *performed* werden tijdens het maken van en het reflecteren over een creatief artefact. In dit opzicht verzekerde Kearney (2006: 13) dat meisjes door het gebruik van videot technologieën een door mannen gedomineerd veld kunnen

---

<sup>27</sup> Ondanks de strijd voor herkenning op het Vlaamse scherm, kijken diasporajongeren toch graag naar Vlaamse televisiezenders. De telenovela *Sara* (VTM, 2007-2008) bijvoorbeeld - een lokale adaptatie van de Colombiaanse en internationaal geëxporteerde *Yo soy Betty, la Fea* - werd zeer populair bevonden onder tweede generatie diasporameisjes (Auteur, 2010; Auteur, 2012e).

<sup>28</sup> Twaalf meisjes namen deel aan het visueel etnografische onderzoek.

betreden en zo *cyborgs*<sup>29</sup> kunnen worden die overgaan tot feministisch verzet.<sup>30</sup> Het visueel etnografisch onderzoek paste daarom binnen de traditie van *girls' studies*, een deelveld van jeugdstudies en feministisch onderzoek dat focust op de genderspecificiteiten van jeugd.

Het grote voordeel van mediaproductie als onderzoeksmethode was dat het maken van televisieprogramma's ons eigenlijk meer vertelde over (1) kruisende identiteiten, *agency* en regulerende discoursen, (2) mediareceptie en -consumptie (bv. hybride programmavoorkeuren), en (3) de mediataal en geletterdheid van onze deelnemers (bv. notie van publiek, genre-kennis). De analyses toonden aan dat tijdens het produceren, representeren en praten over ideale televisieprogramma's, de meisjes een verhaal over zichzelf vertelden, zich inlieten in een zelfreflexief project en zo identiteiten *performden* (bv. Giddens, 1991; Duits, 2009: 55). Het proces gaf hen de kans om zelf te handelen en momenten van *agency* waren terug te vinden wanneer de meisjes spraken over discoursen die hen vormgeven (bv. maagdelijkheid). Deze posities van *agency* vertaalden zich echter niet in alternatieve (gender of etnische) representaties aangezien hun zelfgeproduceerde televisietrailer vooral ingeschreven was in een hegemonisch genderdiscours<sup>31</sup> (bv. Kearney, 2006). De constructie bijvoorbeeld van het flinke, goede meisje (Fox, 1978) was een belangrijke subjectpositie waar alle meisjes zich mee identificeren. Maar ondanks het hegemonische begrip en de belichaming van vrouwelijkheid (ook geassocieerd met maagdelijkheid), deconstrueerden sommige meisjes genderrollen zoals ervaren in het alledaagse leven. Bovendien vatten ze een feministisch en multiculturalistisch project aan door te wijzen op de vele ongelijkheden die ze in hun dagelijkse leven ervoeren (zowel met betrekking tot gender als etniciteit). Deelnemers onderhandelden dus tussen posities van hegemonie en *agency* en construeerden hierdoor reflexieve identiteiten die typerend zijn voor de laat-moderniteit (Giddens, 1991).

Drie hoofdthema's doken op in de individuele en de collectieve verhalen van de meisjes. Het eerste thema was de ervaring van puberteit en de hieraan gerelateerde zoektocht naar identiteiten en maatschappelijke posities. Hiermee samenhangend was het tweede thema dat de gezamenlijke zoektocht inhield naar gepaste manieren om vrouwelijk te zijn. Genderidentiteiten werden hoofdzakelijk geconstrueerd door te putten uit een meisjesdiscours dat ingeschreven is in een hegemonische orde van binaire genderdivisies en heteronormativiteit.<sup>32</sup> Dit discours werd weerspiegeld doorheen het ganse productieproces en in de finale televisietrailer, maar ook in de dagelijkse interacties tussen de meisjes. Een derde, vaak terugkomend thema was het thema van romantiek. Ondanks deze gemeenschappelijke rode draden, identificeerden de meisjes zich voornamelijk met gender en leeftijd, soms in kruising met etniciteit wanneer ze reflecteerden over hun zelfgemaakte verhalen. Dit daagde de vooronderstelling uit die zowel in maatschappelijke als academische debatten heerst dat een etnische identificatie gekozen wordt als de primaire identificatie bij diasporajongeren: 'Ik

---

<sup>29</sup> *Cyborg* is een afkorting van cybernetische organismen en betekent letterlijk een samensmelting van mens en machine. Cyberfeministe Haraway (1985) poneerde het politieke begrip in haar manifest als kritiek op de maatschappelijke categorisering op basis van sekse. Simpel gesteld is een *cyborg* een ironische politieke mythe die wordt ingezet tegen de dominante politieke mythen die de wereld laten draaien (De Groene Amsterdammer, 1994).

<sup>30</sup> Dit wil echter niet zeggen dat de meisjes hierdoor niet te maken krijgen met sociale en psychologische problemen die samenhangen met vrouwelijke adolescentie of met een achtergestelde status die geassocieerd wordt met klasse en etniciteit.

<sup>31</sup> Dit kon verklaard worden door het feit dat de trailer het resultaat was van een groepsproces waar bij het bekomen van een consensus, hegemonische discoursen makkelijker opgenomen worden. In de individuele collages werden hegemonische genderpraktijken vaker uitgedaagd.

<sup>32</sup> In een heteronormatief discours (nog steeds - spijtig genoeg - het hegemonische discours in onze samenleving) wordt heteroseksualiteit als sociale norm en homoseksualiteit als afwijkend van die norm beschouwd. Zie ook de bijdrages van Auteur & Auteur en van Auteur & Auteur.



ben ook maar een gewoon tienermeisje, weet je!’, is hiervan een mooie illustratie. Om hun collages en trailer op te stellen, maakten de meisjes gebruik van elementen uit favoriete transnationale en globale (jongeren) televisieprogramma’s in combinatie met ervaringen uit hun alledaagse leven (bv. *Kuçük Sirlar*, MTV). Hun hoofddoel was om een realistisch en authentiek verhaal te vertellen dat zich richt op een jong vrouwelijk publiek. Daarenboven was het duidelijk dat de identiteiten van onze deelnemers, vormgegeven als verhalen, geïnspireerd werden door verhalen die ze consumeren voor het plezier (bv. tienermoeders).

### **Conclusie: op de barricaden voor publieksonderzoek en superdiversiteit**

Deze bijdrage wilde een politiek statement maken. In eerste instantie gaven we - met onze focus op diasporajeugd zonder klank - diasporajongeren een stem in een publiek en academisch debat waar ze vaak niet gehoord worden. Het visueel etnografische actieonderzoek bleek hiervoor een waardevolle methode. Ten tweede belichtten we de complexe driehoek identiteit, televisie en diaspora en stelden we vast dat het bestuderen van identiteit zowel van maatschappelijk (macro) als van persoonlijk (micro) belang is. Op macro-niveau is de studie van identiteiten cruciaal om diversiteit en bredere sociale en culturele veranderingen beter te begrijpen. Zo gaf het bestuderen van de relatie tussen seksuele identiteiten en televisie ons inzicht in de rol van heteronormativiteit in onze samenleving. Identiteitsonderzoek werpt bovendien licht op processen van differentiatie en categorisatie. Op micro-niveau geeft het ons een duidelijkere kijk op hoe we hetzelfde zijn als anderen met wie we subjectposities delen, en verschillen van degene met wie we dat niet doen. De klemtoon bij identiteitsstudies mag echter niet uitsluitend liggen op individuele *agency*. We onderschrijven hier het belang van een politiek begrip van identiteit (bv. Gilroy, 1996: 48). Een beter begrip van identiteit moet een premisse zijn voor politieke en sociale actie en structurele veranderingen. In derde instantie stelden we dat het analyseren van diasporapublieken noodzakelijk is als we (1) willen begrijpen hoe media macht uitoefenen en welke vormen van *agency* we verrichten als publieken (bv. Gillespie, 2005: 2); en (2) de dynamieken van mediaverandering en continuïteit willen snappen. Zo kan publieksonderzoek ons helpen bevatten hoe veranderingen in mediatechnologieën (bv. transnationale televisie) emancipatorisch kunnen werken en hoe ze de aard van media-ervaringen kunnen transformeren. Net als hoe publieken zelf veranderen in relatie tot bredere maatschappelijke transformaties (Gillespie, 2005: 5).

In een tijdperk waarin politici als Angela Merkel, David Cameron, en Bart De Wever het falen van de multiculturele samenleving aankaarten, scharen we ons achter academici die op de barricaden staan voor de erkenning van superdiversiteit (bv. Vertovec, 2007; Blommaert, 2011). Deze wetenschappers argumenteren dat het niet langer ontkend mag worden dat Europese landen zoals België superdivers zijn. Niet alleen de politiek, de media en het middenveld moeten deze diversiteit als startpunt nemen om beleidsmaatregelen te treffen, maar ook wij als publieksonderzoekers kunnen hiertoe bijdragen. In ons specifieke onderzoeksveld van etnische minderheden en media bijvoorbeeld, moeten we vermijden om in binaire constructies te denken (bv. thuisland/gastland, allochtoon/autochtoon, ...) omdat deze uitsluiting in de hand werken en voortzetten. Mediaonderzoekers moeten ook verder durven gaan dan het louter associëren van mediagebruik met integratie of etno-culturele positie. Het is hoog tijd dat we erkennen dat, zeker voor diasporajongeren, identiteiten veel meer divers en verrijkend zijn dan etniciteit. Als waardevol alternatief voor toekomstige mediaonderzoekers stelde deze bijdrage daarom een *diasporic cultural studies* benadering voor die een dynamisch, veelzijdig perspectief levert en ruimte laat voor het waarderen van de superdiversiteit van publieken. Dit vergt een kwalitatieve onderzoeksbenadering omdat enkel

kwalitatief onderzoek de mogelijkheid biedt om de diversiteit van identiteiten diepgravend in kaart te brengen.

## Bibliografie

- Aksoy, A. & Robins, K. (2000) 'Thinking across spaces. Transnational television from Turkey', *European Journal of Cultural Studies*, 3(3): 343-365.
- Ang, I. (1985) *Watching Dallas. Soap opera and the melodramatic imagination*. Londen: Methuen.
- Appadurai, A. (1996) *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Athique, A. (2011) 'Diasporic Audiences and non-resident media: The case of Indian films', *Participations, Journal of audience and reception studies*, 8(2): 1-23.
- Auteur (2011a ; 2011b; 2012a; 2012b; 2012c; 2012d; 2012e; 2013a; 2013b).
- Barker, C. (1997) 'Television and the reflexive project of the self: Soaps, teenage talk and hybrid identities', *The British Journal of Sociology*, 48(4): 611-628.
- Bauwens, J. & Vandenbrande, K. (2004) 'Oude vragen of nieuwe agenda's? De betekenis van het kritische publieksonderzoek', pp. 25-48 in N. Carpentier, C. Pauwels & O. Van Oost (eds.) *Het on(be)grijpbare publiek. The ungraspable audience*. Brussel: VUB Press.
- Bhabha, H.K. (1992) 'Postcolonial criticism', pp. 419-436 in S. Greenblatt & G. Gunn (eds.) *Redrawing the boundaries: The transformation of English and American studies*. New York: MLA.
- Blommaert, J. (2011) 'Superdiversiteit', <http://kifkif.riffle.be/actua/superdiversiteit>
- Brah, A. (1996) *Cartographies of diaspora: Contesting identities*. Londen: Routledge.
- Buckingham, D. (1993) *Children talking television: The making of television literacy*. Londen: Falmer Press.
- Buckingham, D. (2009) 'Creative visual methods in media research: Possibilities, problems and approach', *Visual Sociology*, 15: 135-153.
- Clifford, J. (1994) 'Diasporas', *Cultural Anthropology*, 9(3): 302-328.
- Clycq, N., Timmerman, C. & Michielsen, M. (2005) 'Allochtone nieuwszoekers: Gebruik en evaluatie van televisienieuwsprogramma's en -zenders door jongvolwassen allochtonen', *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 33(2): 141-161.
- Couldry, N. (2011) 'The necessary future of the audience... and how to research it', pp. 212-229, in V. Nightingale (Ed.) *The handbook of media audiences*. Oxford: Wiley Blackwell Publishing.
- D'Haenens, L. & Saeys, F. (1996) *Media en multiculturalisme in Vlaanderen*. Gent: Academia Press.
- De Bruin, J. (2001) 'Dutch television soap opera, ethnicity and girls' interpretations', *International Communication Gazette*, 63(1): 41-56.
- de Block, L. & Buckingham, D. (2007) *Global children, global media: Migration, media and childhood*. Londen: Palgrave.
- de Leeuw, S. & Rydin, I. (2007) 'Migrant children's digital stories: identity formation and self-representation through media production', *European journal of Cultural Studies*, 10(4): 447-464.
- Devroe, I., Driesen, D. & Saeys, F. (2005) *Beschikbaarheid en gebruik van traditionele en nieuwe media bij allochtone jongeren in Vlaanderen*. Antwerpen: Steunpunt Gelijke kansenbeleid.
- Dhoest, A. (2009a) 'Tv-fictie, etniciteit en culturele identiteit. De receptie van tv-fictie door Vlaamse autochtone en allochtone jongvolwassenen', *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 37(1): 15-32.

- Dhoest, A. (2009b) 'Establishing a multi-ethnic imagined community? Ethnic minority audiences watching Flemish soaps', *European Journal of Communication*, 24(3): 305-323.
- Duits, L. (2008) *Multi-girl-culture: An ethnography of doing identity*. Amsterdam: University of Amsterdam press.
- Duits, L. & van Zoonen, L. (2011) 'Coming to terms with sexualization', *European Journal of Cultural Studies*, 14(5): 491-506.
- Durham, M. G. (2004) 'Constructing "new ethnicities": Media, sexuality, and diaspora identity in the lives of South Asian immigrant girls', *Critical Studies in Media Communication*, 21(2): 140-161.
- El Sghiar, H. & d'Haenens, L. (2011) 'Publieke televisie en identificatie. Familieonderzoek naar Vlaamse burger met Marokkaanse en Turkse achtergrond', *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 39(2): 38-56.
- Faas, D. (2009) 'Reconsidering identity: the ethnic and political dimensions of hybridity among majority and Turkish youth in Germany and England', *The British Journal of Sociology*, 60(2): 299-320.
- Gauntlett, D. (2007) *Creative explorations: New approaches to identities and audiences*. Londen: Routledge.
- Georgiou, M. (2005) 'Diasporic media across Europe: Multicultural societies and the universalism-particularism continuum', *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31(3): 481-498.
- Gezduci, H. & d'Haenens, L. (2007) 'Culture-specific features as determinants of news media use', *Communications: The European journal of Communication Research*, 32(2): 193-222.
- Giddens, A. (1991) *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity press.
- Gillespie, M. (1995) *Television, ethnicity and cultural change*. Londen: Routledge.
- Gillespie, M. (2000) 'Transnational communications and diaspora communities', pp. 164-178 in S. Cottle (Ed.) *Ethnic minorities and the media: Changing cultural boundaries*. Buckingham: Open University Press.
- Gillespie, M. (Ed.) (2005) *Media audiences*. New York: Open University Press.
- Gilroy, P. (1996) 'British cultural studies and the pitfalls of identity', pp. 35- 49 in J. Curran, D. Morley & V. Walkerdine (eds.) *Cultural studies and communications*. Londen: Arnold.
- Gilroy, P. (1997) 'Diaspora and the detours of identity', pp. 299-343 in K. Woodward (Ed.) *Identity and difference*. Londen: Sage.
- Hall, S. ([1973]1980) 'Encoding/Decoding', pp. 129-138 in S. Hall, D. Hobson, A. Lowe & P. Willis (eds.) *Culture, media, language: Working papers in cultural studies, 1972-1979*. Londen: Hutchinson.
- Hall, S. [1988](1996) 'New ethnicities', pp. 441-449 in D. Morley & K. Chen (eds.) *Stuart Hall: Critical dialogues in cultural studies*. Londen: Routledge.
- Hall, S. (1990) 'Cultural identity and diaspora', pp. 222-237 in J. Rutherford (Ed.) *Identity, community, culture, difference*. Londen: Lawrence & Wishart.
- Hall, S. (1996) 'Introduction: Who needs identity?', pp. 1-17 in S. Hall & P. Du Gay (eds.) *Questions of cultural identity*. Thousand Oaks: Sage.
- Hargreaves, A. G. (2001) 'Diasporic audiences and satellite television: Case studies in France and Germany', pp. 139-156 in K. Ross & P. Playdon (eds.) *Black marks: minority ethnic audiences and media*. Aldershot: Ashgate.
- Hermes, J. (1995) *Reading women's magazines: An analysis of everyday media use*. Oxford: Polity Press.
- Hermes, J. (2005) *Re-reading popular culture*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Kearney, M.C. (2006) *Girls make media*. Londen: Routledge.

- Kellner, D. (1995) *Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. Londen: Routledge.
- Liebes, T. & Katz, E. (1990) *The export of meaning. Cross-cultural readings of Dallas*. New York: Oxford University Press.
- Livingstone, S. (2005) 'Media audiences, interpreters and users', pp. 10-51 in M. Gillespie (Ed.) *Media audiences*. New York: Open University Press.
- Mackay, H. & Ivey, D. (2004) *Modern media in the home: An ethnographic study*. Rome: John Libbey Publishing.
- Madianou, M. (2005) 'Contested communicative spaces: Rethinking identities, boundaries and the role of the media among Turkish speakers in Greece', *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31(3): 521-541.
- Morley, D. (1986) *Family television: Cultural power and domestic leisure*. Londen: Comedia.
- Morley, D. (2000) *Home territories: Media, mobility and identity*. Londen: Routledge.
- Pauwels, C. & Bauwens, J. (2004) 'De grenzen van consumentensoevereiniteit: over de onmacht en onvrijheid van televisiekijkers', pp. 67-94 in N. Carpentier, C. Pauwels & O. Van Oost (eds.) *Het on(be)grijpbare publiek*. Brussel: VUB Press.
- Peeters, A.L. & d'Haenens, L. (2005) 'Bridging or bonding? Relationships between integration and media use among ethnic minorities in the Netherlands', *Communications*, 30(2): 201-231.
- Rahman, M. & Jackson, S. (2010) *Gender and sexuality: Sociological approaches*. Cambridge: Polity Press.
- Ross, K. & Nightingale, V. (2003) *Critical readings: Media and audiences*. Milton Keynes: Open University Press.
- Schrøder, K., Drotner, K., Kline, S. & Murray, C. (2003) *Researching audiences*. Londen: Arnold.
- Silverstone, R. (1994) *Television and everyday life*. Londen: Routledge.
- Silverstone, R. & Georgiou, M. (2005) 'Editorial introduction: Media and minorities in multicultural Europe', *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 31(3): 433-441.
- Sinardet, D. & Mortelmans, D. (2006) 'Between Al Jazeera and CNN: Indicators of media use by Belgian ethnic minority youth', *Communications: The European Journal of Communication Research*, 31(4): 425-446.
- Sreberny, A. (2000) 'Media and diasporic consciousness: An exploration among Iranians in London', pp. 179-196 in S. Cottle (Ed.) *Ethnic minorities and the media: Changing cultural boundaries*. Buckingham: Open University Press.
- Thompson, K. (2002) Border crossing and diasporic identities: Media use and leisure practices of an ethnic minority, *Qualitative Sociology*, 25(3): 409-417.
- Tsagarousianou, R. (2004) 'Rethinking the concept of diaspora: Mobility, connectivity and communication in a globalised world', *Westminster Papers in Communication and Culture*, 1(1): 52-65.
- Timmerman, C., Lodewyckx, I. & Wets, J. (2009) 'Marriage at the intersection between tradition and globalization', *The History of Family*, 14: 232-244.
- Tufte, T. (2001) 'Minority youth, media uses and identity struggle: The role of the media in the production of locality', pp. 33-48 in K. Ross & P. Playdon (eds.) *Black marks: Minority ethnic audiences and media*. Aldershot: Ashgate.
- Van Gorp, J. & Smets, K. (2015) 'Diaspora organizations, imagined communities and the versatility of diaspora: The case of former Yugoslav organizations in the Netherlands', *European Journal of Cultural Studies*, 18(1): 70-85.
- Vertovec, S. (2007) 'Super-diversity and its implications', *Ethnic and Racial Studies*, 30(6): 1024-1054.

***III.***  
***Film: tussen Vrijheid en Controle***

## **Een halve eeuw filmpolitiek in Vlaanderen (1952-2002)**

**Gertjan Willems**

### **Abstract**

Aan de hand van beleidsdocumenten, origineel archiefmateriaal en expertinterviews neemt dit hoofdstuk de geschiedenis van het filmproductiebeleid in Vlaanderen vanaf 1952 tot 2002 onder de loep. Hierbij staat de ontwikkeling van het ruimere filmbeleidskader met betrekking tot de ondersteuning van langspeelfilmproducties centraal. In 1964 werd er een filmcommissie geïnstalleerd die de minister van Cultuur adviseerde over de filmproductietoelagen. Terwijl het filmbeleid zich voltrok langsheen evoluerende economische, culturele en Vlaamse imperatieven, had zij quasi voortdurend te lijden onder de veelzijdige kritiek, zowel vanuit de sector als vanuit de filmcommissie zelf. Aan de ene kant wou de filmsector een grotere politieke onafhankelijkheid, aan de andere kant werd ook de politieke apathie aangeklaagd. Ondanks de diverse initiatieven om structurele veranderingen in het beleidskader door te voeren, kreeg de sector pas in 2002 het autonome filmfonds waar men al bijna vier decennia om vroeg.

### **Inleiding**

In een niet zo ver verleden leek het nog een onbereikbare droom, maar de laatste jaren heerst er een hoerastemming rond de Vlaamse film. Er worden niet enkel meer films gemaakt, Vlaamse films kunnen op de thuismarkt ook op een steeds grotere publieke en kritische belangstelling rekenen. Bovendien laten steeds meer Vlaamse films van zich horen op buitenlandse filmfestivals. Hoewel er diverse kritische kanttekeningen bij dit succesverhaal te maken vallen, bestaat er een zekere consensus over het welvaren van de hedendaagse Vlaamse filmsector. Ter verklaring van deze nieuwe dynamiek wordt vaak verwezen naar de stimulerende rol van het filmbeleid. Naast een belangrijke federale belastingmaatregel, de in 2003 geïnstalleerde *tax shelter*, neemt voornamelijk het *Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF)* hierbij een sleutelpositie in.

De inwerkingtreding van het *VAF* eind 2002 vormde het langverwachte antwoord op de sinds decennia aanslepende kritiek op het Vlaamse filmbeleid. Het concept van een autonoom filmfonds werd nochtans al aan het begin van de jaren 1960 naar voren geschoven als een

wenselijke maatregel ten behoeve van de filmproductie in Vlaanderen en België. In de plaats daarvan werd er in 1964 echter een steunmechanisme ingericht met een ministeriële adviescommissie. Dit oorspronkelijk tijdelijk subsidiesysteem zou uiteindelijk in grote lijnen standhouden tot de oprichting van het VAF. Tijdens deze overgangperiode waarin het filmbeleid gedurende 38 jaar verzandde, werden er diverse initiatieven opgezet om de overheidssteun voor Vlaamse films nieuw leven in te blazen, maar geen ervan bleek echt succesvol.

In dit hoofdstuk bieden we een analyse van deze moeizame ontwikkeling van het filmproductiebeleidskader in Vlaanderen. Speciale aandacht gaat hierbij uit naar de politiek-institutionele factor en de diverse culturele, economische en Vlaamse imperatieven die het filmbeleid mee bepaalden. Voor deze analyse werd beroep gedaan op diverse juridische en publieke beleidsdocumenten met betrekking tot film. De belangrijkste bron vormde het archief van het filmdepartement van de Vlaamse overheid.<sup>33</sup> Naast diverse andere documenten, bevat dit archief de notulen van de vergaderingen van de zogenaamde filmcommissie. De notulen bevatten heel wat reflecties van de commissie over het gevoerde/te voeren filmbeleid en over de ruimere ontwikkelingen binnen de Vlaamse filmsector. Deze informatie werd verder aangevuld met persartikels en expertinterviews met zowel filmmakers als beleidsmakers. De tijdsafbakening beslaat een halve eeuw en loopt vanaf de eerste steunmaatregelen voor Belgische filmproducties in 1952 tot en met de inwerkingtreding van het VAF in 2002.

### **Van een Belgisch naar een Vlaams filmbeleid**

Door toegenomen kosten en een gebrek aan investeringen werden zowel de Nederlandstalige als de Franstalige naoorlogse filmproductie in België geconfronteerd met het probleem dat een financieel rendabele filmproductie nauwelijks mogelijk was met een dergelijk kleine binnenlandse markt. Na diverse mislukte initiatieven om de filmsector vanuit de overheid te stimuleren, werd in 1952 - gelijkaardig aan evoluties in andere Europese landen - een eerste vorm van systematische filmsteun ingevoerd (Bolen, 1978; Mosley, 2001: 74-76).<sup>34</sup> Onder druk van het filmbedrijf introduceerde het toenmalige nationale ministerie van Economische Zaken de zogenaamde detaxatie. Deze maatregel hield in dat een deel van de vermakelijkheidstaksen op de bioscooptickets van een als Belgisch erkende film op het einde van het begrotingsjaar werden teruggestort aan de producent.<sup>35</sup> De detaxatie was een automatische, economische steunmaatregel die de meest succesvolle films bevoordeelde en met andere woorden weinig bevorderlijk was voor minder populaire filmprojecten met eerder culturele dan commerciële aspiraties.

Na de Tweede Wereldoorlog begon de culturele status van film internationaal aan een opmars, waardoor de wil groeide om net die films met culturele of artistieke ambities extra te stimuleren. Als gevolg daarvan ontstonden in de loop van de jaren 1950 en 1960 overal in West-Europa diverse vormen van selectieve overheidssteun voor op culturele leest geschoeide

---

<sup>33</sup> Dit archief is ondergebracht in het *Rijksarchief* te Beveren (hierna RAB) onder de noemer 'V14: Media en Film 2004' (hierna V14). Andere vaak gebruikte afkortingen in de voetnoten zijn *SCF* (*Selectiecommissie voor Culturele Films*), *VAS* (*Vlaamse Audiovisuele Selectiecommissie*), *KB* (Koninklijk Besluit), *BS* (*Belgisch Staatsblad*) en *UA, AJVL* (*Universiteit Antwerpen, Archief Joz Van Liempt*).

<sup>34</sup> BS 26 november 1952. Voor een historische analyse van de filmbeleidsinitiatieven in België tussen 1945 en 1965, zie Auteur (2015c).

<sup>35</sup> Ondanks het belang van deze maatregel voor de Belgische filmsector, laat het bestek van dit hoofdstuk geen ruimte om verder op deze economisch geïnspireerde, automatische en nationale steunmaatregel in te gaan. We focussen verder op de selectieve en eerder cultureel geïnspireerde steunmaatregelen.

films. Mede geïnspireerd door de internationale ontwikkelingen heerste ook in België aan het begin van de jaren 1960 het juiste klimaat om op een vergelijkbare manier de binnenlandse filmproductie te ondersteunen. Zo kende België op dat moment een stevige traditie van cinéclubs, was er het wereldvermaarde *Koninklijk Filmarchief*, vond er sinds 1954 een tweejaarlijks festival van de Belgische film plaats, werden begin de jaren 1960 enkele nieuwe filmscholen opgericht, en was er met de start van televisie-uitzendingen in 1953 een nieuw audiovisueel bewustzijn ontstaan. Daarenboven wijst Van Liempt (1986: 17) op het belang van de toenmalige centrumlinkse regering van Theo Lefèvre die gunstig stond tegenover een uitbreiding van de economische steun aan de filmsector met cultureel gerichte maatregelen.

Initieel wou men deze nieuwe vorm van filmsteun gestalte geven binnen een nationaal, Belgisch beleidskader, zoals ook het geval was voor de detaxatie. Naar aanleiding van een onderzoeksrapport van de *ULB*-socioloog Jean-Claude Batz (1963) werden er vanaf eind 1963 immers gesprekken gevoerd over een parastataal nationaal *Belgisch Filminstituut* dat zou beschikken over een budget van maar liefst 500 miljoen BEF voor een periode van vijf jaar. Ondanks het aanzienlijke politieke draagvlak voor deze plannen, liepen de besprekingen spaak omdat de Vlamingen aan de onderhandelingstafel, naar het voorbeeld van de publieke televisie, een tweeledige (een Franstalige en een Nederlandstalige) autonome structuur van het instituut eisten (Wauters, 1974a: 8). In de woorden van toenmalig onderhandelaar Joz Van Liempt (1986: 18-19):

*strandden de gesprekken uiteindelijk op het niet willen aanvaarden van de redelijkheid van het Vlaams verlangen [...] dat zulk Instituut, naar het voorbeeld van B.R.T.-R.T.B., [...] van hoog tot laag moest gestructureerd zijn volgens het beginsel van de culturele autonomie [...] een normale flamingantische reflex werd [...] als een op het randje af onvaderlandse daad beschouwd.*

Deze Vlaamsgezinde geest waarin de voorbereidingen van een cultureel filmbeleid in Vlaanderen verliepen, paste binnen de ruimere maatschappelijke ontwikkelingen in die tijd, waarbij een groeiend verlangen naar Vlaamse autonomie een belangrijke plaats innam (Witte, 1998). Met de mislukte oprichting van een Belgisch filminstituut zien we met andere woorden hoe de Vlaamse politieke en culturele emancipatie bepalend was voor de institutionele ontwikkeling van het filmbeleid in Vlaanderen.

### **‘Tot bevordering van de Nederlandstalige filmcultuur’**

Nog tijdens de besprekingen over het *Belgisch Filminstituut*, toen de Vlaamse onderhandelaars de indruk kregen dat ze het pleit niet zouden winnen, besloot de minister van *Nederlandse Cultuur* van Elslande (CVP) het heft in eigen (Vlaamse) handen te nemen.<sup>36</sup> Van Elslande stond onder ‘voogdij’ van de minister van Nationale Opvoeding, maar had wel bepaalde autonome cultuurbevoegdheden die hij, vanuit zijn Vlaams-ideologische overtuigingen, wou versterken en uitbreiden. Daarmee zat van Elslande op dezelfde lijn als Van Liempt, die de opdracht kreeg om een stelsel van Vlaamse filmproductiesteun voor te bereiden. Op vrij korte tijd resulteerde dit in het KB van 10 november 1964 ‘tot bevordering van de Nederlandstalige filmcultuur’.<sup>37</sup> Dit was blijkbaar niet geheel naar de zin van de Franstaligen. Volgens Tony Hermans (in Wauters, 1974c: 15), die ook aan de onderhandelingen rond een *Belgisch Filminstituut* deelnam, was het KB immers een

---

<sup>36</sup> RAB, V14, nr. 14, SCF, 22 augustus 1977.

<sup>37</sup> BS 21 november 1964.



onomwonden ‘tegenzet van minister van Elslande tegen het plan tot oprichting van een unitair filminstituut waarin de Vlamingen weinig of niets te vertellen zouden gehad hebben’.

De Vlaamsgezinde geest waarin de culturele filmsteun tot stand kwam, leidde er dus toe dat deze steun geheel op gemeenschapsniveau werd georganiseerd. De verkregen autonomie had echter ook een keerzijde; het oorspronkelijke idee van een autonoom filmfonds met een ruim budget was ver te zoeken. Hoewel van Elslande de Vlaamse filmsteun zo analoog mogelijk wou maken aan het systeem in Nederland (waar er sinds 1956 een *Productiefonds voor Avondvullende Films* bestond), werd hij door zijn beperkte bevoegdheden gedwongen de plannen voor een productiefonds tijdelijk op te bergen.<sup>38</sup> Bijgevolg werd er een veel minder verstrekkend filmbeleid geïnstalleerd, dat werkte met een zeer gering budget,<sup>39</sup> grote politieke afhankelijkheid en een bureaucratische en omslachtige administratieve procedure voor het verkrijgen van overheidssteun. Hoewel bedoeld als een tijdelijke regeling in afwachting van de mogelijkheid tot de oprichting van een filmfonds, werd het in 1964 geïmplementeerde systeem in grote lijnen aangehouden tot aan het begin van de 21<sup>ste</sup> eeuw.

Het KB, dat een schoolvoorbeeld vormt voor wat Finney (2002: 214) een ‘soft, culture-orientated subsidy system’ noemt, voorzag in de oprichting van twee instanties: een *Hoge Raad voor Nederlandstalige Filmcultuur* en een *Selectiecommissie voor Culturele Films*, kortweg de filmcommissie. De *Hoge Raad* diende de minister te adviseren over het ruimere filmbeleid in al zijn aspecten (met uitzondering van de betoelaging van concrete filmproducties, wat het domein was van de filmcommissie) en werd samengesteld uit betrokkenen uit de relevante sectoren. Volgens Van Liempt (1986: 23) weigerden de officiële beroepsorganisaties mee te werken ‘omdat het om een uitsluitend Vlaams initiatief ging’, terwijl de filmsector in België grotendeels gedomineerd werd door Franstaligen. Of dit effectief de belangrijkste reden was (het is bijvoorbeeld niet ondenkbaar dat de sector liever geen bemoeienissen van een intermediair niveau wenste), valt moeilijk te achterhalen, maar Van Liempts uitspraak zegt alleszins iets over de draagwijdte van de toenmalige communautaire gevoeligheden en hoe deze in relatie konden staan met het filmbeleid. Vrij gauw bleek ook dat er met de door de *Hoge Raad* geformuleerde adviezen nauwelijks rekening werd gehouden in het gevoerde filmbeleid, wat voor de nodige frustraties zorgde. Aan het begin van de jaren 1970 stierf de *Hoge Raad* dan ook een stille dood, waardoor de ruimere filmbeleidskeuzes voortaan zonder officieel overleg werden genomen. Deze taak werd voor een deel officieus overgenomen door de filmcommissie, hoewel zij er meermaals op aandrang de *Hoge Raad* opnieuw te installeren.<sup>40</sup>

Het belangrijkste element van het KB was de inrichting van een filmsteunsysteem waarbij een ministerieel benoemde filmcommissie gemotiveerd, maar niet-bindende betoelagingsadviezen gaf aan de minister van Cultuur.<sup>41</sup> Het was dus de minister die de uiteindelijke subsidiebeslissingen nam, maar de filmcommissie vervulde ontegensprekelijk een cruciale rol binnen het beleidsproces. De steunvoorwaarden in het KB maken duidelijk dat het doel van het filmbeleid er niet alleen in bestond om de filmproductie in Vlaanderen te stimuleren, maar ook om een nieuwe, kwaliteitsvolle en herkenbare Vlaamse cinema te creëren. Voor de

---

<sup>38</sup> Vanaf de eerste staats Hervorming in 1970 werd de bevoegdheid film officieel een Vlaamse gemeenschapsmaterie.

<sup>39</sup> Het initiële budget bedroeg twee miljoen BEF, wat nog in het eerste werkjaar 1965 werd opgetrokken tot vier miljoen BEF.

<sup>40</sup> Zie bv. RAB, V14, nr. 16, SCF, 2 maart 1979; SCF, 8 juni 1976.

<sup>41</sup> De toelage was in principe een renteloze lening, maar daar de meeste producties geen of slechts zeer weinig geld terug naar de overheid lieten vloeien, was de steun de facto een subsidie.

constructie van een Vlaamse cinema wilde men in de eerste plaats langspeelfilms inschakelen die zoveel mogelijk door Vlamingen gerealiseerd moesten worden. Naast de economische motivatie wilde men op die manier een herkenbaar, Vlaams karakter aan de films verlenen. Dit trachtte men ook te doen door het gebruik van de Nederlandse taal te onderlijnen. Een derde bepaling had betrekking op het niet verder gedefinieerde cultureel karakter van de films, waardoor de beleidsactoren een grote verantwoordelijkheid kregen wat betreft de inhoudelijke vormgeving van het Vlaamse filmproductiebeleid.<sup>42</sup>

### **‘Er is geen beleid, tenzij een wanbeleid’**

Het ingevoerde steunmechanisme werd aanvankelijk met open armen onthaald en zorgde jaarlijks voor de productie van enkele films die zonder overheidssteun wellicht nooit gemaakt zouden zijn. Het werd echter al gauw duidelijk dat het Vlaams filmbeleid niet enkel op budgettair vlak ver verwijderd stond van het oorspronkelijk idee van een autonoom en efficiënt filmfonds. Ten eerste was er de problematiek van de politieke inmenging bij de betoelaging van individuele filmprojecten. Dit bleef overigens niet beperkt tot de minister van Cultuur, ook het ministerie van Financiën, Begroting en de premier hadden hun zegje in de voortgang van de subsidiedossiers. De filmcommissie stond hier geheel machteloos tegenover en reageerde steeds misnoegd op ministeriële afwijkingen, wat meteen de interne pluraliteit van ‘het filmbeleid’ duidelijk maakt.

De commissie werd in haar kritiek bijgetreden door de sector, die niet enkel de politieke willekeur aanklaagde, maar tevens de gepercipieerde algemene politieke desinteresse en onverschilligheid. Het gebrek aan visie was volgens de sector echter evengoed van toepassing op het beleid van de filmcommissie zelf. De commissie was weinig transparant over de gebruikte selectiecriteria en de motieven achter haar besluitvorming. Bovendien was er de terugkerende klacht dat de commissieleden misschien wel een algemeen, eerder theoretisch beeld hadden van welke richting zij uit wilden met de Vlaamse film, maar dat ze geen concrete kennis van het filmvak hadden, waardoor hun voortdurend - in de woorden van Roland Verhavert) ‘onbegrip en een gebrek aan kennis’ verweten werd.<sup>43</sup> Daarnaast werd ook het ontoereikende budget en de administratieve rompslomp die bij een betoelagingsaanvraag kwam kijken voortdurend gehemeld. Door het uitblijven van concrete politieke actie werd het filmbeleid ook steeds zwaarder op de korrel genomen. Voormalig voorzitter van de filmcommissie Danckaert (1986: 30) verwoordde het algemene ongenoegen over het filmbeleid in 1986 als volgt: ‘In feite is er geen beleid, tenzij een wanbeleid’.

Zowel de sector als de filmcommissie waren ervan overtuigd dat de oplossing lag in de oprichting van een (al dan niet autonoom) filmfonds. Bovendien was het KB van 1964 sowieso slechts bedoeld als een overgangssysteem. Er werden in de loop der jaren dan ook diverse pogingen ondernomen om een filmfonds op poten te zetten. Al in 1966 trachtte Batz het overleg omtrent een Belgisch filmfonds nieuw leven in te blazen. Deze keer werd er wel van in het begin rekening gehouden met de Vlaamse autonomieverzoeken. De onderhandelingen leidden in mei 1967 tot de publicatie van een breed gedragen *Manifest voor een nationale politiek ter bevordering van de film*.<sup>44</sup> Parallel hiermee raakte in januari 1968

---

<sup>42</sup> Voor een analyse van de plaats van literaire adaptaties binnen deze culturele invulling van het filmbeleid, zie Auteur (2015a, 2015b).

<sup>43</sup> Roland Verhavert, interview met de auteur, 5 februari 2013, Torhout.

<sup>44</sup> UA, AJVL, Manifest voor een nationale politiek ter bevordering van de film, mei 1967.

bekend dat het ministerie van Economische Zaken een *Nationaal Fonds voor Filmproductie* wilde oprichten.<sup>45</sup>

De moeite bleek echter tevergeefs, want begin februari 1968 viel de Belgische regering over het hete communautaire hangijzer van ‘*Leuven Vlaams*’ en werden de filmfondsplannen opnieuw vroegtijdig afgebroken. De politieke aandacht was gericht op de taalkundige splitsing van de Leuvense universiteit en in het kielzog daarvan op de splitsing van de politieke partijen zelf. In dergelijk klimaat verdwenen de plannen voor een nationaal filmfonds naar de achtergrond. De politieke tegenstellingen tussen Vlamingen en Franstaligen zorgden er dus opnieuw voor, ditmaal onrechtstreeks, dat van een krachtdadige filmbeleidsomwenteling niets in huis kwam.

Na de regeringswissel riep de nieuwe minister van Cultuur Frans van Mechelen (*CVP*) een werkgroep in het leven die opnieuw concrete voorstellen diende voor te bereiden ter oprichting van een filmproductiefonds.<sup>46</sup> De basisprincipes waren dat de beide ministers van Cultuur voorgedijministers zouden zijn van een fonds dat een tweeledige structuur zou kennen en dat de verspreide middelen ter ondersteuning van de filmproductie zou samenbrengen.<sup>47</sup> Intussen werden de politiek-institutionele plannen voor een volwaardige culturele autonomie binnen het Belgisch staatsbestel echter steeds concreter, waardoor het draagvlak voor een nationaal filmfonds in politieke kringen nog verkleinde. Midden 1970 werd nog de mogelijkheid bestudeerd om de filmcommissie als een soort emanatie of verlengstuk van de *Hoge Raad* te laten functioneren en zo een grotere onafhankelijkheid te geven.<sup>48</sup> Deze besprekingen werden echter gestaakt met het oog op de eerste staatshervorming van 1971, die de oprichting van de cultuurgemeenschappen in België realiseerde. Hierdoor was er niet langer een akkoord van de Franstaligen nodig om een volwaardig Vlaams filmfonds te installeren.

Het vroegere communautaire obstakel was dus uit de weg geruimd en in principe lag de weg naar een autonoom filmfonds open. Op aansturen van minister van Mechelen werd in 1972 een interdepartementaal comité opgericht, om de creatie van een ‘*Productiefonds voor de creatieve films*’ voor te bereiden.<sup>49</sup> Een rapport met conclusies van dit comité werd voorgelegd aan de ministerraad, maar een regeringscrisis over de corruptie binnen de toenmalige *Regie voor Telegraaf en Telefoon* (het *RTT*-schandaal) zorgde ervoor dat dit punt van de agenda verdween.<sup>50</sup> Vervolgens werd er binnen de filmcommissie verder gewerkt aan het plan, voornamelijk onder impuls van voorzitter Van Liempt. Ondanks de vergevorderde voorbereidingen kwam het fonds er niet, volgens Van Liempt (1982: 85) omdat ‘de politieke actualiteit, gespitst op de communautaire tegenstellingen en de stilaan toeslaande economische recessie, voor zulk initiatief met de dag minder gunstig werd’.

Intussen weerklonk de roep om een slagkrachtiger filmbeleid in de vorm van een autonoom filmfonds steeds luider. Minister van Cultuur Rika De Backer (*CVP*) beloofde dan ook van bij het begin van haar eerste ambtstermijn in 1974 om een zogenaamd ‘filmexpansiefonds’ te creëren. Volgens De Backer was het grootste probleem dat er te veel versnippering was, aangezien zowel de departementen van Cultuur, Nationale Opvoeding en Economische Zaken met het filmbedrijf te maken hadden. Zij wou de middelen samenbrengen en efficiënter

---

<sup>45</sup> UA, AJVL, Oprichting nationaal fonds voor filmproductie, Nota, 22 januari 1968.

<sup>46</sup> UA, AJVL, Brief van Joz Van Liempt aan Frans Van Mechelen, 17 april 1969.

<sup>47</sup> UA, AJVL, Basisprincipes “Productiefonds”, 10 juni 1969.

<sup>48</sup> RAB, V14, nr. 7, SCF, 11 juni 1970.

<sup>49</sup> RAB, V14, nr. 9, SCF, 9 juni 1972, zie ook RAB, V14, nr. 9, SCF, 13 juli 1972 en SCF, 15 september 1972.

<sup>50</sup> RAB, V14, nr. 10, SCF, 14 juni 1973.

beheren, maar voor een volledig autonoom filmfonds, waarbij de politieke invloed sterk werd ingeperkt, was zij niet te vinden (Wauters, 1974b: 7). Medio 1975 lag er een ontwerp van decreet klaar dat in de oprichting van een filmfonds voorzag, maar ook dit ontwerp zou dode letter blijven.<sup>51</sup>

Behalve enkele onenigheden binnen de filmsector zelf, was er ook tegenwerking vanuit het ministerie van Economische Zaken, dat volgens Van Liempt (1982: 89) wilde ‘vasthouden aan een laatste stukje unitair filmbeleid’. Daarnaast was het zo dat in de zomer van 1975 de *BRT* een aantal Vlaamse films uitzond die bij een gedeelte van het kijkerspubliek slecht overkwamen. Dit was voornamelijk omwille van enkele blootscènes zoals die in *Mira* (1971, België), *Verloren maandag* (1973, België) en *Het Dwaallicht* (1973, België). Hierdoor wilde minister De Backer de storm eerst wat laten luwen alvorens initiatief te nemen op filmbeleidsvlak.<sup>52</sup> Tot slot waren er ook de diverse politieke problemen die de oprichting van een filmfonds ondermijnden, met voornamelijk het herhaaldelijk vallen van de Belgische regering over de communautaire tegenstellingen (bv. de crisis omtrent het *Egmontpact*, dat een verregaande staatshervorming moest bewerkstelligen).<sup>53</sup>

Volgens regisseur Harry Kümel werden de politieke problemen echter als een excuus gebruikt, en was het echte probleem de algemene politieke desinteresse.<sup>54</sup> Dat de ministeriële prioriteiten elders lagen, kwam volgens Van Liempt (in Wauters, 1974a: 10) ook tot uiting in het feit dat de ledensamenstelling van de filmcommissie pas na veertien jaar veranderde, in 1978. Nadat filmmakers en filmstudenten in 1977 hadden betoogd op het kabinet van de minister, beloofde De Backer iets te zullen doen aan het mank lopende filmbeleid. Enkele geblokkeerde gelden werden vrijgemaakt en in september 1979 trad de tweede filmcommissie officieel aan. Dat dit verre van substantiële ingrepen waren, werd onder andere aangeklaagd door Ivo Nelissen (1979: 5), die tot dan toe zelf in de filmcommissie zat: ‘Er zal ten hoogste een verschuiving tussen gegadigden en afgewezen indieners van projecten kunnen plaats hebben, maar het wantrouwen zal blijven bestaan want met enige vernieuwing van beleid heeft dat niets te maken’. Belangrijker was wellicht dat De Backer trachtte de *Hoge Raad* te herinstalleren, maar ook dit plan werd vroegtijdig afgevoerd door de regeringscrisis omtrent het *Egmontpact*.<sup>55</sup>

Omstreeks dezelfde tijd werd minister De Backer gestimuleerd om het filmbeleid te herdenken door uitzonderlijke belangstelling voor de problematiek vanuit politieke hoek. De parlementariër Simon Février (*PVV*) diende op 15 mei 1979 een voorstel van decreet in bij de *Cultuurraad* ‘tot oprichting van een nationaal Vlaams filmfonds’, en op 9 oktober was het de beurt aan André De Beul (*VU*), die pleitte voor de ‘oprichting van een filmproductiefonds’. Kort hierna richtte De Backer een ad hoc ‘*Contactcommissie voor de film*’ op met vertegenwoordigers uit het filmbedrijf.

De *Contactcommissie* bereidde twee decreten voor, een ter oprichting van een productiefonds, en een ander ter oprichting van een adviesraad voor het ruimere film(cultuur)beleid. Hiermee wou De Backer niet enkel aan de wensen van het filmbedrijf tegemoetkomen, maar voorzag

---

<sup>51</sup> RAB, V14, nr. 14, SCF, 24 januari 1977.

<sup>52</sup> UA, AJVL, Twintig jaar Vlaams filmbeleid, opgesteld door Joz Van Liempt ter gelegenheid van de vergadering over de Vlaamse film op 10 mei 1982.

<sup>53</sup> RAB, V14, nr. 16, SCF, 2 februari 1979

<sup>54</sup> Harry Kümel in het televisieprogramma *IJsbreker*, aflevering 6: *Film of geen film* (uitgezonden op de *BRT*, 8 juni 1983).

<sup>55</sup> RAB, V14, nr. 16, SCF, 2 februari 1979.

zij er ook in om het filmbeleid wettelijk overeen te laten stemmen met de veranderende Belgische staatsstructuur die op til was met de grondwetswijziging van 1981.<sup>56</sup> Op 12 mei 1981 waren de besprekingen afgerond, wat resulteerde in een einddocument dat door de Vlaamse executieve werd goedgekeurd. In september 1981 passeerde de tekst via de Raad van State, maar later dat jaar veegde een nieuwe regeringscrisis, ditmaal over de Waalse staalindustrie, andermaal de goede voornemens van tafel.

### **De liberale jaren 1980**

Na een jarenlange *CVP*-dominantie werd in 1981 de *PVV*-politicus Karel Poma minister van Cultuur, en tot in 1992 zou het departement onder liberaal bewind blijven. Onder Poma kwamen de filmfondsplannen op een laag pitje te staan. Poma wijst in dit verband op het feit dat hiervoor de medewerking van de nationale minister van Economische Zaken nodig was: ‘Door de staats Hervorming, waarbij de nationale regering en de executieve twee naast mekaar functionerende regeringen werden, was dergelijke samenwerking [...] uiterst moeilijk’.<sup>57</sup> Ondertussen namen de problemen rond de politieke afhankelijkheid enkel toe (de nieuwe minister week vaker af van de commissieadviezen), en bleef ook de administratieve lijdensweg voor filmprojecten dezelfde.

De overgang van een christendemocratische naar een liberale minister van Cultuur bracht echter wel degelijk enkele duidelijke veranderingen in het filmbeleid met zich mee. Zo werd de maximumtoelage per film gevoelig verminderd (voornamelijk voor coproducties) onder het motto ‘meer films voor minder geld’. Deze beleidskeuze had uiteraard ook te maken met het feit dat er in de jaren 1980 een economische crisis heerste, waardoor Poma het filmbudget in 1982 bijvoorbeeld met 43% verlaagde.<sup>58</sup> Er werd tevens aangestuurd op meer sponsoring en andere vormen van samenwerking met de private sector en met potentiële buitenlandse investeerders en coproductanten.

Hierbij dient men in rekening te brengen dat het filmbeleid in Vlaanderen zich niet in een vacuüm voltrok en dat soortgelijke maatregelen ingang vonden in diverse Europese landen (Nowell-Smith, 2012). Daarnaast was er gedurende de jaren 1980 een algemene liberalisering van het audiovisuele landschap. Dit werd in Vlaanderen het meest opvallend geïllustreerd door de komst van de commerciële omroep *VTM* in 1989. De groeiende neiging om over de grenzen heen te kijken om middelen te vinden, paste dan weer binnen de opkomst van Europese coproducties en steunprogramma’s (Henning & Alpar, 2005: 232-233). Samenwerkingen met Vlaanderens dichtste buur, de Franse Gemeenschap, bleven echter bijzonder schaars. Pas tegen het einde van de jaren 1980 begon de filmcommissie hierop aan te sturen.<sup>59</sup> In de jaren 1990 was de commissie hier volledig van overtuigd, en stelde zij dat de Franse Gemeenschap ‘vanzelfsprekend’ een bevoorrechte coproductiepartner vormt voor Vlaamse producties.<sup>60</sup> De commissieleden stelden hierbij aan de kaak dat Vlaanderen geen cultureel akkoord heeft met de Franse Gemeenschap, maar wel met diverse andere regio’s en landen. Poma zoekt de verklaring hiervoor in het blijvende streven naar Vlaamse autonomie:

---

<sup>56</sup> *Universiteit Antwerpen*, Archief Joz Van Liempt, map Contactcommissie 1980-1981, persoonlijke notities.

<sup>57</sup> Brief van Karel Poma aan Helmut Gaus uit 1997, persoonlijke documentatie Karel Poma.

<sup>58</sup> RAB, V14, nr. 20, SCF, 4 februari 1983.

<sup>59</sup> RAB, V14, nr. 26, SCF, 8 november 1989.

<sup>60</sup> RAB, V14, nr. 62, VAS, 2 juli 1996. Een dergelijk cultureel samenwerkingsakkoord tussen de Vlaamse en de Franse Gemeenschap werd uiteindelijk pas in december 2012 ingevoerd.

‘Er was weinig contact met de Franse Gemeenschap. Dit kwam voort uit de gedachte dat nu we van elkaar vrij zijn, we toch ook moeten oppassen.’<sup>61</sup>

Door de nieuwe beleidsmaatregelen waren er echter filmprojecten die overheidssteun binnenrijfden, maar toch niet van de grond geraakten doordat zij de nodige private middelen niet konden vinden. Films die er wel in slaagden private middelen te vinden, behoorden uiteraard tot de meer populaire filmgenres. Deze evoluties leidden tot veel protest, zowel van de filmmakers en -studenten, die op 23 maart 1983 een betoging op het kabinet van minister Poma organiseerden, als van de filmcommissie, die in de *Vooruit* sprak over ‘de afbraakpolitiek van minister Poma ten opzichte van de creatieve filmbeoefening’ (in Temmerman, 1983: 5). De relatie tussen de minister en de filmcommissie verzuurde volledig, wat tot uiting kwam in verscheidene moties en uiteindelijk uitmondde in een staking van de filmcommissie haar activiteiten begin februari 1983.<sup>62</sup> Ondanks de imagoschade had dit dispuut in Poma zijn optiek voornamelijk positieve gevolgen: ‘Als ze in staking gaan, dan schaffen we ze af. En we benoemen een nieuwe commissie die met de nieuwe criteria rekening zou houden. Er wordt een ander beleid ingevoerd. Men moet nu ook commercieel denken.’<sup>63</sup>

Dat Poma in zijn opzet slaagde, blijkt uit een nota van de liberaal geïnspireerde René Adams, de nieuwe voorzitter van de filmcommissie: ‘Ook het grote publiek moet de drempel en vooroordeel ten opzichte van de Vlaamse film overwinnen. Films gericht op het grote publiek moeten zo nodig op steun kunnen rekenen.’<sup>64</sup> Dit kwam in de praktijk neer op het steunen van populaire komedies die vaak rond televisiekomedieën draaiden (zoals de *Urbanus*- en *Gaston en Leo*-films), het soort projecten dat tevoren steevast een negatief commissieadvies kreeg. Hoewel ook de culturele insteek behouden bleef in de benadering van het filmbeleid in de jaren 1980, traden economische en commerciële motieven dus steeds meer op de voorgrond. Terwijl de spanningsboog tussen commerce en cultuur tot dan toe voornamelijk merkbaar was in het duale filmbeleid op nationaal (het economisch fiscaal filmbeleid) en regionaal vlak (het cultureel subsidiebeleid), werd deze tweeledigheid nu dus ook veel prominenter binnen het Vlaamse filmbeleid.

Toen Patrick Dewael (*PVV*) in 1985 aantrad als minister van Cultuur was hij vast van plan eindelijk werk te maken van het langverwachte filmfonds. Zo stuurde hij gauw aan op overleg en engageerde hij zich om, samen met minister van Economische Zaken Norbert De Batselier (*SP*), de tot dan toe verspreide middelen samen te brengen in een verzelfstandigd productiefonds ter ondersteuning van de Vlaamse filmsector.<sup>65</sup> Bij de voorbereidingen hiervan werd opnieuw heel wat belang gehecht aan het aantrekken van private en andere middelen, waarbij men in de eerste plaats rekende op instellingen als de *ASLK* en de *Nationale Loterij* (‘Filmsteun...’, 1990: 3). Hoewel de filmcommissie herhaaldelijk haar geringe betrokkenheid bij de voorbereidingen aanklaagde en fundamentele kritieken formuleerde op bepaalde onderdelen van de plannen, werd een decreet uitgewerkt dat in november 1991 gestemd had moeten worden. Door een nieuwe regeringscrisis (over de omstreden exportvergunningen van wapenproducent *FN Herstal*) kwam hier echter opnieuw niets van terecht (GDM, 1991: 5).

## **De hobbelige weg naar een ‘fonds’**

---

<sup>61</sup> Karel Poma, interview door de auteur, 1 februari 2013, Wilrijk.

<sup>62</sup> Zie bv. RAB, V14, nr. 20, SCF, 7 juni 1983; SCF, 4 februari 1983.

<sup>63</sup> Karel Poma, interview met de auteur, Wilrijk, 1 februari 2013.

<sup>64</sup> RAB, V14, nr. 23, Nota SCF 8 oktober 1986.

<sup>65</sup> RAB, V14, nr. 23, SCF, 31 oktober 1986; nr. 26, SCF, 7 juni 1989; nr. 26, SCF, 14 september 1989.

Na de verkiezingen van eind 1991 kwam de cultuurportefeuille opnieuw in handen van de CVP. Hugo Weckx kondigde kort na zijn benoeming als minister van Cultuur aan het door Dewael en De Batselier opgestelde decreet te zullen wijzigen.<sup>66</sup> Doordat het geduld van de filmsector al meer dan twee decennia op de proef werd gesteld en men onder Dewael zo dicht bij een ontknoping had gestaan, werd Weckx gedwongen er spoed achter te zetten. Intussen bleef, in de lijn met het ruimere Vlaamse audiovisuele landschap, de marktlogica gedurende de jaren 1990 sterk aanwezig in de filmbeleidsbenadering. Daarnaast bleef echter ook het cultureel imperatief gehandhaafd. Hierdoorheen eiste ook de articulatie van een Vlaamse identiteit en uitstraling nog steeds een prominente plaats op.

Met het decreet van 22 december 1993 kwam er dan eindelijk het langverwachte *Fonds Film in Vlaanderen*.<sup>67</sup> De belangrijkste wijziging hierbij was de sinds lang beloofde samenvoeging van de middelen van het ministerie van Economische Zaken (104 miljoen BEF) en het ministerie van Cultuur (147,5 miljoen BEF), dewelke verhoogd werden tot ongeveer 300 miljoen BEF.<sup>68</sup> Met deze samenvoeging trachtte men ook aan de kritiek op de administratieve omslachtigheid tegemoet te komen; producenten moesten nu nog slechts één aanvraagprocedure doorlopen.

Verschillende principes uit het ontwerpdecreet van Dewael en De Batselier werden overgenomen, maar het grote verschilpunt bestond erin dat er geen aparte, onafhankelijke structuren werden opgericht.<sup>69</sup> Dit betekende dat er geen echt autonoom fonds - waar men al die tijd om gevraagd had - ontstond.<sup>70</sup> Weckx had het niet zo op verfondsing begrepen omdat hij de politieke verantwoordelijkheid wilde vrijwaren.<sup>71</sup> Het 'fonds' bleef hierdoor in de overheidsadministratie ingekapseld en was in feite een afgezwakte versie van de plannen van Dewael en De Batselier.<sup>72</sup>

Behalve de administratieve samenvoeging (die nog steeds voor een vrij complexe betoelagingsprocedure zorgde) en de naamsverandering van de *Selectiecommissie voor Culturele Films* naar de *Vlaamse Audiovisuele Selectiecommissie* veranderde er bijzonder weinig. Zo werden er een aantal opdrachten vastgelegd die zich al tevoren binnen het wettelijk kader van het KB van 1964 hadden ontwikkeld. Naast de grootste taak van de steunverlening aan audiovisuele producties (en de controle op deze subsidiëring), stond het Fonds ook in voor de promotie van de Vlaamse film in het buitenland, de vertegenwoordiging in Europese filmbeleidsontwikkelingen, en de ondersteuning van verenigingen en initiatieven ter bevordering van de audiovisuele cultuur. Aan de decennialange vraag naar autonomie en minder politieke inmenging werd met andere woorden nog steeds niet tegemoet gekomen. Dit werd bijvoorbeeld pijnlijk duidelijk toen de Vlaamse regering op inhoudelijke gronden

---

<sup>66</sup> RAB, V14, nr. 29, SCF, 4 juni 1992.

<sup>67</sup> BS 29 december 1993.

<sup>68</sup> Dit extra geld kwam echter grotendeels van posten zoals Externe Betrekkingen, die ervoor al de Vlaamse film ten goede kwamen (Everaerts, 2000, p. 83).

<sup>69</sup> Archief Vlaams Parlement, Ontwerp van decreet houdende bepalingen tot begeleiding van de begroting 1994, Verslag namens de Commissie voor de Media, 8 december 1993, p. 6-7; Handelingen Vlaamse Raad nr. 16, 15 december 1993, p. 504.

<sup>70</sup> De naamgeving 'Fonds Film in Vlaanderen' is hierbij enigszins misleidend. Het was immers geen echt fonds in de zin dat het een van de overheid 'onafhankelijk' orgaan betrof. Op de begroting van de Vlaamse regering werden diverse budgetteringsposten echter 'fondsen' genoemd, vandaar de benaming.

<sup>71</sup> Hugo Weckx, interview met de auteur, Brussel, 7 oktober 2013.

<sup>72</sup> Hugo Weckx, interview met de auteur, 7 oktober 2013, Brussel.

weigerde in te stemmen met een toelage voor het satirische en ophefmakende filmproject *Camping Cosmos* (1996, België).<sup>73</sup>

Uit bezorgdheid over de filmbeleidsontwikkelingen richtte de sector in april 1994 het *Vlaams Filminstituut* op, die als overkoepelende belangenvereniging voor de gehele audiovisuele sector in Vlaanderen gold.<sup>74</sup> Dit zorgde ervoor dat de regering de geplande oprichting van een *Vlaamse Audiovisuele Raad* opschortte. Al van bij de opstart had het *Vlaams Filminstituut* heel wat kritiek op het nieuwe filmbeleid, dat zij doorprikte als een bestendinging van het oude systeem. Dit leidde ertoe dat de roep om een effectief autonoom filmfonds steeds luider klonk, ook bij de filmcommissie zelf.<sup>75</sup> Ondanks het nieuwe wettelijke kader sloot het filmbeleid van de jaren 1990 dan ook goed aan op de voorgaande decennia: men probeerde oplossingen te zoeken voor de steeds aanzwellende kritieken.

Deze zoektocht kende als vanouds een vrij hobbelig parcours, ditmaal minder omwille van communautair geladen problemen, maar eerder door de verwarring rond het onduidelijke statuut van de bevoegdheid film, waarbij opnieuw de spanning tussen film als cultureel en als economisch goed naar boven kwam. In 1992 was de bevoegdheid film immers verhuisd van de afdeling Cultuur naar het net opgerichte bestuur Media binnen het departement Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur van de Vlaamse overheid. In 1995 werden de Mediabevoegdheden overgeheveld van Cultuur naar het departement Economie, waarna minister Eric Van Rompuy (CVP) werk maakte van de voorbereidingen tot een herziening van het filmbeleid.<sup>76</sup>

Net als bij de vorige ministers ging de prioritaire aandacht echter eerst naar de problemen bij de openbare omroep. Deze werd omgevormd van de *BRTN* tot de naamloze vennootschap *VRT*, wat een eerste depolitisering betekende en de openbare omroep voornamelijk een slagkrachtiger mandaat gaf. Er werd een gedelegeerd bestuurder aangesteld (Bert De Graeve) en de relatie met de overheid zou voortaan geregeld worden via een beheersovereenkomst (Saeys, 2007: 41). De hervormingsoperatie bleek een succes, wat minister Van Rompuy inspireerde om het filmbeleid op een gelijkaardige manier aan te pakken. Dit resulteerde in 1998 in Van Rompuy's beleidsbrief 'Film in Vlaanderen'.

Naast de aankondiging van een budgetverhoging werd hierin gewag gemaakt van de verzelfstandiging van het *Fonds Film in Vlaanderen* tot een werkelijk autonoom fonds met een raad van bestuur en een zogenaamde filmmanager aan het hoofd, later omgedoopt tot filmintendant. De meeste kritiek op Van Rompuy's beleidsbrief had betrekking op de invulling van de resultaatsverbintenissen (zoals het aantal kijkers) die zouden opgenomen worden in de beheersovereenkomst tussen het autonoom orgaan en de Vlaamse regering (Biltreyst, 1999). In de beleidsbrief hamerde Van Rompuy er meerdere malen op dat films 'voor een groot publiek toegankelijk [moeten] zijn'.<sup>77</sup> Zowel het *Vlaams Filminstituut* als de filmcommissie klaagden dan ook het gebrek aan een culturele benadering aan.<sup>78</sup> De voorgestelde verzelfstandiging van het fonds werd wel door de sector aangemoedigd.<sup>79</sup> Op instructie van

---

<sup>73</sup> RAB, V14, nr. 55, VAS, 23 januari 1996.

<sup>74</sup> RAB, V14, nr. 62, VAS, 2 juli 1996.

<sup>75</sup> Zie bv. RAB, V14, nr. 79, VAS, 25 november 1997.

<sup>76</sup> RAB, V14, nr. 62, VAS, 2 juli 1996.

<sup>77</sup> Eric Van Rompuy, 1998, *Beleidsbrief Film in Vlaanderen*, p. 37.

<sup>78</sup> Archief *Vlaams Parlement*, Hoorzitting over het beleidsplan Film in Vlaanderen in de Commissie voor Mediabeleid, 28 januari 1999.

<sup>79</sup> Archief *Vlaams Parlement*, Beknopt verslag Hoorzitting Commissie voor Mediabeleid over het beleidsplan Film in Vlaanderen, 24 november 1998.



Van Rompuy werkten de Vlaamse parlementariërs Carl Decaluwé (*CVP*) en Peter Vanvelthoven (*SP*) vervolgens een voorstel van decreet uit, dat tenslotte leidde tot het decreet van 13 april 1999, dat de oprichting van de vzw *Vlaams Audiovisueel Fonds* (*VAF*) voorzag.<sup>80</sup>

### **De oprichting van het *VAF***

De beheersovereenkomst met de Vlaamse overheid, nodig opdat het *VAF* effectief van start kon gaan, bleef echter nog enkele jaren achterwege. Er kwamen heel wat onderhandelingen met vertegenwoordigers van diverse deelsectoren aan te pas, waarbij sector en politiek niet altijd op dezelfde lijn bleken te zitten. Bovendien hing ook de schaduw van Europese concurrentieregels over de hervormingsplannen. Toen in 1999 het ministerie van Economie en Media onder de bevoegdheid van Dirk Van Mechelen (*VLD*) kwam, was de sfeer in de Vlaamse filmsector er een van frustratie. Van Mechelen toog dan ook aan het werk en er volgde een intensieve voorbereidingsperiode die moest leiden tot de inwerkingtreding van het *VAF*. In lijn met de wensen van de sector en de eerste aanzet van Van Rompuy, toonde Van Mechelen zich hierbij een groot voorstander van een debureaucratisering en depolitisering van het filmbeleid.

Desondanks zette zijn ‘*Beleidsnota Media 2000-2004*’ opnieuw kwaad bloed bij de sector, omwille van het gebrek aan een culturele benadering. Uit een studie naar de economische impact van de film in Vlaanderen, nog besteld onder Van Rompuy, luidde een van de conclusies nochtans dat het filmbeleid het cultureel imperatief een centrale plaats diende te geven (Peeters, Thijssens & Webers, 2000). Deze visie werd ook door een groot deel van de sector aangehangen, en tijdens de regeringswissel in de zomer van 2001 werd hier alvast symbolisch aan tegemoet gekomen door de bevoegdheid film opnieuw bij het departement Cultuur onder te brengen. Toenmalig minister van Cultuur Bert Anciaux (vanaf mei 2001 als politicus bij *Spirit*, voordien bij de *VU*) zwakte de economische geest van het voorgestelde filmbeleid vervolgens af. Diverse door Van Mechelen geformuleerde prioriteiten bleven wel behouden, waaronder het streven naar meer private investeringen in de filmsector. In dit kader riep de federale regering in 2003 de *tax shelter*, een belastingmaatregel die het aantrekkelijk maakt voor bedrijven om een deel van hun winst in een audiovisuele productie te investeren, in het leven.

Van minister Anciaux was bekend dat hij geen voorstander was van verfondsing binnen de kunst- en cultuursector, aangezien hij dit een ‘daad van politieke onverantwoordelijkheid’ vond.<sup>81</sup> Het decreet was in 1999 echter met een groot draagvlak gestemd, waardoor hij voor een voldongen feit stond. Bovendien had Van Mechelen, toen duidelijk werd dat hij de bevoegdheid film zou moeten afstaan aan Anciaux, in allerijl nog drie stichtende leden en een raad van bestuur voor het *VAF* bijeen gezocht.<sup>82</sup> De eerste raad van beheer, waarvan zo goed als alle leden enkel aangetrokken waren op basis van hun deskundigheid of sectorale vertegenwoordiging, ging vervolgens op zoek naar de intendant die het *VAF* zou moeten leiden. Dit resulteerde in februari 2002 in de aanstelling van de documentairemaker en Europees parlamentslid voor *Agalev* Luckas Vander Taelen. Het is hierbij enigszins verwonderlijk te noemen dat de sterk gedepolitiseerde raad van beheer net voor een intendant met een duidelijk politiek profiel koos (hoewel Vander Taelen wel steeds van een zekere onafhankelijke uitstraling genoot).<sup>83</sup> Aan de andere kant kan deze gedurfde keuze ook

---

<sup>80</sup> BS 23 september 1999.

<sup>81</sup> Bert Anciaux, interview met de auteur, 9 september 2013, Brussel.

<sup>82</sup> Dirk Van Mechelen, interview met de auteur, 23 juli 2013, Kapellen.

<sup>83</sup> *Agalev* zat toen overigens ook in de Vlaamse regering-Dewael, samen met *VLD*, *VU* en *SP*.

beschouwd worden als een ultiem bewijs van de depolitisering van het filmbeleid op dat moment. De keuze voor Vander Taelen kende bovendien een draagvlak bij de sector.

In het najaar van 2002 trad het *VAF* uiteindelijk in werking onder voogdij van minister Paul Van Grembergen.<sup>84</sup> Met het *VAF* kreeg de filmsector het autonome filmfonds waar zij al bijna vier decennia om vroeg; de gebureaucratiseerde steunaanvraag werd eenvoudiger en soepeler en de minister kon niet langer bij individuele filmdossiers interfereren. Naast het verlenen van financiële steun aan filmprojecten werd aan het *VAF* ook de taken van vorming, onderzoek en promotie toegekend, waardoor ook *Flanders Image* in het *VAF* werd ingekapseld. Educatieve en presentatie-initiatieven en de bevoegdheid over het audiovisueel erfgoed bleven echter bij de afdeling film van het ministerie van Cultuur.

Aangezien het *VAF* een autonome vzw is, kwam het concrete filmproductiebeleid los te staan van al te veel politieke inmenging. Bovendien gebeurde ook de aanstelling van de diverse beoordelingscommissies niet langer via politieke benoemingen. De relatie tussen politiek en filmbeleid verloopt voornamelijk via de beheersovereenkomst tussen het *VAF* en het ministerie van de *Vlaamse Gemeenschap*, maar ook via het jaarlijks activiteitenrapport van het *VAF* en diverse informele contacten. Daarnaast wordt de raad van beheer (deels) voorgedragen door de Vlaamse regering, maar de eerste raad van beheer was wel sterk gedepoliteerd samengesteld. Ook is er een afgevaardigde van de bevoegde minister, die de vergaderingen van de bestuursorganen van het fonds bijwoont en een evaluatie opmaakt van de uitvoering van de strategische en deels meetbare doelstellingen uit de beheersovereenkomst.

## Conclusie

Na enkele initiële groeipijnen won het filmbeleid onder het *VAF* aan coherentie en visie, wat vrij snel tot een positieve evaluatie leidde vanuit de sector. Ook wordt het *VAF* gezien als een essentiële schakel binnen de nieuwe dynamiek in de Vlaamse filmwereld. Sinds de oprichting van het *VAF* maakte deze instelling nog heel wat evoluties mee, waaronder de belangrijkste wellicht de ontwikkeling van het steunaanvraag en -beoordelingssysteem, de oprichting van een *Mediafonds* en een *Gamefonds*, het beheer van het economische filmsteunmechanisme *Screen Flanders* en het overnemen van andere filmgerelateerde bevoegdheden van het ministerie. Het is opvallend dat de snelle opeenvolging van deze recente beleidsinitiatieven en de overwegend positieve ontvangst ervan, in schril contrast staan met de uiterst moeizame ontwikkelingen in de voorgaande decennia.

Aanvankelijk zag het ernaar uit dat het filmproductiebeleid volledig op een nationaal, Belgisch niveau zou van start gaan. Dit was het geval voor de in 1952 ingevoerde detaxatie, een automatische en economisch geïnspireerde belastingmaatregel. Enkele jaren later werden de plannen voor selectieve, culturele overheidssteun onder de vorm van een *Belgisch Filminstituut* echter gedwarsboemd door de Vlaamse drang naar culturele ontvoogding. Het hieruit resulterende KB van 1964 leidde tot de installatie van een politiek benoemde filmcommissie die niet-bindende betoelagingsadviezen uitbracht aan de bevoegde minister. Deze constellatie zou het Vlaamse filmbeleid van de daaropvolgende decennia bepalen, ondanks de luide kritiek op de politieke onverschilligheid en afhankelijkheid, de ontoereikende middelen, de logheid van de steunprocedure en het gebrek aan visie, transparantie en overleg.

---

<sup>84</sup> BS 28 november 2002.

Terwijl het concrete ondersteuningsbeleid zich voltrok langsheen evoluerende economische, culturele en Vlaamse imperatieven, volgden er talloze vergeefse pogingen om het beleidskader te hernieuwen en een autonoom filmfonds op te richten. Het falen hiervan viel te wijten aan diverse factoren, maar voornamelijk het gebrek aan politieke daadkracht in combinatie met de vele regeringscrisissen, meestal over communautaire kwesties, bleek een belangrijke remmende factor. Pas met de inwerkingtreding van het VAF in 2002 werd een einde gesteld aan de ‘overgangsfase’ waarin het filmbeleid zich sinds 1964 bevond en werd er binnen de ontwikkeling van het filmbeleid in Vlaanderen een hoofdstuk afgesloten.

## Bibliografie

Auteur (2015a ; 2015b ; 2015c)

Batz, J.-C. (1963) *Sur le sous-developpement de la production de films en Belgique et l'assistance financière et administrative de l'état*. Brussel: ULB, Institut de Sociologie.

Biltereyst, D. (1999) ‘Terug naar het publiek! Over filmbeleid en de onafhankelijke audiovisuele creatie in Vlaanderen’, *De Witte Raaf*, 14(79): 25.

Bolen, F. (1978) *Histoire authentique anecdotique, folklorique et critique du cinéma belge depuis ses plus lointaines origines*. Brussel: Memo et Codec.

Danckaert, F. (1986) ‘Speelfilmproductie in Vlaanderen, een blijvend dilemma’, pp. 27-30 in P. Geens (Ed.) *Naslagwerk van de Vlaamse film*. Brussel: CIAM.

De Poorter, W. (1986) ‘10 jaar Vlaamse filmproductie (1976-1985)’, *Ons Erfdeel*, 29(4): 535-540.

Everaerts, J.-P. (2000) *Film in België: Een permanente revolte*. Brussel: Mediadoc.

‘Filmsteun niet meer in functie van financiële opbrengsten’, (1990, 21 november) *De Tijd*, p. 3.

Finney, A. (2002) ‘Support mechanisms across Europe’, pp. 212-222 in C. Fowler (Ed.) *The European cinema reader*. Londen: Routledge.

GDM (1991, 25 oktober) ‘Filmdekreet op de helling door regeringscrisis’, *De Tijd*, p. 5.

Henning, V. & Alpar, A. (2005) ‘Public aid mechanisms in feature film production: the EU MEDIA Plus Programme’, *Media, Culture & Society*, 27(2): 229-250.

Mosley, P. (2001) *Split screen: Belgian cinema and cultural identity*. New York: State University of New York Press.

Nowell-Smith, G. (2012) ‘The Smith years’, pp. 179-196 in G. Nowell-Smith & C. Dupin (eds.) *The British Film Institute, the government and film culture, 1933-2000*. Manchester / New York (NY): Manchester University Press.

Peeters, C., Thijssens, T. & Webers, H. (2000) *Economische impact van de film in Vlaanderen: aanbevelingen voor nieuw beleid*. Diegem: Kluwer.

Saeys, F. (2007) ‘Statuut, organisatie en financiering van de openbare televisieomroep in Vlaanderen’, pp. 23-51 in A. Dhoest & H. Van den Bulck (eds.) *Publieke televisie in Vlaanderen: Een geschiedenis*. Gent: Academia Press.

Temmerman, J. (1983, 9 februari) ‘Filmkommissie in staking tegen politiek Poma’, *Vooruit*, p. 5.

Temmerman, J. (2001, 15 oktober) ‘“Minister van Cinema” moet ertitel worden’, *De Morgen*, p. 15.

Van Liempt, J. (1982) ‘Twintig jaar Vlaams filmbeleid’, *Open Deur*, (4 & 5): 80-93.

Van Liempt, J. (1986) ‘Kanttekeningen bij het Koninklijk Besluit van 10 november 1964: waarom en hoe het tot stand kwam’, pp. 14-26 in P. Geens (Ed.) *Naslagwerk van de Vlaamse film*. Brussel: CIAM.

Wauters, J.-P. (1974a) ‘Joz. Van Liempt. Tien jaar geleden was er niets, nu is Vlaamse film een begrip geworden’, *Film en Televisie*, 19(209): 8-10.

Wauters, J.-P. (1974b) 'Minister De Backer. Alles onder kultuur groeperen', *Film en Televisie*, 19(209): 6-7.

Wauters, J.-P. (1974c) 'Tony Hermans. Wij willen in dit land geen echte cultuurpolitiek', *Film en Televisie*, 19(209): 15.

Witte, E. (1998) 'Geschiedenis van de Vlaamse Beweging: De tweede helft van de 20ste eeuw', in R. De schryver, B. De Wever, G. Durnez, L. Gevers, P. Van Hees & M. De Metsenaere (eds.) *Nieuwe encyclopedie van de Vlaamse Beweging*. Tiel: Lannoo.

## **Filmcensuur in België.**

### **Over de praktijken van de *Belgische Filmkeuringscommissie* (1922-2003)**

**Daniël Biltereyst & Liesbet Depauw**

#### **Abstract**

In september 1920 keurde het Belgische parlement de wet op de filmkeuring goed. Deze riep een commissie in het leven die moest controleren of films geschikt waren voor kinderen onder de 16 jaar. De *Belgische Filmkeuringscommissie (BFC)* ging van start in 1921 en bestaat vandaag nog steeds. Aan de hand van een systematische analyse van het archiefmateriaal van deze commissie, brengen we de ontwikkeling van de filmkeuringspraktijken tussen 1922 en 2003 in kaart. Daarbij leggen we vooral de nadruk op wat niet door kinderen gezien mocht worden en op voorhand werd gecensureerd. Aangezien de commissie films beoordeelde op basis van normatief-ethische en/of ideologische gronden en omdat ze daarbij de bescherming van het kind voor ogen had, leent het materiaal zich uitstekend tot filmhistorisch onderzoek én onderzoek naar mentaliteitsgeschiedenis.

*'In deciding whether to censor, how to censor, and above all what to censor, we are saying more about the mores and the workings of our society than we care to admit.'*  
(Wistrich, 1978: 12)

#### **Inleiding**

Het probleem van media-effecten op jongeren is brandend actueel. Met de regelmaat van de klok wordt jongerencriminaliteit gekoppeld aan gewelddadige of seksueel expliciete films, televisieprogramma's en computergames. In België bijvoorbeeld werd in 2009 de minderjarige dader van een steekpartij in een kinderdagverblijf meteen gekoppeld aan *The Dark Knight* (2008, VSA), de Batmanfilm die toen veel succes kende in de bioscoopzalen. Volgens de eerste berichtgeving was de jongen geschminkt als de antagonist van het verhaal, *The Joker*, waardoor het debat over het incident zich de eerste dagen vooral toespitste op gewelddadige films. Later bleek dat de jongen noch geschminkt was, noch de film in kwestie ooit had gezien. Ook in 2010 haalden gewelddadige films het nieuws, maar dan in een geheel andere context. Een jongeman van vijftientig stond terecht voor foltering en het verkopen van drugs. Als verzachtende omstandigheid opperde de verdediging dat de jongen als kind geïndoctrineerd werd door talloze maffiafilms en dus niet verantwoordelijk kon gesteld worden voor zijn daden. Deze nationale en internationale incidenten zijn voorbeelden van de maatschappelijke reactie om deviante gedragingen van jongeren toe te schrijven aan bepaalde

media-inhouden.<sup>85</sup> Dergelijke incidenten lokken vaak een maatschappelijk debat uit, waarbij een forum wordt geboden aan politici, ervaringsdeskundigen en experts die wijzen op de nefaste media-invloed (Boyle, 2005). Die invloed lijkt dan een acuut en steeds dringender probleem, al is het debat allesbehalve nieuw. Telkens een nieuw medium opduikt, zo leert historisch mediaonderzoek, ontspint zich dikwijls eenzelfde discours, waarbij risicogroepen worden gedefinieerd - doorgaans jongeren uit lagere sociale klassen. Omdat ze niet zouden kunnen weerstaan aan de verlokkingen van het nieuwe medium en er buitensporig gebruik van maken, zouden ze een verlaagd normbesef en een verhoogde agressie ontwikkelen (Barker & Petley, 1997; Boëthius, 2003; Schechter, 2005).

Deze publieke onrust en verontwaardiging leiden al decennialang tot heel wat onderzoek. Sinds de late jaren 1920 buigen pedagogen, psychologen, psychiaters en later ook communicatiewetenschappers zich over de mogelijke invloed van media-inhouden op jongeren. Eén van de meest onderzochte effecten is dat van mediageweld op de attitudes, percepties en gedragingen van jongeren. Het aantal studies naar het effect van mediageweld is nauwelijks te tellen (Freedman, 2002; Jones, 2002; Heins, 2007). Toch kunnen wetenschappers geen unaniem antwoord formuleren op de vraag in welke mate en op welke manier mediageweld individuen beïnvloedt (Staiger, 2000; Buckingham, 2005; Trend, 2007; McDonald, 2009). Effectonderzoek kampt immers met een aantal methodologische en ethische beperkingen, waardoor het wetenschappelijk debat in een impasse is geraakt en vaak ontardt in een welles-nietes discussie (Gauntlett, 2005). Een mogelijke manier om uit die impasse te raken is door andere aspecten van mediageweld te onderzoeken, zoals de manier waarop populaire discourses rond media-effecten worden geconstrueerd en gebruikt (Barker & Petley, 1997; Hill, 2001). Deze aanpak geeft aan dat de idee dat mediageweld zou leiden tot een verhoging van 'reëel' geweld, een discursieve constructie is, die we moeten plaatsen binnen een specifieke maatschappelijke context (Trend, 2007: 6, 24). Interessant is het repetitieve karakter van deze argumentatie over media-invloeden, een fenomeen dat Drotner (1992) beschrijft als *media panics*. Een kritische analyse of 'deconstructie' van dit terugkerend discours kan leiden tot een reflectie op het huidige debat rond media-invloeden.

Eén van de duidelijkste voorbeelden van een mediapaniek in België is die rond cinema aan het begin van de vorige eeuw. Net als in de meeste andere westerse landen woedde er in België voor en na de Eerste Wereldoorlog een scherp debat over de gevaren van film en bioscopen. Het antwoord op dit debat bestond uit een reeks overheidsmaatregelen, waaronder de systematische controle op filminhoud (Auteur & Auteur, 2005; Auteur, 2013). In ons land nam dit de vorm aan van een filmkeuringscommissie, die op een systematische wijze filminhouden beoordeelde op grond van hun geschiktheid voor kinderen tot 16 jaar. Het materiaal van deze *Belgische Filmkeuringscommissie (BFC)*, die in 1921 van start ging en nog steeds bestaat, biedt voor onderzoekers een unieke kijk op de manier waarop bepaalde filmbeelden jarenlang werden gecensureerd wegens 'te gevaarlijk' voor jongeren. Tijdens haar lange geschiedenis heeft de *BFC* een uitgebreid archief nagelaten, waarvan het grootste deel nu gedeponereerd werd in het *Algemeen Rijksarchief (ARA)*. Het archiefmateriaal van de *BFC* is omvangrijk en bijzonder interessant, niet alleen voor wie zich wil verdiepen in de geschiedenis van de filmkeuring en de filmcultuur in België. Aangezien de *BFC* films beoordeelde op basis van normatief-ethische en/of ideologische gronden en omdat ze daarbij

---

<sup>85</sup> Zie onder meer sdb (2009, 13 maart) 'Duitse politie: "Alleen jongeren kunnen dit voorkomen"', *Het Nieuwsblad*, p. 5. CM (2009, 14 maart) 'Kondigde Kretschmer moordraid nu wel of niet aan via internet?', *Gazet van Antwerpen*, p. 13. Verelst, J. (2006, 16 mei) 'Advocaat koppelt racistische moorden aan videogames', *De Morgen*, p. 2. Idh, rn & js (2007, 10 mei) 'Australische tieners krijgen levenslang voor dodelijk experiment', *Het Nieuwsblad*, p. 43.

(in theorie) de bescherming van het kind voor ogen had, leent het materiaal zich uitstekend voor onderzoek op andere terreinen, inclusief onderzoek naar mentaliteitsgeschiedenis (Auteur, 2014). In dit hoofdstuk, dat tachtig jaar filmkeuring in België in kaart brengt, ligt de nadruk op wat niet door kinderen gezien mocht worden en op voorhand werd gecensureerd.

## Onderzoeksopzet

De Belgische wet van 1 september 1920 op de cinemavertoningen verbiedt de toegang tot filmzalen voor kinderen onder de zestien jaar, tenzij de films die er vertoond worden goedgekeurd zijn door een filmkeuringscommissie (Auteur & Auteur, 2005). Tot in de jaren 1990 vroeg die commissie regelmatig aan distributeurs om bepaalde scènes uit films te halen. Films met het label ‘Kinderen Toegelaten’ waren dan ook vaak zwaar geknipt.<sup>86</sup> Distributeurs zijn echter vrij in hun keuze om een film te laten keuren. Wanneer ze vermoeden dat een film onmogelijk het label ‘Kinderen Toegelaten’ kan krijgen, belette niets hen om die films rechtstreeks in de zalen te brengen als een ‘Kinderen Niet Toegelaten’ (KNT) film.

In theorie kent België dus geen verplichte filmcensuur, zeker niet ten aanzien van films bestemd voor volwassenen. Deze kunnen vrij en ongecontroleerd worden verspreid. In het verleden leidde dat er toe dat films die elders problemen met de censuur opleverden in ons land toch konden worden verdeeld en vertoond.<sup>87</sup> Het archief van de *BFC* biedt bijgevolg geen volledig beeld van alle films die ooit in België zijn uitgebrachte. Over heel wat controversiële films bevat het bijvoorbeeld geen informatie. Zo is het opvallend dat in het archief maar weinig sporen te vinden zijn van (de toen als controversieel beschouwde) films van Ingmar Bergman, Luis Buñuel of Federico Fellini. Distributeurs kenden de gevoeligheden van de keurders goed. Aangezien een keuring ook financiële repercussies had (er werd een keuringsvergoeding betaald) waren velen tevreden met een KT-label.

Het is moeilijk om het aandeel van de vertoonde, maar niet-aangeboden films exact te berekenen. Aangenomen wordt dat vooral films werden voorgelegd die zich richtten op een zo ruim mogelijk publiek. In de eerste decennia werden ontzettend veel films door de *BFC* gevisioneerd. Dat doet vermoeden dat in die periode een ruime meerderheid van alle films werd voorgelegd. Tijdens het interbellum ging het hier toch al gauw om meer dan 1000 filmtitels per jaar, waarvan ongeveer de helft langspeelfilms. Naast deze *feature films* controleerde de *BFC* ook trailers, kortfilms, animatie, documentaires, reportages (Auteur & Auteur, 2009), en in beperkte mate advertenties. Daarnaast bevat het *ARA* sporen van interventies door de *BFC* inzake de controle op gedrukt promotiemateriaal. Opmerkelijk is dat het archiefmateriaal ook aantoonde hoe distributeurs op voorhand in hun films knipten om zo een herkeuring te vermijden. Vanuit een economische logica waakten film distributeurs erover om geen te ophefmakende beelden in hun filmprogramma's in te lassen. Dit leidde tot de courante praktijk van de *coupures préalables*, waarbij distributeurs zelf in hun films gingen knippen teneinde zich te beschermen tegen mogelijke kritiek van de *BFC*.

---

<sup>86</sup> De filmkeuringscommissie zelf werd geïnstalleerd door het KB van 10 november 1920 (*Moniteur Belge*, 18 februari 1920, p. 1251), maar de werkzaamheden werden bepaald aan de hand van diverse Koninklijke Besluiten, namelijk die van 14 maart 1921, 4 januari 1922, 11 mei 1922, 22 juni 1922, 10 augustus 1933, 23 maart 1934, 25 februari 1938. Door felle reacties, stakingen en acties uit de filmsector zou het nog tot 1922 duren voor de filmkeuring haar normale werkzaamheden kon aanvatten, zie het Koninklijk Besluit van 11 mei 1922 dat is verschenen in de *Moniteur Belge*, 92<sup>e</sup> jaargang, 22 & 23 mei 1922, pp. 3877-8780 (bv. Auteur, 2009a).

<sup>87</sup> Zie bijvoorbeeld de controverse rond S.M. Eisensteins *Pantserkruiser Potemkin* (1925, Sovjetunie) in België, waar de film niet werd voorgelegd voor de *BFC*, maar toch werd geboycot (Auteur, 2008).

Hoewel de wet van 1920 nog steeds van kracht is en de filmkeuringscommissie *de facto* de oudste instelling is die zich in België inlaat met mediaregulering, werden de keuringspraktijken van de *BFC* nooit systematisch onderzocht. In dit hoofdstuk brengen we verslag uit van een wetenschappelijk onderzoeksproject naar de filmkeuringspraktijken van de *BFC* van bij de start in 1921 tot ongeveer tachtig jaar later.

### ***Materiaal***

Van bij haar ontstaan inventariseerde de *BFC* nauwgezet haar beslissingen. Het ging hierbij om twee soorten inventarissen. In de algemene inventaris werden per film de distributeur, lengte en genre van de film, de datum van keuring en de keuringsbeslissing opgesomd. In de coupure-inventaris werden enkel de films opgenomen waaruit bepaalde delen geknipt moesten worden. Voor die films werden opnieuw de datum en distributeur vermeld, samen met een beschrijving van de te knippen beelden. Dit resulteerde letterlijk in duizenden bladzijden archiefmateriaal dat systematisch in kaart moest worden gebracht. Een probleem daarbij was het feit dat de opgesomde filmtitels de Belgische - doorgaans Franstalige - varianten bleken te zijn die zelden een letterlijke vertaling waren van de originele filmtitels.

Wegens het unieke karakter van het materiaal werd ervoor geopteerd om alle films van de coupure-inventaris op te nemen in een database en de redenen waarom beelden geknipt werden te coderen aan de hand van een codeboek. Voor de algemene inventaris bleek het echter onmogelijk om alle gekeurde films in een database op te nemen. Tussen 1922 en 2003 werden immers 45.365 films gekeurd. Hier werd gekozen om met een jaarlijkse steekproef te werken (zie verder). Als voorbereiding werd echter een beperkte analyse op het volledige materiaal uitgevoerd om een zicht te krijgen op het exacte aantal gekeurde films tussen januari 1922 en december 2003. Specifiek werd er nagegaan hoeveel korte films en hoeveel langspeelfilms jaarlijks werden voorgelegd. Daarbij werd het aantal tekenfilms, actualiteiten, 'attractions' en documentaires binnen beide categorieën films genoteerd.

### ***Databases***

Het handmatig geschreven archiefmateriaal werd in twee afzonderlijke databases gegoten. De eerste database, die we verder de *Inventarisdatabase* zullen noemen, bevat een jaarlijkse steekproef (de maanden september - november) van langspeelfilms (gedefinieerd als films van langer dan vier bobijnen) en hun keuring (KT, KNT, en KT mits coupures). Per film werden de distributeur, genre en lengte, de keuringsdatum en de keuringsbeslissing overgenomen uit de inventarisschriften en waar mogelijk aangevuld met originele titel, productiejaar, land van herkomst, regisseur, en producent. De reden waarom de steekproef vrij uitgebreid is, is dat de films soms moeilijk identificeerbaar bleken te zijn. Van de 10.041 ingevoerde titels tussen 1922 en 2003 werden er 7.616 geïdentificeerd, wat neerkomt op 75,8%. Voor de analyse van de herkomst van de films was het dus noodzakelijk om een voldoende grote steekproef te nemen om per jaar aan een representatief aantal geïdentificeerde films te komen. Slecht bij 26 filmtitels (0,26%) kon geen keuring worden weergegeven wegens een onvolledige beschrijving in de inventaris.

Een tweede database bevat alle geknipte scènes van de filmkeuringscommissie in gecodeerde vorm. Die stelt ons in staat om na te gaan waar de filmkeurders de grenzen legden van de toelaatbaarheid van bepaalde representaties. Deze tweede database, de *Coupuredatabase*, bevat alle 9.727 filmtitels die werden geknipt tussen 1922 en 1992, het laatste jaar waarin de

*BFC* om coupures vroeg.<sup>88</sup> Daarvan werden er 8.122 geïdentificeerd, wat neerkomt op 83,5%. Per film werd de distributeur en de keuringsdatum overgenomen uit de coupure-inventaris. De beschrijvingen van de coupures werden gedefinieerd aan de hand van een codeboek dat uit 110 categorieën bestond. Het codeboek is gebaseerd op de richtlijnen voor de leden van de *BFC*, de richtlijnen van enkele belangrijke keurings- of censuurinstanties zoals de Britse *BBFC* en de Amerikaanse *Production Code*, en een eerste verkenning van de coupurebeschrijvingen (Auteur, Auteur & Desmet, 2008; Auteur & Auteur, 2008). Per film konden tot drie verschillende redenen voor coupures worden ingevoerd. Dat kan gezien worden als een beperking van het onderzoek, maar de meeste films die veel coupures hebben ondergaan, worden in andere studies van naderbij bekeken als casestudie (zie bijvoorbeeld Auteur, 2005; Auteur & Auteur, 2006; Auteur, 2009b). Beide databases worden samengevat in onderstaande tabel.

**Tabel 2. Overzicht van de databases voor de periode 1922-2003**

	<b>Inventarisdatabase</b>	<b>Coupuredatabase</b>
<i>Steekproef</i>	1 september- 31 november van ieder jaar	Geen steekproef
<i>Type films</i>	Enkel langspeelfilms	Alle types van films
<i>Aantal titels</i>	10.041	9.727
<i>Aantal geïdentificeerde titels</i>	7.616	8.122
<i>Info uit archiefmateriaal</i>	Belgische titel/ keuringsdatum/ distributeur/genre/ keuring	Belgische titel/ keuringsdatum/ distributeur
<i>Bijkomende info</i>	Originele titel/herkomst/productiejaar/regisseur	Originele titel/herkomst/productiejaar/regisseur
<i>Gecodeerde info</i>		Per film tot drie coupureredenen 6409 gecodeerde redenen
<i>Doel</i>	Info over aantal geclassificeerde films, hun herkomst, keuringsgegevens,....	Info over grenzen toelaatbare representaties

### **Filmkeuringspraktijken**

Een systematische analyse van het materiaal van de *BFC* geeft een antwoord op zeer diverse vragen. Hoeveel films werden er voorgelegd en welke beslissingen trof de *BFC*? Hoe werden films over de jaren heen gekeurd? Wat zijn de voornaamste redenen waarom de filmkeuring films liet knippen? Bestaan er bij het knippen van films bepaalde gevoeligheden die specifiek zijn voor een bepaalde periode?

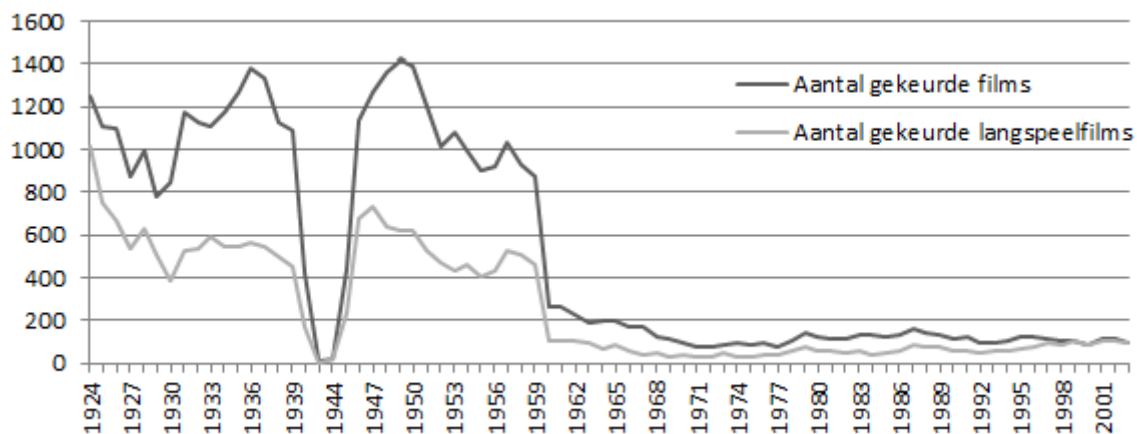
### **Aantallen gekeurde films**

<sup>88</sup> De laatste coupure dateert van 2 september 1992. De film in kwestie was *Vijf meisjes en een touw/Cinq filles et une corde*, de door *Progrès* verdeelde, Taiwanese film *Wu ge nu zi he yi gen sheng zi* (1990). De motivatie om te knippen was: ‘Aangenomen onder de voorwaarde te snijden de brutaliteit en het bloederig karakter van het baren. De bloederige beelden, lichaam van de vrouw gesleurd in de stoel, reactie van de zuster. Beelden van het lichaam na het baren’ (ARA, stuk 1243).



Tussen 1922 en 2003 keurde de commissie 45.365 films, waarvan 24.623 langspeelfilms. Het aantal gekeurde films per jaar schommelt aanzienlijk (Grafiek 1).<sup>89</sup> Opmerkelijk is dat het aantal films tijdens de decennia voor en na de Tweede Wereldoorlog opmerkelijk hoog lag. Tot 1960 werden gemiddeld 1.109,3 films per jaar aangeboden. Wanneer we enkel de langspeelfilms bekijken is dit een gemiddelde van 561,5 films per jaar. Aan de ene kant bevestigen deze hoge gemiddelden de hypothese dat de filmkeuring geen marginaal verschijnsel was en dat vele distributeurs vrijwillig aan het systeem deelnamen. Aan de andere kant staven deze cijfers de beweringen dat België vanaf het prille begin een belangrijke filmmarkt was, met niet alleen veel films, maar ook met een uitzonderlijk hoog aantal bioscopen en filmvertoningen (Auteur, 2007).

**Grafiek 1. Evolutie aantal gekeurde films tussen 1922 en 2003**



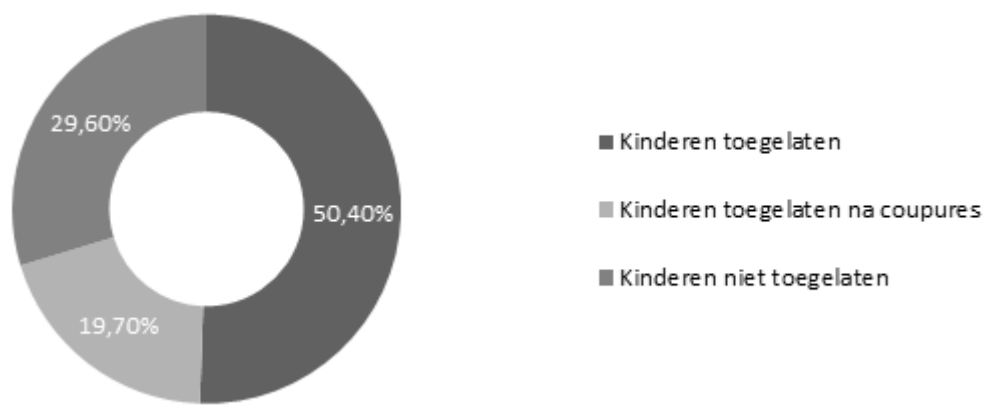
Een bijzondere periode is de Tweede Wereldoorlog. Hoewel de activiteiten van de *BFC* niet onmiddellijk werden stopgezet bij de invasie van België in mei 1940, was de rol van de commissie snel uitgespeeld. In april 1941 werd de *BFC* ontbonden en installeerde de Duitse bezetter een strak censuurregime. Na de bevrijding van Brussel in september 1944 werden de activiteiten van de *BFC* geleidelijk hernomen; in de daarop volgende maanden had de *BFC* een beperkte activiteit, mede door de installatie van een militaire censuur die ook betrekking had op film. Pas vanaf midden 1945 kwam de filmkeuring terug op volle kracht, waarbij de *BFC* zich opnieuw streng opstelde. Opvallend is dat vanaf 1959 het aantal gekeurde films aanzienlijk daalt. Dit heeft te maken met de crisis in het Belgische bioscoopwezen, wat onder meer tot gevolg had dat een kleiner aantal films in roulatie kwam. De daling hangt vermoedelijk ook samen met ontwikkelingen in de internationale filmproductie, met name de groei van de *adult film* en de vaak op een cinefiele publiek afgestemde auteurscinema. Opmerkelijk is dat rond diezelfde periode verhoudingsgewijs steeds minder kortfilms worden gekeurd, een aantal dat quasi tot nul herleid wordt vanaf de jaren 1990. De langspeelfilm werd met andere woorden gaandeweg de norm in de bioscoop, ten nadele van korte documentaires, komedies, journaals of animatiefilms.

### ***Basisbeslissingen***

<sup>89</sup> In onderstaande grafiek laten we de eerste twee jaar van onze database (1923-1924) buiten beschouwing. Bij de opstart van de *BFC* lieten filmdistributeurs massaal veel oude filmstock keuren. Vanaf 1924 namen recente films de overhand.

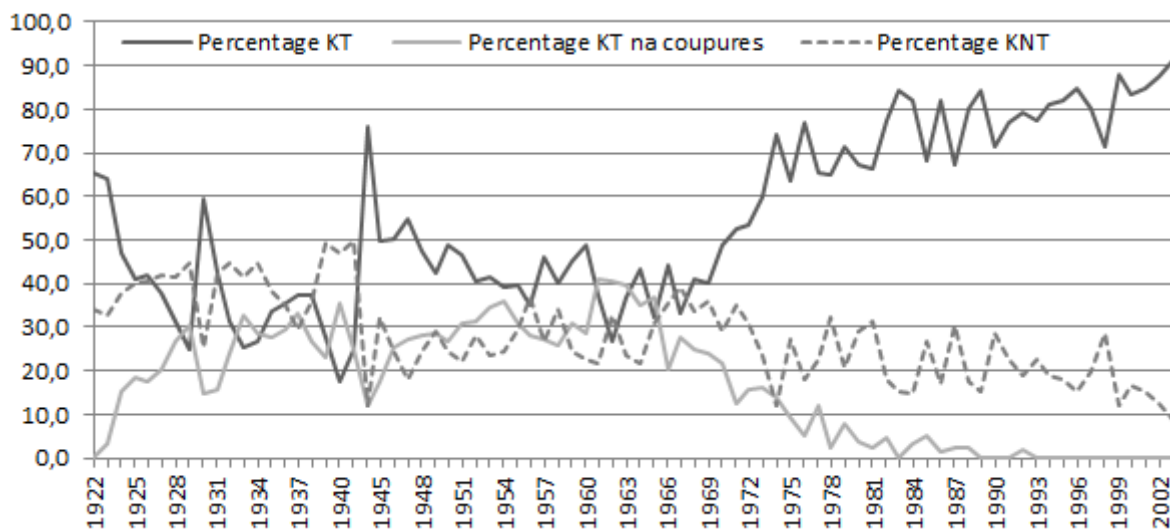
Een tweede vraag betreft de evolutie van de basisbeslissingen van de *BFC*, met name welk label de commissie aan gekeurde films oplegde. Wanneer we de volledige inventarisdatabase bekijken, zien we dat meer dan de helft van alle aangeboden langspeelfilms (50,4%) het label kinderen toegelaten (KT) ontving. Een vijfde (19,7%) van de films kreeg het KT-label nadat bepaalde beelden waren geknipt, terwijl 29,6% KNT werd bevonden (Grafiek 2).

**Grafiek 2. Keuring langspeelfilms tussen 1922 en 2003**



Het knippen van films was dus een vrij courante aangelegenheid, al zijn er periodes waarin duidelijk meer geknipt werd dan anders (Grafiek 3). Vooral tijdens het interbellum bleken filmkeurders bijzonder streng. In de jaren 1920 en 1930 kreeg slechts één derde van alle voorgelegde filmtitels een goedkeuring (37,1%), terwijl ongeveer een kwart werd geknipt (23,6%). De meeste films werden echter verworpen of voorzien van het KNT-label (39,2%). Het knippen van films was dus voor de *BFC* van bij de start geen marginale praktijk.

**Grafiek 3. Evolutie keuring films tussen 1922 en 2003**



Tot het midden van de jaren 1960 bleef de *BFC* heel wat films afkeuren (tussen 20 en 40%), terwijl het aantal geknipte films schommelde rond de 30 procent. De verdere popularisering van de televisie en de neergang van het bioscoopbezoek zorgden er vanaf de jaren 1960 en 1970 voor dat het dossier van de filmkeuring geleidelijk naar de marge opschoof. De internationale cinema reageerde op de crisis in de sector door steeds openlijker in te zetten op een exploratie van de grenzen van geweld en seksualiteit, zowel in de commerciële als in de *arthouse*-cinema. In een Belgische context, waarin geen sprake was van een verplichte filmcensuur, betekende dit dat heel wat distributeurs hun films niet meer voorlegden aan de *BFC*. Het belang van de keuring werd daardoor uitgehold. De filmkeuring werd in deze periode ook aanzienlijk milder, getuige het dalend aantal coupures en weigeringen. In dezelfde periode was de positie van de *BFC* als disciplinerend orgaan ten aanzien van film uitgespeeld en werd het overgenomen door het gerechtelijke apparaat, dat in nogal wat gevallen hard optrad tegen (de uitbaters van semi-)pornografische films. De filmsector beseftte intussen dat de Belgische filmkeuring al bij al een zacht eitje was, zeker in vergelijking met de soms nog harde censuur in enkele andere landen zoals Frankrijk waar de (politieke) controle op de inhoud van films nog in volle hevigheid doorging. In de jaren 1980 bouwde de *BFC* de praktijk van coupures stelselmatig af, met in 1992 een laatste aanslag op de artistieke integriteit van een film. In dezelfde periode nam het aantal geweigerde films (KNT) gevoelig af en zakte het zelfs tot onder de tien procent.

### *Coupureredenen*

Een belangrijke vraag betreft de redenen om films te knippen. Tabel 3 geeft de twintig meest ‘problematische’ representaties weer, in die zin dat de *BFC* deze beelden het vaakst liet knippen. Samen staan deze twintig categorieën in voor 84% van alle opgegeven redenen tot knippen. Representaties van wapens zijn daarbij veruit de meest geknipte categorie (18,8%), gevolgd door het tonen van vechtpartijen (13,5%), liefdesscènes (6%), overspel (4,6%) en moord (4,5%). Wanneer we deze twintig redenen tot knippen opdelen in grotere clusters zoals geweld/criminaliteit en erotiek, is het duidelijk dat de eerste cluster overheerst op de tweede. In meer dan de helft van de gevallen, vroeg de *BFC* om beelden te knippen omwille van de representatie van geweld en criminaliteit.<sup>90</sup> Een tweede grote cluster betreft erotische beelden, goed voor 21,1% van alle beschreven coupures. Binnen deze categorie vallen niet alleen de expliciete liefdesscènes (6%). Ook iets te erotische dansen (2,9%), kussende koppels (4,2%) en zelfs te suggestief in beeld gebrachte slaapkamers (1,6%) moesten er vaak aan geloven.

**Tabel 3. Overzicht redenen tot coupures tussen 1922 en 2003**

Coupureredenen	Frequentie	%
Cluster Geweld en criminaliteit	7868	55,0
Wapens	2680	18,8

<sup>90</sup> We hanteren hier de definitie van geweld zoals in de *National Television Violence Study*: ‘Violence is defined as any overt depiction of a credible threat of physical force or the actual use of such force intended to physically harm an animate being or groups of beings. Violence also includes certain depictions of physically harmful consequences against an inmate being or group that occur as unseen violent means.’ (Kunkel, et al., 1995: 284-291). Wegens de dunne scheidingslijn tussen geweld en criminaliteit (in deze studie gedefinieerd als daden die strafbaar zijn volgens het strafrecht) hebben we ervoor geopteerd om deze representaties samen te behandelen. De indeling is louter indicatief en staat open voor discussie. Zo hebben we ervoor geopteerd om prostitutie onder erotiek te plaatsen, terwijl prostitutie op sommige ogenblikken strafbaar werd gesteld door het Belgisch Strafrecht. Onder ‘erotiek’ verstaan we alle menselijke voorstellingen (dromen, fantasieën, gedachten) en handelingen die indirect (= sensueel) of direct (= seksueel) te maken hebben met seksualiteit.

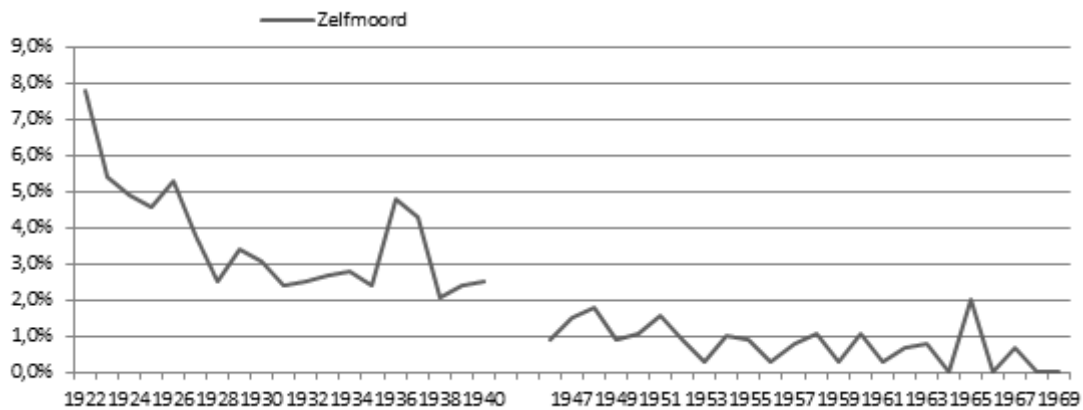
Vechtpartij	1933	13,5
Moord	660	4,5
Diefstal	572	4,0
Geweld ten opzichte van vrouwen	353	2,5
Vervalsing	273	1,9
Geweld ten opzichte van dieren	256	1,8
Brandstichting	234	1,6
Foltering	210	1,5
Lijken	198	1,4
Gokken	181	1,3
Bloed en verwondingen	177	1,2
Executie	141	1,0
Cluster Erotiek	3107	21,1
Liefdesscène	858	6,0
Kus	594	4,2
Dans	418	2,9
Naakt	407	2,8
Uitkleden	286	2,0
Prostitutie	223	1,6
Slaapkamer	231	1,6
Andere	1120	7,9
Zelfmoord	328	2,3
Alcoholmisbruik	142	1,0
Overspel	650	4,6
Totaal	12005	84,0

### ***Evolutie coupureredenen***

Uiteraard veranderden de gevoeligheden van de filmkeuringscommissie door de jaren heen. Sommige coupureredenen kennen een zeer opvallend verloop. Zo bleek zelfmoord een bijzonder gevoelig thema tot het einde van de jaren 1930. Tijdens de jaren 1920 werd gemiddeld vijf procent van alle beelden geknipt omwille van de representatie van zelfmoord, tijdens de jaren 1930 was dat drie procent. Na de Tweede Wereldoorlog zakte dit van amper één procent tijdens de jaren 1950 tot quasi nul vanaf de jaren 1960. Deze cijfers lijken op het eerste zicht bedrieglijk klein, maar staan uiteraard in verhouding met het aantal zelfmoorden die vervat zitten in de aangeboden films, een cijfer dat moeilijk te achterhalen valt. Toch doen de coupureschriften, en dan voornamelijk die uit de jaren 1920, vermoeden dat zelfmoord op een vrij systematische manier geknipt, verbloemd of veranderd werd naar een meer ‘natuurlijke’ dood. Tijdens de periode van de stille film waren de mogelijkheden om een film aan te passen dan ook vrij uitgebreid. Zo konden bepaalde scènes of tussentitels weggelaten worden, maar eveneens konden bepaalde verklarende tussentitels relatief eenvoudig gewijzigd worden om een andere interpretatie aan de beelden te geven. In het geval van zelfmoord vroeg de *BFC* vaak om tussentitels te wijzigen zodat zelfmoorden leken op ongevallen of zelfs moord. Zo vroeg de filmkeuringscommissie om de tussentitels in *Darkness and Daylight*

(1923, VSA) te wijzigen om zelfmoord in een ongeluk te veranderen ('transformant le suicide en accident'). De verdeler van de Russische film *Liuboc-nevavist-smert* (*De l'Amour à la mort*, 1918, Rusland) moest de tekst veranderen naar 'de façon de faire croire à la mort naturelle'.<sup>91</sup> De leden van de filmkeuringscommissie waren immers van mening dat 'suicide est toujours contagieux pour les enfants'.<sup>92</sup>

**Grafiek 4. Evolutie knippen wegens zelfmoord tussen 1922 en 1969**



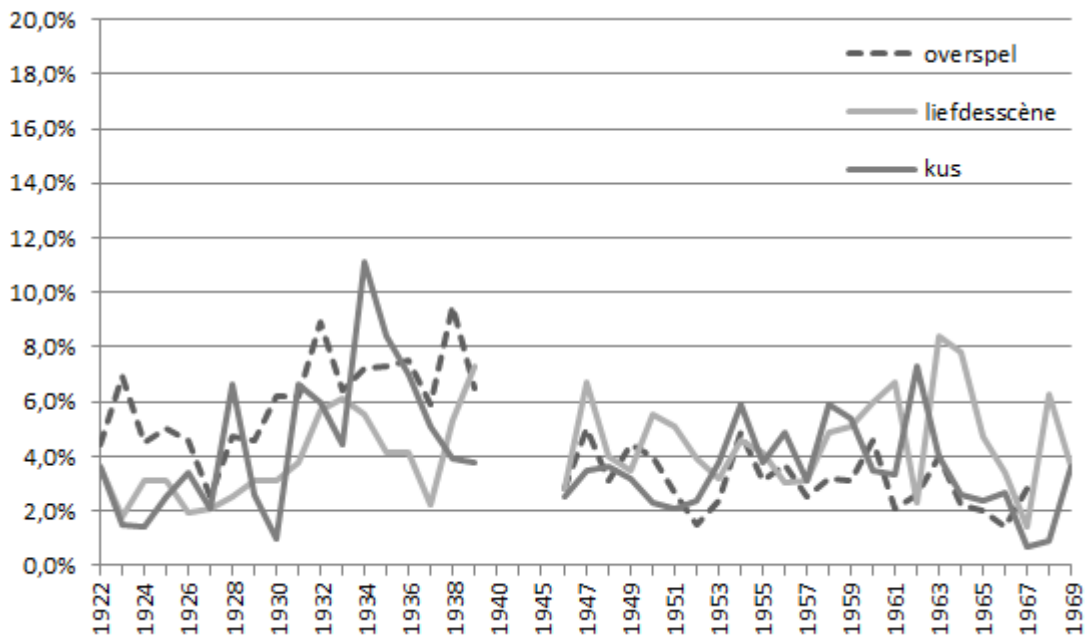
Een andere categorie van coupureredenen, die volgens de *BFC* kinderen 'verkeerde' waarden en normen voorschotelten, betreft de representaties van overspel en erotiek.<sup>93</sup> Zoals Grafiek 5 aantoont was de bezorgdheid om liefdesscènes vrij stabiel zowel voor als na de Tweede Wereldoorlog. Het was vooral de representatie van kussende personages en verwijzingen naar overspel die menig film tijdens het interbellum de das om deden.

**Grafiek 5. Evolutie van liefdesscène, kus en overspel als reden voor coupure tussen 1922 en 2003**

<sup>91</sup> Citaat uit coupurebeschrijvingen *BFC* van 9 oktober 1923.

<sup>92</sup> Het citaat is afkomstig uit de coupurebeschrijving van *Visages d'enfants* (1925, Frankrijk), gekeurd op 27 januari 1925.

<sup>93</sup> Wanneer er in de coupurebeschrijving expliciet werd verwezen naar een kus tussen personages werd de coupurereden onder kus ondergebracht, in alle andere gevallen werd de reden gecodeerd als liefdesscène.



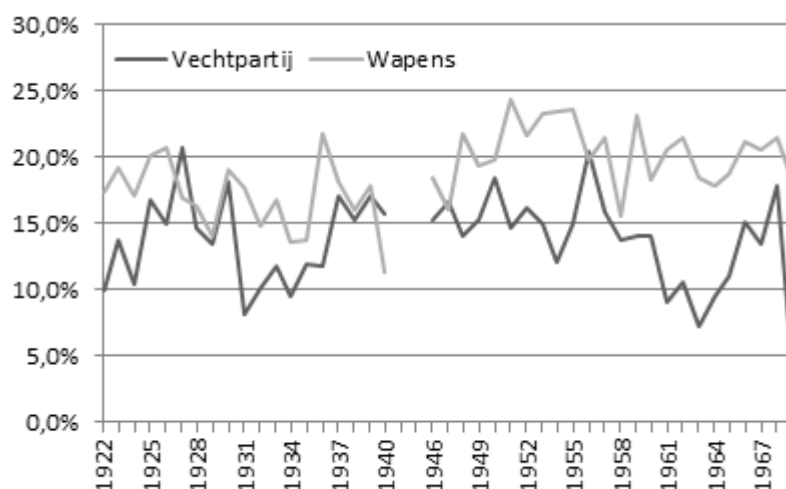
De gevoeligheid voor representaties van overspel kwam voor een groot deel voort uit de bekommernis om het hoge aantal echtscheidingen na de oorlog. Zelfs het woord ‘overspel’ was taboe. Zo vroeg de commissie in 1929: ‘*suppression du mot adultère ... remplacer par un autre terme, l’adultère n’existant pas.*’<sup>94</sup> Ook woorden als ‘*amant*’ en ‘*maîtresse*’ verdwenen uit de tussentitels. Of ze werden vervangen door andere woorden. Zo werden minnaars vaak gewone vrienden. Bij de film *La course à l’amour* uit 1923 gaf de commissie volgende aanbeveling: ‘*Remplacez le mot ‘amant’ par ‘ami’.*’<sup>95</sup> Zinnen als ‘*je n’ai aucune scrupule avec les femmes des autres*’ werden onherroepelijk geknipt uit een film als *Claudia* (1943, VSA) en ook de bewering dat ‘*men tussen twee mannen [kan] beminnen en misschien hen tenslotte gaan verwarren*’ uit Ingmar Bergmans *Beröringen* (1971, Zweden) mocht niet aan kinderen vertoond worden.

Andere gevoeligheden veranderen dan weer nauwelijks over de jaren heen, ondanks de wijzigende demografie van het filmpubliek of de veranderingen in de filmproductie. De representatie van wapens en vechtpartijen bijvoorbeeld, werd bijna even vaak voor als na de Tweede Wereldoorlog geknipt, zoals te zien is in Grafiek 6.

### Grafiek 6. Evolutie knippen wegens vechtpartij en wapens tussen 1922 en 1969

<sup>94</sup> *Le torchon brûle* (originele titel onbekend, Franstalige titel gedistribueerd door *Fox Film*).

<sup>95</sup> *La course à l’amour* (1923, Frankrijk).



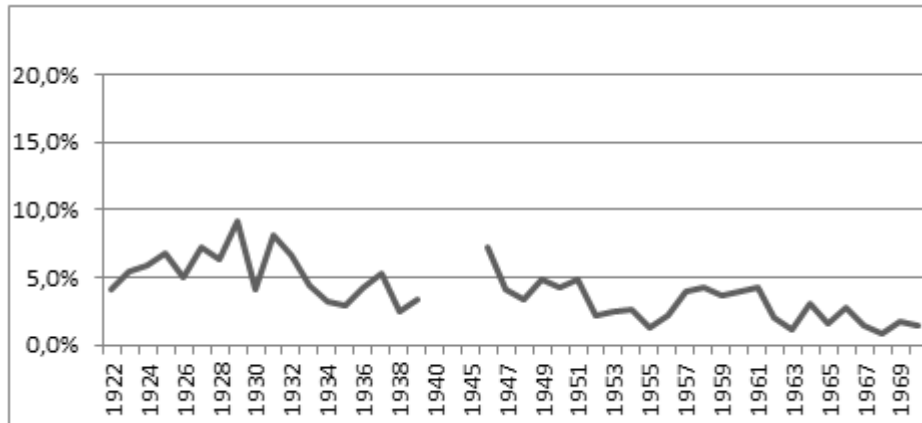
Ook de representatie van diefstal bleek in hoofde van de Belgische filmkeurders een gevaar voor kinderen. Hoewel het percentage geknipte beelden omwille van deze reden na 1945 nooit meer haar vooroorlogs peil bereikte, bleef het knippen van diefstallen vrij courant (Grafiek 7). Dit vloeide uiteraard voort uit de aanhoudend geformuleerde overtuiging dat representaties van gewelddaden of criminele feiten aanzetten tot misdadig *copycat* gedrag. Dat het vaak om diefstal van banale zaken ging blijkt uit de coupurebeschrijvingen. Zo haalden de diefstal van een Bijbel, chocolade, hesp, eieren, en confituur doorgaans het witte scherm niet.<sup>96</sup> Ook tussentitels die diefstal goedpraatten werden onherroepelijk geknipt zoals in het geval van George Pallu's *Les Coeurs héroïques* (1927, Frankrijk) waar men 'Ce qu'on ne peut pas acheter, on le chipe' uit de film deed verwijderen, net als de zinnen 'Ce que tu n'as pas, tu le prends aux autres' uit *Juanita* (1935, Frankrijk) en 'Tout le monde vole' uit *Les Bataliers de la Volga* (1936, Frankrijk). Representaties van diefstal werden niet enkel weggeknipt, ze konden ook voldoende reden zijn om een film in zijn geheel te weigeren, zoals het geval was voor *Coeur de Titi* (1921, Frankrijk) en *Oliver Twist* (1933, VSA) waarover de commissie in 1933 schreef dat 'le film est inadmissible pour les enfants. On nous y introduit dans un repaire de malfaiteurs qui est une école de vol à la tire.'<sup>97</sup> En ook films van alom gevierde artiesten ontsnapten de dans niet. Zo werd Charlie Chaplins *Police* (1916, VSA) die naar het Frans toepasselijk werd vertaald als *Charlot cambrioleur* unaniem geweigerd wegens de 'nombreuses scènes de cambriolages' die 'mauvais exemples' zouden zijn.<sup>98</sup>

### Grafiek 7. Evolutie van diefstal als reden voor coupure tussen 1922 en 2003

<sup>96</sup> Deze werden respectievelijk geknipt in *Fille d'orient* (originele titel onbekend) in 1922, *The live light* (1921, VSA) in 1923, *Mais comment donc* (originele titel onbekend) in 1927 en *The rescue* (1926, VSA) in 1929.

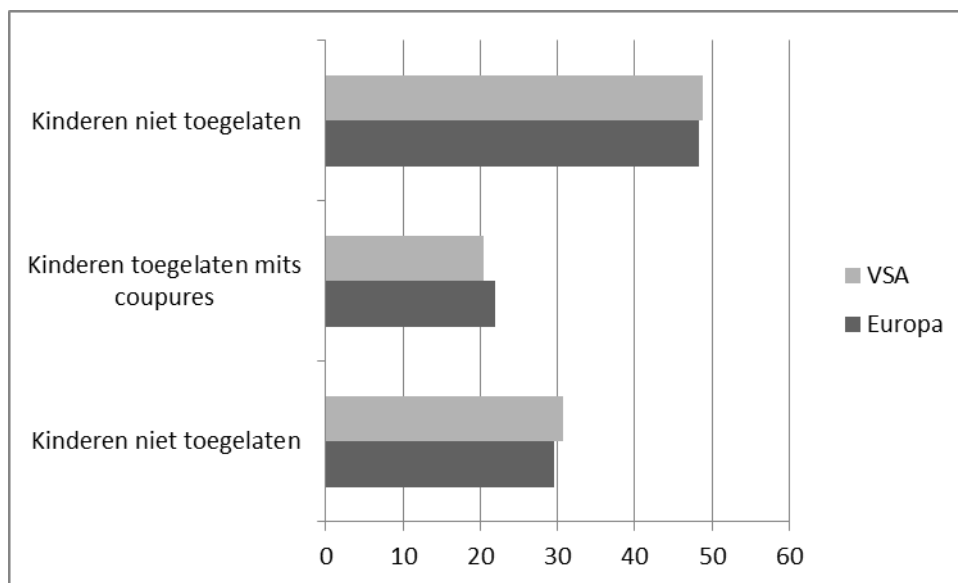
<sup>97</sup> Eerste film gekeurd op 27 april 1921 en 'refusé pour scènes de vol', tweede film gekeurd op 22 augustus 1933.

<sup>98</sup> Proces Verbaal van de *Commission du Contrôle des Films Cinématographiques*, 11 mei 1933.



Deze algemene analyse van coupurerechten kan op diverse wijzen verder worden verfijnd. Een interessante insteek betreft de herkomst van de films, voornamelijk dan het onderscheid tussen Europese en Hollywood-films. Op het eerste zicht behandelde de *BFC* films uit Europa en de VSA op eenzelfde manier. Zo keurde ze ongeveer de helft van de films van beide continenten goed, vroeg in één vijfde van de gevallen om coupures en weigerde een derde van de voorgelegde films het KT-label toe te kennen (zie Grafiek 8).

**Grafiek 8. Keuring van Europese versus VSA films tussen 1922 en 2003 (%)**



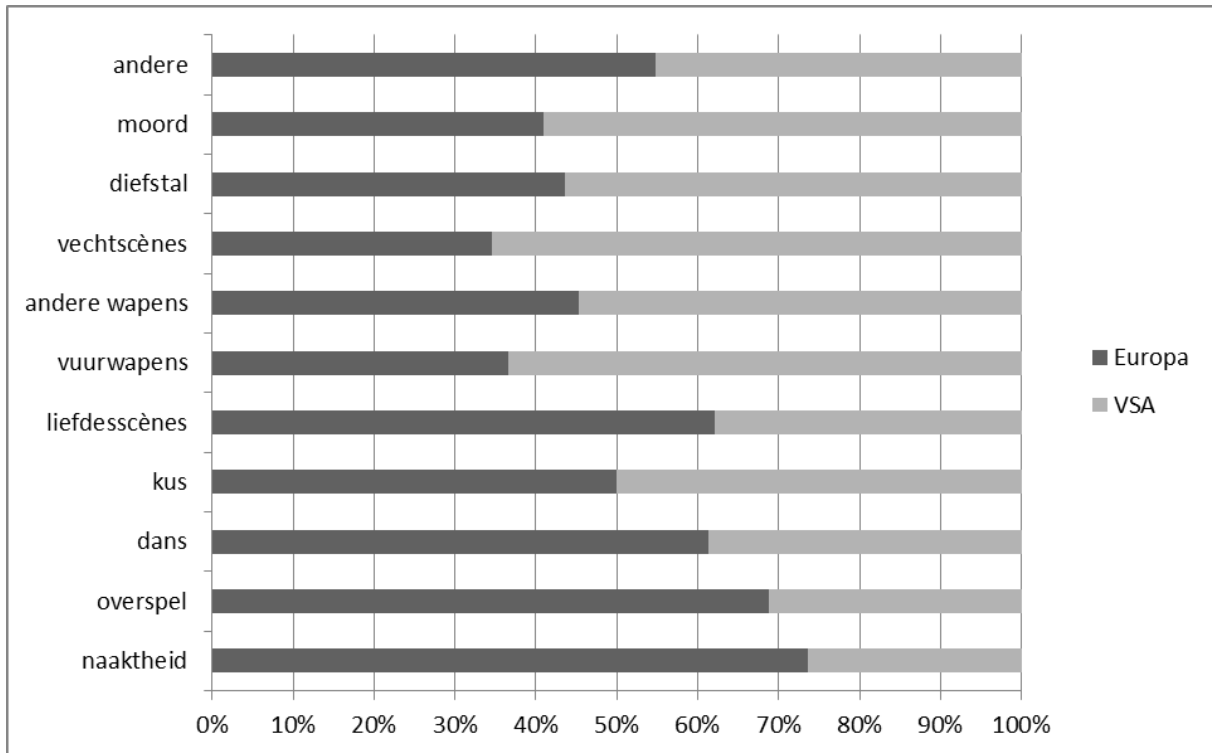
Als we de redenen waarom deze films geknipt worden bij de analyse betrekken, merken we toch een duidelijk verschil tussen de herkomst van de film (zie Grafiek 9).<sup>99</sup> Wanneer we de tien meest opgegeven redenen voor coupures bekijken zien we dat Europese film procentueel vaker geknipt werden omwille van representaties van naaktheid, dans, liefdesscènes en overspel dan films uit de VSA. Terwijl de coupures van Europese films dus meer in de erotische sfeer lagen, hadden de coupures van Amerikaanse films meer te maken met de representatie van geweld. Zo werden Amerikaanse films vaker dan Europese geknipt omwille van het tonen van wapens, vuurwapens, tweegechten, diefstal en moord. Deze vaststelling

<sup>99</sup> Alle percentageverschillen zijn significant met een betrouwbaarheidsinterval van 95%.



ligt enigszins in de lijn van het meer gewelddadige imago van de Hollywoodfilm (Slocum, 2001; Prince, 2003).

**Grafiek 9. Redenen voor coupures van films uit Europa en de VSA tussen 1922 en 2003 (coupuredatabase; % van de geknipte scènes)**



### Slotbedenkingen

Hoewel België bleef vasthouden aan de grondwettelijke bepalingen inzake vrije meningsuiting en persvrijheid (breder dan mediavrijheid), werd het debat over de gevaren van film beantwoord met een unieke vorm van controle. In tegenstelling tot de meeste andere landen waar cinema in het begin van de vorige eeuw uitgroeide tot een dominante vrijetijdsbesteding, opteerde de Belgische wetgever om geen verplichte filmcensuur op te leggen. In het kader van een discours ter bescherming van het kind richtte de Belgische filmkeuring zich op een vrijwillige controle. Hoewel de filmkeuring dus niet verplicht was, is het opvallend hoe de *BFC* zich snel ontpopte tot een stroef disciplinerend overheidsapparaat dat streng toekeek op wat er op de Belgische schermen te zien was. Tot de jaren 1970 kwam slechts iets meer dan één derde van de voorgelegde films zonder kleerscheuren door de molen van de *BFC*. Eén derde van de films werd pas goedgekeurd na coupures, terwijl ongeveer eenzelfde aandeel het KNT-label kreeg. De commissie had enkel een bevoegdheid ten aanzien van kinderen (tot 16 jaar) en kon geen totaalverbod opleggen, maar anderzijds maakte ze gretig gebruik van de mogelijkheid om fragmenten te knippen en aan kinderen te onttrekken.

Een interessant aspect in deze keuringspraktijk is dat, hoewel de *BFC* streng en vaak onverbiddelijk oordeelde, er toch ruimte bestond voor overleg met de sector. Zo voorzag de wetgever de mogelijkheid om in beroep te gaan tegen beslissingen van de *BFC*. Dit proces, dat tot drie of meer keuringen kon oplopen, ging veelal gepaard met gesprekken tussen de verdeler, de *BFC*-voorzitter en zijn staf. Dit onderhandelingsproces kon diverse richtingen uitgaan, maar dikwijls mondde het uit in (bijkomende) knipsels of in door de distributeur zelf

doorgevoerde coupures (*coupures préalables*). Dit fenomeen wijst op processen van onderhandeling, zelfcensuur en de boeiende band tussen publieke moraal, ethiek en commerciële belangen.

Vanaf de jaren 1970 taande de macht van de *BFC*. Het dalend belang van de publieke vertoning van film in de bioscoop, de gezapigheid van de *BFC* en de relatieve tevredenheid van de sector leidden ertoe dat er maar weinig politieke interesse was voor het filmdossier. De Belgische staatshervorming van 1988 voorzag in een samenwerkingsakkoord tussen de Vlaamse, de Franse en de Duitstalige Gemeenschap, waarna de vroegere nationale filmkeuringscommissie werd vervangen door de *Intergemeenschapscommissie voor de Filmkeuring*. In de praktijk volgde de Belgische filmkeuring nog steeds zo goed als ongewijzigd het patroon van 1920. Dit neemt niet weg dat de commissie bleef (blijft) worstelen met heel wat problemen, waaronder een vage definitie van de basisdoelstelling, naast een gebrekkige coherentie en transparantie van de ‘rechtspraak’ van de *BFC*. Een ander bezwaar is dat de wet van 1920 inzake de filmkeuring ongenueanceerd slechts één leeftijdscategorie hanteerde, daar waar in de meeste andere landen verschillende leeftijdscategorieën gelden. Een ander frequent geformuleerd bezwaar, namelijk dat tegen de samenstelling en het gebrek aan representativiteit van de keuringscommissie (te veel ouderen, te weinig deskundige pedagogen, ontwikkelingspsychologen,...), werd in 2001 gedeeltelijk aangepakt met een hernieuwing van de commissieleden, maar of het echt vruchten afwerpt blijft onduidelijk.<sup>100</sup> Bovendien bestaat er heel wat onduidelijkheid over het bevoegdheidsniveau, wat vooral tot uiting kwam toen de *Raad van State* in november 2004 in een arrest oordeelde dat de bepaling van leeftijdsgrenzen een federale materie was gebleven. Ook is de Belgische wetgeving niet in een Europese context geïntegreerd (Lievens, 2005).

De grootste kritiek betreft echter het veel te enge toepassingsgebied. Door zich te beperken tot de controle van de bioscoopfilm kan niet worden verhinderd dat een minderjarige in de videotheek of in een grootwarenhuis ongehinderd films huurt of koopt, of via het internet films downloadt of bekijkt, waaronder ook films die door de *BFC* als KNT werden gekwalificeerd of films die helemaal niet aan de filmkeuring werden voorgelegd. De oorspronkelijke wetgeving is immers niet van toepassing op DVD, *entertainment software* (videogames), televisie-uitzendingen en het internet. Een poging om via een nieuw KB in april 2007 de filmkeuring terug op het goede spoor te krijgen, heeft de problemen inzake de praktische werking van de filmkeuring niet kunnen oplossen (Voorhoof, 2012). Het moge duidelijk zijn: in haar huidige constellatie kan de *BFC* nauwelijks voldoen aan de behoeften van een multimediale convergentiesamenleving waar de toegang tot audiovisuele beelden sneller, makkelijker en via diverse platformen verloopt.<sup>101</sup>

## Bibliografie

Auteur (2005; 2007; 2008; 2009a; 2009b; 2013; 2014)

Auteur & Auteur (2005; 2006; 2009)

---

<sup>100</sup> *Belgisch Staatsblad*, 7 december 2001.

<sup>101</sup> Eind 2014 kondigde de nieuwe Vlaamse minister van Cultuur, Jeugd, Media en Brussel Sven Gatz aan om werk te maken van het filmkeuringsdossier. In het najaar 2015 werd, na consultatie van verschillende stakeholders, een studiedag georganiseerd met als doel te komen tot een systeem van co-regulering, waarbij zou worden gestreefd naar een uniforme regeling voor heel het Belgische grondgebied. Bij het ter perse gaan van dit boek bestaat de oude *BFC* nog steeds. Zie bijvoorbeeld het Verslag van de vergadering van de Commissie voor Cultuur, Jeugd, Media en Brussel van 26 februari 2015 (<https://www.vlaamsparlement.be/commissies/commissievergaderingen/958357/verslag/961168>).

- Auteur, Auteur & Desmet (2008)
- Barker, M. & Petley, J. (1997) *Ill effects. The media/violence debate*. Londen: Routledge.
- Boëthius, U. (1995) 'Youth, the media and moral panics', pp. 39-57 in J. Fornäs & G. Bolin (eds.) *Youth culture in late modernity*. Londen: Sage.
- Boyle, K. (2005) *Media and violence*. Londen: Sage.
- Drotner, K. (1992) 'Modernity and media panics', pp. 42-64 in M. Skovmand & K.C. Schroder (eds.) *Media cultures. Reappraising transnational media*. Londen: Routledge.
- Freedman, J., L. (2002) *Media violence and its effect on aggression. Assessing the scientific evidence*. Toronto: University of Toronto Press.
- Gauntlett, D. (2005) *Moving experiences. Media effects and beyond. Second edition*. Eastleigh: John Libbey Publishing.
- Heins, M. (2007) *Not in front of the children. 'Indecency', censorship, and the innocence of youth*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Jones, G. (2002) *Killing monsters: Why children need fantasy, super heroes, and make-believe violence*. New York: Basic Books.
- Kunkel, D., et al. (1995) 'Measuring television violence: the importance of context', *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 39(2): 284-291.
- Lievens, E. (2005) 'Filmkeuring: houdbaarheidsdatum verstreken?', *Auteurs & Media*, 3, 2005: 223-231.
- McDonald, D. (2009) 'Twentieth-Century media effects research', pp. 183-200 in J.D. Downing, D. McQuail, P. Schlesinger & E. Wartella (eds.) *The SAGE Handbook of Media Studies*. Londen: Sage.
- Prince, S. (2003) *Classical film violence: Designing and regulating brutality in Hollywood cinema, 1930-1968*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Schechter, H. (2005) *Savage pastimes: A cultural history of violent entertainment*. New York: St. Martin's Press.
- Slocum, J.D. (2001) *Violence and American cinema*. New York: AFI/Routledge.
- Staiger, J. (2000) *Perverse spectators: The practices of film reception*. New York: New York University Press.
- Trend, D. (2007) *The myth of media violence. A critical introduction*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Voorhoof, D. (2012) 'Oproep aan de politici en de filmsector: weg met de Belgische filmkeuring!', *Auteurs & Media*, 6: 515-517.
- Wistrich, E. (1978) *'I don't mind the sex, it's the violence': Film censorship explored*. Londen: Marion Boyars.

## **Billenkletsers en tranentrekkers.**

### **Reflecties over canoniseringsprocessen in de filmgeschiedenis**

**Lies Van de Vijver**

## Abstract

De traditionele filmcanon is een historische constructie gebaseerd op selectieve criteria die evaluatief en politiek van aard zijn. Aan de hand van empirische onderzoeksmethoden worden een sociaal en een commercieel filmcanon geschetst als voorbeelden van alternatieve filmgeschiedenissen. Een canon van herinnerde films en een canon van populaire films beschrijven een meer democratisch gedefinieerd filmcanon van billenkletsers en meezingers die minder gekend zijn binnen de esthetische filmhistoriografie.

*The historian must be governed by a number of guidelines:  
1. That all previous film history is not the history but a history.*  
Mottram (1980: 346)

## Inleiding

Film is als internationaal, transmediaal product belangrijk voor de bestudering van historische en hedendaagse vrijetijdspatronen. Filmacademici richten zich sinds de jaren 1960 vooral op de stilistische en narratieve dimensies van film. Hierbij wordt niet of slechts zijdelings gekeken naar de economische en sociaal-politieke context waarin een film wordt geproduceerd, verdeeld en vertoond. Door een nood aan academische erkenning van de discipline ten opzichte van andere onderzoeksdomeinen formuleren filmtheoretici, filmcritici en filmhistorici een afgebakend canon, analytische technieken en een selectief corpus aan literatuur (Altman, 2009). De filmcanon beperkt zich tot een gelimiteerde groep films die als standaard de hoogste esthetische kwaliteit van het medium moeten representeren (Cook, 1990; Thompson & Bordwell, 2003).

De afbakening van de filmcanon is een historische constructie die vaak gebaseerd is op criteria die lineair en evaluatief van aard zijn. Canonisering van film is niet alleen een praktisch, ordenend middel, het is ook een vorm van machtsvertoon, wat bovendien volgens Staiger (1985) sterk politiek gedetermineerd is. Staiger argumenteert dat de selectiecriteria voor de filmcanon worden ingegeven door kunstzinnigheid. Daarom spreekt men van een esthetisch filmcanon. Men hanteert een politiek van erkenning; slechts enkele films worden toegelaten tot dat wat de culturele elite als esthetisch beschouwt. Maar hiervoor worden er teveel films geproduceerd. De criteria verschuiven vervolgens naar een politiek van selectie. Praktisch gezien kan niet elke film gezien en bestudeerd worden. Dit houdt een politiek van inclusie en exclusie in die gebaseerd is op drie kenmerken. Ten eerste is er efficiëntie; een corpus aan teksten wordt geïnstitutionaliseerd en referenties kunnen beknopt gehouden worden. Ten tweede wordt rekening gehouden met typicaliteit; een chaotisch geheel aan films wordt gegroepeerd op basis van generaliserende karakteristieken. Tot slot is er de evaluatie. Volgens Alieri (1983: 40) is evaluatie nooit belangenvrij of apolitiek, omdat selectieve keuzes die gebaseerd zijn op criteria zoals universaliteit, uniformiteit en duurzaamheid vaak de hegemonische maatschappij ondersteunen in plaats van een diversiteit representeren. Een canonic discours onderdrukt optionele waardesystemen en dat is een politiek van macht.

De constructie van deze filmcanon wordt in stand gehouden door filmcritici die cinefilie hoog in het vaandel dragen. De evaluatieve criteria en politieke selectie bewerkstelligen een dominant oordeelsysteem dat historische en sociale kwesties versluiert. De ideologische en feministische filmcritici kunnen daar geen volledig demythologiserend antwoord op geven (Staiger, 1985: 12-16). De canonformatie wordt gekenmerkt door een politiek van erkenning en selectie en ook bepaalde filmacademici die door de politiek-economische rol van de

Amerikaanse en Franse cinema een pioniersrol toebedeeld krijgen, ruggensteunen deze canon films, methoden en teksten. Ondanks de minder urgente nood van moderne filmwetenschappers aan een afgebakend canon, bestaat dit canon nog steeds (Wexman, 1985). De films uit de canon zitten een soort nostalgische diensttijd uit (McHill, 2012: 81). Daarenboven worden de films ook reactionair gehercanoniseerd tegen wat critici ‘de populariteitswedstrijden van apologeten uit de industrie’ (Rosenbaum, 2008: xvii) noemen.

De erfenis van de traditionele filmgeschiedenis zorgt voor een systematische marginalisering van de commerciële aard van het medium. Internationaal onderzoek naar de economische aard van distributie, exploitatie en receptie van film op een empirische onderzoeksbasis zorgt dan ook voor een revolutie binnen de filmgeschiedschrijving (Klenotic: 1994). Revisionistische filmgeschiedschrijving schrijft een economische en sociale geschiedenis van een culturele instelling. Het onderzoekt de manieren waarop filmesthetiek beïnvloed wordt door politiek-economische, maatschappelijke, industriële en technologische factoren. Deze filmgeschiedenis karakteriseert film als een cultureel product dat geconsumeerd wordt door een variëteit aan publieken. Hierdoor wordt een revisionistische filmhistoriografie als het ware op een meer democratische manier geschreven, omdat de filmcanon volledig opengetrokken wordt naar een definitie van onderuit. Door deze verandering in het filmhistorisch bewustzijn stellen Gomery en Allen in 1985 dat de filmgeschiedschrijving opgedeeld kan worden in vier disciplines: een esthetische, een technologische, een economische en een sociale filmhistoriografie. De esthetische filmgeschiedschrijving vertrekt vanuit de interpretatie van individuele filmteksten uit een geselecteerd filmcanon en geeft vooral een stilistisch en narratief beeld van het medium. Maar alle media hebben ook een technologische geschiedenis en daarenboven is film bij uitstek een transmediaal product dat geanalyseerd kan worden als handelswaar in een historisch en hedendaags kapitalistisch systeem. Bovendien maakt men dit medium hoofdzakelijk voor een publiek en dat is de focus van de sociale filmhistoriografie.

Deze internationale verschuiving en verbreding van de filmcanon heeft nog maar weinig navolging gekregen in Vlaanderen. De Vlaamse filmcanon kan echter uitgebreid worden met films die omwille van een technologische, commerciële of sociale factor een belangrijke rol spelen in de Vlaamse filmgeschiedenis. Als voorbeeld nemen we enerzijds een sociale en anderzijds een commerciële filmhistoriografie. Onderzoek naar de Gentse bioscopen en de bioscoopbezoekers definieert twee nieuwe filmcanons, namelijk een sociaal filmcanon van herinnerde films en een commercieel filmcanon van populair geprogrammeerde films.<sup>102</sup>

### **Een herinnerd filmcanon**

*Oral histories [...] exponentially increase the number and variety of available film histories; they implicitly contest both the empiricist objectification of film history and the epistemological authority of the interpretive analyst. They explode any notion of a master narrative.* (Allen, 2011: 55)

Het gebruik van mondelinge geschiedenis binnen filmstudies is geen evidentie, maar vanuit een interdisciplinaire invalshoek betekent het een absolute meerwaarde voor een evaluatie van

---

<sup>102</sup> De onderzoeken zijn uitgevoerd in het kader van het doctoraatsonderzoek van de auteur. Het historisch programmeringsonderzoek onderzoekt het filmaanbod en de programmeringsprofielen van de Gentse bioscopen tussen de jaren 1930 en de jaren 1960; het gaat om 8516 filmvoorstellingen en 4168 films. De mondelinge geschiedenis werkt rond de bioscoopbeleving en filmervaring in Gent; er werden 62 Gentenaars tussen 47 en 91 jaar geïnterviewd of in het totaal meer dan 70 uur interviews.

de esthetische filmcanon. Binnen internationaal onderzoek is er aandacht voor de rol van film binnen het geheugen; de persoonlijke en de collectieve herinnering, en de definiëring van *cinema memory*. De filmherinnering is een manier om het persoonlijke, het sociale en het historische samen te brengen. De relatie tussen een vertoning in het verleden en de herinnering aan dit gebeuren is verre van een imitatie; het verleden kan niet via directe vormen beleefd worden en dat geldt ook voor filmherinneringen. Een indirecte benadering van het verleden of *memory work* is een actief herinneringsproces waarbinnen een reflectieve houding wordt aangenomen tegenover het verleden en de reconstructie ervan in het geheugen (Kuhn, 2000: 186). Op deze manier zijn filmherinneringen geen passief magazijn van feiten, maar een actieve creatie van betekenis (Portelli, 1998: 69). Wanneer de herinnering als getuige of als discours fungeert in plaats van als waarheid, worden veronderstellingen in verband met de transparantie en de authenticiteit minder belangrijk. Filmherinneringen worden geanalyseerd als narratieven met eigen formele eigenschappen zoals de zelden aanwezige notie van sequentie en het belang van de metaforische betekenis van een filmherinnering. Op deze manier kan een sociaal filmcanon geschreven worden op basis van de steeds terugkomende herinnerde films; een canon zoals men zich die wil of kan herinneren.

Films worden doorgaans omwille van vier redenen herinnerd: (1) de films die vertoond worden wanneer men voor de eerste keer naar de bioscoop ging als kind, (2) de vergeten filmtitels die overleven door de aanwezigheid van populaire komieken of personages, (3) de filmtitels die herinnerd worden als memorabele gebeurtenissen, en tot slot (4) de filmtitels die enkel herinnerd worden omwille van de verboden of controversiële inhoud. Op deze manier wordt een canon geconstrueerd waarbinnen *Ben-Hur* (1959, VSA) en *King Kong* (1933, VSA) naast *Snow White and the Seven Dwarfs* (1939, VSA), *Et Dieu... créa la femme* (1956, Frankrijk/Italië) en *Die Goldene Stadt* (1942, Duitsland) staan.

Sommige filmtitels worden niet meteen herinnerd in verband met een concrete gebeurtenis en staan los van persoonlijke ervaringen in het geheugen gegrift. Vaak worden filmtitels herinnerd omwille van hun filmesthetische of historische waarde zoals de introductie van kleur of de eerste driedimensionale projectie (bv. *The Robe*, 1953, VSA). Bekende films zoals *Gone with the Wind* (1939, VSA) houden zelden een persoonlijke herinnering in en worden vermeld omdat ze bewust of onbewust in het culturele geheugen gegrift staan. *Gone with the Wind* is een internationaal cultureel icoon (Taylor, 1989). Het is een van de eerste films waarnaar verwezen wordt wanneer er expliciet gevraagd wordt naar een herinnerde filmtitel. Opmerkelijk genoeg wordt deze film niet herinnerd omwille van het verhaal. Sommige mannen wijzen met trots op het feit dat ze de film opzettelijk niet zagen of hun vrouw alleen lieten gaan. *Gone with the Wind* wordt vooral herinnerd omdat de film duidelijk anders was dan het gewoonlijke bioscoopbezoek: de film duurde uitzonderlijk lang, was 'kinderen niet toegelaten' en werd daarenboven meermaals bekeken. Voor jonge vrouwen zijn dit drie bijzondere karakteristieken voor een avondje uit naar de bioscoop. Bovendien was de film overduidelijk in het stadsbeeld aanwezig door geschilderde calicots en een uitzonderlijk lange omloop volgens respondenten. *Gone with the Wind* en films zoals het herinnerde *The Ten Commandments* (1956, VSA) en *Spartacus* (1960, VSA) dienen hierdoor dan ook als metafoor voor een nostalgische, epische filmcultuur tegenover een hedendaagse verafschuwde filmesthetiek. De grens tussen persoonlijke herinnering en cultureel geheugen is bijzonder moeilijk te onderscheiden en de klassieke filmcanon werkt hier als een cultureel referentiepunt.

Een ander deel van deze herinnerde filmcanon zijn de films uit het huis van *Walt Disney*. Kinderherinneringen aan de eerste filmvoorstellingen gaan over films zoals *Bambi* (1942,

VSA) en *Snow White and the Seven Dwarfs* (1937, VSA). De films van *Disney* werden te Gent voornamelijk herinnerd in de prestigieuze filmpaleizen in het centrum. Deze films worden dan ook beschouwd als een speciale gelegenheid; het is een herinnerd filmcanon die een wat opgeschroefde sfeer uitademt van net aangeklede kinderen, luxe bediening in de bioscoop en uitzonderlijke beleefdheid. Daarenboven getuigen deze films van een langdurig persoonlijk engagement door het bezit op videocassette of DVD en het doorgeven van deze filmcultuur aan kinderen of kleinkinderen toe. Ook hier worden canonieke films bevestigd in hun mythologische rol, deze keer van populair kinderentertainment. Toch is het opvallend dat deze herinneringen een elitaire sfeer uitademen. Een bezoek met Kerstmis aan de prestigieuze bioscoop in de stad is meer dan een gewoonlijk bioscoopbezoek (Auteur, 2015). De meer persoonlijke filmherinneringen spreken over bepaalde komische personages zoals 'Pat & Patachon', de personages van Charlie Chaplin en Bourvil, of de 'dikke en den dunne'. De filmtitels zijn helemaal niet belangrijk. De herinneringen van kinderen in de wijkzalen zitten nokvol referenties naar een joviale bioscoopsfeer, het gezelschap van vrienden en de knabbels van toen. De canon films wordt op deze manier aangevuld met een canon beleefde bioscoopervaringen van populaire billenkletsers in wijkzalen.

Van een heel andere orde zijn de herinneringen aan verboden films. Films geprogrammeerd onder een label 'kinderen niet toegelaten', 'af te raden' of 'te mijden' worden doorgaans op twee manieren herinnerd. Ten eerste illustreert *Et Dieu... créa la femme* (1956, Frankrijk/Italië) opnieuw een canon, deze keer van gereputeerde schandaalfilms met de nodige polemiek die in het toenmalige straatbeeld herinnerde protesten uitlokten, maar voornamelijk een enorme aantrekkingskracht uitoefenden op jongvolwassenen. Bovendien wordt de film zelden herinnerd zonder ook Brigitte Bardot te vernoemen. Uiteindelijk verbazen voornamelijk de levendige herinneringen aan minder gekende Duitse filmtitels zoals *Die Goldene Stadt* (1942) en *Das Bad auf der Tenne* (1943), die nog het meeste vraagtekens plaatsen bij een gevestigd filmcanon. In tegenstelling tot *Et Dieu... créa la femme* komen voornamelijk de levendig beschreven gewraakte scènes in de teleurgestelde herinnering naar boven, los van plot of vertoning: de dame in het bad zat te ver en de lakens op het bed waren te verhullend. Deze filmtitels kunnen zeker niet teleologisch geplaatst worden in een klassiek filmcanon en duiden zowel op de mythologiserende aard van deze canon als op de gaten in de klassieke, esthetische filmhistoriografie.

### **Een commercieel filmcanon**

*Film history had been written as if films had no audiences or were seen by everyone and in the same way, or as if however they were viewed and by whomever, the history of 'films' was distinct from and privileged over the history of their being taken up by the billions of people who have watched them since 1894.* (Allen, 1990: 348)

Een tweede manier om een nieuw filmcanon naast de klassieke canon te plaatsen, is door te kijken naar de marktwaarde van het product, wat volgens sommigen de essentie van film als een commercieel medium uitmaakt (Thissen, 2010). Het geeft een beeld van welke filmproducten, genres of namen het best verhandelbaar waren. Ray (1985: 141) merkt op dat er een erg groot contrast bestaat tussen de meest commercieel succesvolle films en films die uiteindelijk als belangrijk worden beschreven. Volgens hem is de filmgeschiedenis te lang geschreven met te weinig aandacht voor de inkomsten van de films. Deze studie van populaire films gaat over het commerciële circuit te Gent en houdt geen rekening met de niet-commerciële filmvoorstellingen in filmclubs en tijdens filmfestivals.

Internationale analyses van film op lokale markten gaan vaak uit van distributieoverzichten in vaktijdschriften. Deze overzichten tonen het filmaanbod op een markt, maar zeggen meestal erg weinig over de vraag op deze markt. De populariteit van bepaalde films kan gemeten worden aan de hand van de inkomsten van deze films binnen een bepaalde markt, maar deze gegevens zijn niet altijd meteen terug te vinden. Een andere manier om de populariteit van films te meten is de circulatie of de analyse van de vertoningsduur binnen een bepaalde markt (Sedgwick, 2000). Longitudinaal programmeringsonderzoek kan uitgevoerd worden op basis van de toenmalige krantenberichtgeving. Bovendien wordt rekening gehouden met de sociale en culturele ervaringspraktijken die verbonden zijn met deze diverse filmvertoningen. Er is bijvoorbeeld in Gent een groot verschil tussen de filmvertoningen in centrumzalen of wijkzalen. De centrumzalen worden uitgebaat door naamloze vennootschappen. Ze hebben een grote zaalcapaciteit en hanteren bovendien een prijsdifferentiatie naargelang tijdstip, leeftijd en zitplaats om een zo divers mogelijk publiek aan te spreken. Wijkzalen daarentegen worden uitgebaat door particulieren in bijberoep. Ze zijn gelegen in de belangrijkste straten van volkse arbeidersbuurten. Ze zijn kleiner, rekenen lagere prijzen aan en de films spelen zelden doorlopend. De programmering bestaat vaak uit films in episoden of films in dubbele programma's. Soms worden er loterijen georganiseerd om wekelijks bezoek te garanderen (Auteur, 2012). De sociale context van een avondje film is bijzonder divers binnen een bepaalde markt, waardoor de analyse van vertoningspraktijken tot een nieuw canon kan leiden.

Een belangrijke vaststelling voor het onderzoek over de jaren 1930 is dat in tegenstelling tot wat internationaal algemeen wordt aangenomen, het aandeel Amerikaanse films in Gent eigenlijk klein is. De Franse en Duitse film zijn samen meer aanwezig dan de Amerikaanse film. Het zijn bovendien voornamelijk de Europese producties die lang in omloop blijven. De langstlopende films uit de jaren 1930 zijn opmerkelijk van Duits-Oostenrijkse herkomst. In de vergetelheid geraakte producties zoals *Ich glaub' nie mehr an eine Frau* (1930, Duitsland) en *Leise flehen meine Lieder* (1933, Duitsland) kunnen tot achttien weken in omloop blijven, terwijl de gemiddelde omloop van een film op dat moment slechts twee weken bedraagt. Ook binnenlandse producties zoals *Alleen Voor U* van Jan Vanderheyden uit 1935 zijn erg populair. Amerikaanse drama's en Britse oorlogsfilms zoals *Over the Hill* (1931, VSA) en *I Was A Spy* (1933, Groot-Brittannië) zijn een *runaway hit*; dit zijn films die vaak veel geld opbrengen door voor een korte periode in grote zalen te spelen. Maar ook hierin worden ze overtroffen door de erg populaire operettes als *Im weißen Rössl* (1935, Duitsland/Oostenrijk) en *Frasquita* (1934, Oostenrijk). Deze films worden herhaaldelijk opnieuw opgenomen in de programma's van de wijkzalen en de arbeiderscinema *Vooruit*. Deze films staan niet meteen geboekstaafd als canon, maar te Gent zijn ze bijzonder populair. Erkende canonieke films als *Scarface* (1932, VSA) of *Zéro de Conduite* (1933, Frankrijk) zijn in die tijd op de programma's van de bioscopen zelfs van minimaal belang; ze spelen respectievelijk een week of helemaal niet.

Na de Tweede Wereldoorlog worden de Gentse zalen overspoeld door oude Amerikaanse films. Bijna drie vierde van de vertoonde films kwamen uit Hollywood en bijna allemaal zijn ze geproduceerd voor 1939. De Franse film wordt veel minder vertoond, maar de helft hiervan zijn wel recente producties en bovendien blijven voornamelijk de schandelijke Franse films tot vijf weken in omloop. Naast deze films zijn de langstlopende films in Gent na de oorlog erg kindvriendelijk; komedies als *Great Guns* (1941, VSA) en *Block-Heads* (1938, VSA) doen het voortreffelijk in het naoorlogs klimaat met zelfs twaalf weken omloop.



In de jaren 1950 is de Gentse filmexploitatie veel beter voorzien van recente Europese producties, zoals het populaire *Die Czardasfürstin* (1951, Duitsland). Amerikaanse films, zoals *The Great Caruso* (1951) hebben wel opnieuw het grootste aandeel, maar ze spelen doorgaans meer in de Gentse wijkzalen dan in de prestigieuze centrumzalen. Wijkzalen houden Amerikaanse westerns zoals *Apache Drums* (1951), avonturenfilms zoals *Captain Horatio Hornblower R.N.* (1951) en *The Mark of the Renegade* (1951) en muziekfilms zoals *Show Boat* (1951) tot acht weken in omloop. Centumbioscopen hanteren steeds meer voorkeuren in programmering van bepaalde landen, talen, genres en al dan niet controversiële films waardoor er meer diversificatie in de centrumzalen is dan in de wijkzalen. Hierdoor zijn films uit de klassieke canon zoals *Jeux Interdits* (1952, Frankrijk) of *A Streetcar Named Desire* (1951, VSA) een erg korte levensloop in Gent beschoren; ze spelen een week en worden twee weken hernomen.

Tegen de jaren 1960 is het aandeel Europese film en internationale coproducties sterk toegenomen ten opzichte van de Amerikaanse film. De Gentse zalen verkeren stilaan in crisis omdat de amusementscultuur eind jaren 1950 wijzigde. Films worden langer in omloop gehouden omdat er minder films op de markt aangeboden worden. De bioscopen zijn niet meer alle dagen geopend en wisselen programma's tot twee keer per week. De langst spelende films komen uit Hollywood. De grote spektakelfilms zoals *Ben-Hur* (1959), *Spartacus* (1960) en *Exodus* (1960) overdonderen het publiek en kunnen negen weken op het programma staan.

In de Europese filmgeschiedenis staat in de jaren 1960 vooral de auteurscinema gebeiteld in de filmcanon, maar bijvoorbeeld *Jules et Jim* (1962, Frankrijk) kent een lamentabele speelduur ten opzichte van de Franse spektakelfilm *Madame Sans-Gêne* (1962, Frankrijk) en de Oostenrijkse operetteproducties *Die Fledermaus* (1962, Oostenrijk) en *Im Schwarzen Rössl* (1961, Oostenrijk). Soms loopt de klassieke filmcanon wel gelijk met de lokale populaire filmcanon; in 1962 speelt *West Side Story* (1961, VSA) tien onafgebroken weken in centrumzaal *Rex*.

Het Gentse filmprogrammeringsonderzoek is slechts een klein voorbeeld van de manier waarop revisionistische filmgeschiedschrijving vanuit een niet-esthetisch filmperspectief een breder licht kan werpen op het belang van alle aspecten van een filmcultuur.

## Conclusie

De klassieke filmcanon is een historische constructie die politiek van aard is. Revisionistische filmhistoriografie blikt terug op de geschiedenis van het medium in het kader van al zijn historische sociale, culturele, economische en politieke contexten. Op deze manier zoeken filmhistorici op basis van empirische onderzoeksmethoden naar concrete antwoorden over de manier waarop film en filmcultuur geproduceerd, verdeeld, vertoond en ervaren worden. Dat hierdoor de klassieke canon van de filmgeschiedenis bijgesteld wordt, blijkt ook uit de in dit hoofdstuk gepresenteerde cases.

Het Gentse filmprogrammerings- en publieksonderzoek toont aan dat er naast de klassieke, esthetisch geïnspireerde filmcanon ook andere filmcanons kunnen geconstrueerd worden. De mondelinge bronnen van filmherinneringen benadrukken een beleefd filmcanon uit de persoonlijke bioscoopheterekening als kind of als jongvolwassene op zoek naar de grenzen van het vertoonbare. De klassieke filmcanon zit hier deels in verweven; soms worden deze films herinnerd als grootse gebeurtenissen in de stad, soms blijkt de persoonlijke referentie mee vorm gegeven door de klassieke canonisering. Wanneer men naar de programmering van de

films in Gent kijkt, verdwijnt die link met de klassieke canon bijna volledig. Dit brengt interessante en vaak onverwachte resultaten naar voren over de specifieke lokale populariteit van films, waarbij natuurlijk ook economische factoren een rol spelen. De hardnekkige aanwezigheid van soms compleet vergeten films wijst er op dat een opsomming van filmproducties geen index kan zijn van filmconsumptie.

De invulling van een filmcanon op basis van populariteit in herinnering en in commerciële omzet maakt geen artificieel onderscheid tussen hoge en lage cultuur en doet geen uitspraken over kwaliteit of de link met klasse (Auteur, et al., 2012). Dit zijn voorbeelden van de gelaagdheid van de Vlaamse filmgeschiedenis. De erkenning van film als een commercieel product dat geconsumeerd wordt door een maatschappij in een lokale context democratiseert de filmcanon. Deze voorbeelden vanuit de mondelinge geschiedenis en de economie bestaan uit films gedragen door een publiek als voorbeeld van meer democratische canonisering van film; het medium zoals het herinnerd wordt en het medium zoals het succesvol geëxploiteerd wordt. Deze gevarieerde canons van films komen meer uit de historische maatschappij zelf waarin het medium - als deel van het dagelijkse leven - een belangrijke rol in vrijetijdsbesteding speelt.

## **Bibliografie**

- Allen, R.C. & Gomery, D. (1985) *Film history. Theory and practice*. New York: McGraw-Hill.
- Altieri, C. (1983) 'An idea and ideal of a literary canon', *Critical Inquiry*, 10(1): 37-60.
- Altman, R. (2009) 'Whither film studies (in a post-film studies world)?', *Cinema Journal*, 49(1): 131-135.
- Auteur (2012 ; 2015)
- Auteur, et al. (2012)
- Cook, D. (1990) *A history of narrative film*. Londen: W.W.Norton.
- Klenotic, J. (1994) 'The place of rhetoric in 'new' film historiography: the discourse of corrective revisionism', *Film History*, (6): 45-58.
- Kuhn, A. (2000) 'A journey through memory', pp. 179-196 in S. Radstone (Ed.) *Memory and methodology*. Oxford: Berg.
- Miller, H.K. & McHill, H. (2012) 'For and against the film canon', *Sight & Sound*, 22(9): 80-81.
- Mottram, R. (1980) 'Fact and affirmation: Some thoughts on the methodology of film history and the relation of theory to historiography', *Quarterly Review of Film Studies*, 5(3): 335-347.
- Portelli, A. (1998) 'What makes oral history different', pp. 63-74 in R. Perks & A. Thomson, (eds.) *The oral history reader*. Londen: Routledge.
- Rosenbaum, J. (2008) *Essential cinema: On the necessity of film canons*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Sedgwick, J. (2000) *Popular filmgoing in 1930s Britain. A choice of pleasures*. Exeter: University of Exeter Press.
- Staiger, J. (1985) 'The politics of film canons', *Cinema Journal*, 24(3): 4-23.
- Taylor, H. (1989) *Scarlett's women: Gone with the Wind and its female audience*. Londen: Virago.
- Thissen, J. (2010) 'Filmgeschiedenis tussen cultuur en economie', *Tijdschrift voor Mediageschiedenis*, 13(2): 4-12.
- Thompson, K. & Bordwell, D. (2003) *Film history. An introduction*. New York: McGraw-Hill.
- Usai, P.C. (1986) 'Het Brighton effect. Filmgeschiedenis schrijven', *Skrien*, 148: 40-41.

Wexman, V.W. (1985) 'Evaluating the text: Canon formation and screen scholarship', *Cinema Journal*, 24(2): 62-65.

**De surrogaatvaders van Paul Thomas Anderson. De Amerikaanse auteurscinema vandaag**  
Isolde Vanhee

**Abstract**

Sinds de formulering van de *politique des auteurs* in *Cahiers du Cinéma* midden de jaren 1950 werd de relevantie van het auteursbegrip voor het Amerikaanse filmbedrijf herhaaldelijk in vraag gesteld. Er zijn nu eenmaal weinig regisseurs die systematisch hoog scoren aan de *box office* waardoor hun economische grip op Hollywood beperkt blijft. Daar staat tegenover dat de auteur op filmfestivals, binnen het *arthouse circuit* en bij filmcritici als kwaliteitslabel blijft gelden. Paul Thomas Anderson is één van de vaandeldragers van de hedendaagse auteurscinema. Doorheen een analyse van Andersons films, zijn persona en zijn status in de media wordt niet alleen de actuele positie van de auteur binnen het Amerikaanse filmlandschap kritisch bevraagd, maar worden ook historisch gegroeide canoniseringsprocessen in kaart gebracht. Processen van canonisering worden hierbij benaderd als sturende of controlerende sociale praktijken inzake productie, circulatie, classificatie en consumptie van film.

## Inleiding

In een Amerikaanse *diner* kijken twee mannen elkaar in de ogen boven een kop koffie. De één is een gedesillusioneerde dertiger die om geld verlegen zit en treurt om de dood van zijn moeder. De ander is een stoïcijnse grijsaard die zich over de eenzame ziel ontfermt en hem wil inwijden in de geheimen van het gokken. Als de beide mannen samen de bar verlaten, blijft de camera nog even hangen bij de twee lege koffietassen met de asbak pal in het midden. Een zachte zoombeweging van de camera benadrukt de strakke symmetrie van het kleine stilleven op tafel.

Deze korte scène vormt de proloog tot *Hard Eight* (1996, VSA), de debuutfilm van de Amerikaanse regisseur Paul Thomas Anderson. Niet alleen binnen het verhaal, maar ook in de regie ontmoeten twee generaties elkaar. Anderson citeert immers nadrukkelijk gewezen *movie brat* Martin Scorsese. Het is alsof de personages uit Scorsese's gokdrama *The Color of Money* (1986, VSA) zijn binnengewandeld in de dinerscène uit diens gangsterepos *Goodfellas* (1990, VSA). Al tracht de jonge Anderson meteen ook zijn stempel te drukken op het tafereel. In plaats van het bevreedende vertigoshot uit *Goodfellas* kiest Anderson voor het dwingende ritme van *shot/reverse shots* afgewisseld met het symmetrische *two shot* dat één van zijn signatuurshots zal worden.<sup>103</sup> De scène verwijst bovendien terug naar zijn eigen kortfilm *Cigarettes and Coffee* (1993, VSA) en ook de thematiek typeert Anderson: een man op de dool hoopt zichzelf heruit te vinden en krijgt onverhoopt de hulp van een charismatische vaderfiguur.

Net zoals de personages hun eigen mythes creëren in de films van Anderson is ook hijzelf vandaag voorwerp van mythevorming in de media. De Britse krant *The Guardian* bestempelt Paul Thomas Anderson - of PTA zoals de vaandeldrager van de hedendaagse Amerikaanse auteurscinema wordt genoemd - als 'Hollywood royalty' (Catterall, 2012). Het Amerikaanse maandblad *Esquire* beschouwt hem zelfs als één van de 75 belangrijkste personen in de 21<sup>ste</sup> eeuw (Richardson, 2008). Nochtans is Anderson geen veelfilmer, haalt hij bescheiden resultaten aan de *box office* en laat hij zelden van zich spreken buiten een cinefiele context. Tot nog toe regisseerde hij slechts zeven langspeelfilms: *Hard Eight* (1996, VSA), *Boogie Nights* (1997, VSA), *Magnolia* (1999, VSA), *Punch-Drunk Love* (2002, VSA), *There Will Be Blood* (2007, VSA), *The Master* (2012, VSA) en *Inherent Vice* (2014, VSA). Hoe veroverde Anderson niettemin zijn plaats in de canon van de Amerikaanse auteurscinema? Om die vraag

---

<sup>103</sup> Bij een vertigoshot of *dollyzoom* beweegt de camera naar achter terwijl tegelijkertijd wordt ingezoomd, of omgekeerd. Bij een *two shot* worden twee personages tegelijkertijd in beeld gebracht.

te beantwoorden worden allereerst de premissen van de auteurstheorie toegepast op de films van Anderson aan de hand van de teksten van de critici - en Andrew Sarris in het bijzonder - die de theorie groot maakten in de Verenigde Staten. Daarbij worden ook kritische bedenkingen van onder meer Pauline Kael en Roland Barthes aangehaald en getoetst aan de actuele context in Hollywood. Tot slot wordt nagegaan hoe de cultus van de auteur tot op vandaag de Amerikaanse filmcanon bepaalt doorheen een proces van in- en uitsluiting dat niet alleen esthetische codes, maar ook culturele patronen en commerciële overwegingen als leidraad neemt.

## De koningen van Hollywood

Zowel de gedrukte pers als de online media houden ervan om voorkeurslijstjes van regisseurs samen te stellen en zodoende de regisseur als het artistieke brein achter een film te celebreren. Kort voor de release van *The Master* in 2012 plaatste *The Guardian* Anderson bovenaan een lijst van *23 best film directors in the world today* (Catterall, 2012). En dat voor Europese grootheden als Lars Von Trier, Werner Herzog en Michael Haneke. Opmerkelijk is dat de lijst maar liefst acht Amerikanen telt. Andere uitverkorenen zijn Joss Whedon, Jason Reitman, Steven Soderbergh, Quentin Tarantino, Lena Dunham, J.J. Abrams, David Fincher en Terrence Malick. De nummer veertien van de lijst is Christopher Nolan. Deze laatste werd geboren in Londen, maar de regisseur van succesvolle *blockbusters* als *Inception* (2010, VSA) en *The Dark Knight Rises* (2012, VSA) is vooral werkzaam in Hollywood. Gezien de wereldwijde hegemonie van Hollywood mag het overwicht van Amerikaanse cineasten in de lijst niet verbazen. En toch. Sinds de formulering van de auteurstheorie in *Cahiers du Cinéma* werd de relevantie van het auteursbegrip voor het Amerikaanse filmbedrijf bij herhaling in vraag gesteld. Niet in het minst door de tot auteurs gebombardeerde regisseurs zelf. Bekend is de halsstarrigheid waarmee John Ford bleef hameren op zijn vakmanschap en aldus de genie-opvatting rond zijn persoon en de doorgedreven analyses van zijn westerns afwees: ‘I have never thought about what I was doing in terms of art... to me it was always a job of work’ (geciteerd in McBride, 2004: 101).

Vandaag zijn de meeste regisseurs het auteurslabel genegen. Ze laten zich op filmfestivals en in de media graag opvoeren als het meesterbrein achter de film. En toch kopen ze er niet veel voor in Hollywood. Er zijn nu eenmaal weinig regisseurs die de kassa even luid doen rinkelen als een slimme marketingcampagne of een populaire franchise. Voor *The Guardian* is Anderson misschien wel de koning van Hollywood, maar de studio's staan niet in de rij om zijn films te produceren. Tien jaar geleden distribueerde *Sony Pictures* zijn film *Punch-Drunk Love*, maar tot nog toe heeft nog geen enkele *major* een film van Anderson geproduceerd. De houding van Hollywood is op zijn zachts gezegd schizofreen. De cultus van de auteur als het creatieve genie wordt via *Oscar*-ceremonies, openingcredits en persdossiers mee in stand gehouden, maar tegelijkertijd heeft Hollywood weinig economisch vertrouwen in zijn prijsbeesten. In promotiecampagnes wordt veeleer ingezet op *special effects*, genrekenmerken en de sterrencast. En nog exemplarisch: gerenommeerde auteurs als Anderson blijven verstoken van de gigantische *blockbuster*-budgetten, die eerder door producenten worden gedirigeerd waardoor in veel gevallen de producent even goed aanspraak kan maken op het auteurslabel.

Bij de auteursfilm denkt men van oudsher eerder aan de Europese cinema. Niet alleen is Frankrijk de bakermat van de *politique des auteurs* doorheen de teksten van André Bazin, François Truffaut en de andere critici van *Cahiers du Cinéma* en concurrent *Positif*. Europa is ook het continent waar auteurs uitgebreid worden gefêteerd op de festivals van Cannes,

Venetië en Berlijn. Zo werd *Hard Eight* meteen opgenomen in de *Un Certain Regard* sectie van Cannes, won Anderson met *Magnolia* de Gouden Beer in Berlijn, met *Punch-Drunk Love* de prijs voor beste regisseur in Cannes, met *There Will Be Blood* de Zilveren Beer in Berlijn en met *The Master* de Zilveren Leeuw in Venetië.

De appreciatie voor Amerikaanse regisseurs op de grote festivals is niet nieuw. Tenslotte werd de *politique des auteurs* deels voor Hollywood bedacht in een poging om de Amerikaanse films die na de Tweede Wereldoorlog de Franse markt overspoelden, te categoriseren. Het wordt echter vaak vergeten dat al voor François Truffauts essay *Une Certaine Tendance* in 1954 in *Cahiers du Cinéma* verscheen en nog voor Andrew Sarris de *auteur theory* in 1962 introduceerde op de pagina's van *The Village Voice*, Amerikaanse critici als Dwight MacDonald, James Agee, Otis Ferguson en Manny Farber over de Amerikaanse cinema schreven vanuit het perspectief van de regisseur. Zo schreef Agee in 1950 onder de titel 'Undirectable Director' een apologie over John Huston voor wiens *African Queen* (1951, VSA) hij in 1951 zelf het scenario neerpande: 'Huston has the peculiar kind of well earned luck that Heaven reserves exclusively for the intuitive and the intrepid' (Agee, 1950: 138). Huston is de regisseur van onder meer *The Maltese Falcon* (1941, VSA), *The Treasure of the Sierra Madre* (1948, VSA) en *The Asphalt Jungle* (1950, VSA), en ook één van de grote inspiratiebronnen van Anderson. Doorheen gedetailleerde stijlanalyses, autobiografische anekdotes en vergelijkingen met illustere voorgangers concludeert Agee dat Huston de meest inventieve en eigenzinnige regisseur van zijn tijd was. Uit het lyrische essay blijkt vooral de invloed van romantische kunstopvattingen en de drang om film als kunstvorm te legitimeren ten aanzien van literatuur. Agee (1950: 143) stelt dat Huston een schrijver-regisseur is die niet alleen een zeer goede scenarist is, maar 'an even better director [...] who can bring on moments as thoroughly revealing as those in great writing.'

Ondanks de gloedvolle essays van Agee, Truffaut, Sarris en velen na hen blijft het moeilijk om tot een esthetisch canon van de Amerikaanse cinema te komen op basis van de auteurstheorie, wat in feite al duidelijk geworden was uit de wedijver tussen *Cahiers du Cinéma* en *Positif*. De strijd tussen de Franse filmtijdschriften was volgens Stephen Crofts politiek geladen, zij het dan vermomd als een strijd over de esthetische canon. *Cahiers du Cinéma* richtte zich volgens Crofts (1998: 314) op auteurs wiens optimisme en spiritualiteit gelinkt was aan een cultureel conservatisme, terwijl *Positif* die auteurs fêteerde die hun links-progressieve signatuur onderschreven of een minder vrolijk wereldbeeld schetsten zoals Sidney Lumet, Fred Zinneman en William Wellman.

### **Een neoromantische traditie**

In de jaren 1960 en 1970 oefende de auteurstheorie doorheen de kritieken van onder meer Sarris en het onderricht aan filmscholen een grote invloed uit op de generatie regisseurs van het zogenaamde *New Hollywood*. Niet alleen leerden jonge beeldenstormers als Martin Scorsese, William Friedkin en Brian De Palma de oude Hollywoodfilms kennen en waarderen; ze eisten meteen ook voor zichzelf de status van auteur op. Elsaesser (2000) ziet Francis Ford Coppola als de ultieme Amerikaanse auteur van de jaren 1970 die persoonlijke projecten omtoverde tot kritische en commerciële successen, mainstream en *avant-garde* stijldiomen vermengde, en van zijn naam een keurmerk maakte. Het auteursbegrip evolueerde geleidelijk aan van een kritisch instrument in de jaren 1960, een kwaliteitslabel in de jaren 1970 tot een marketinginstrument in de jaren 1980. Al relativeert Elsaesser (2000: 233-234) meteen ook de economische macht van de regisseur vroeger en nu.

Als zakelijk ondernemer inspireerde Coppola vooral George Lucas en Steven Spielberg, terwijl Brian De Palma, Terrence Malick en Martin Scorsese eerder aangetrokken waren tot de neoromantische inkleuring van het auteursbegrip waarin zelfexpressie en artistiek experiment primeren (Elsaesser, 2000: 234-235). Ook veertig jaar later blijft deze schizofrenie bestaan. Vandaag vertegenwoordigen Christopher Nolan, James Cameron en Steven Spielberg de strekking van de regisseur-producent, terwijl Anderson, James Gray, Wes Anderson en Darren Aronofsky veeleer aansluiten bij de traditie van de regisseur-schrijver. Steven Soderbergh en David Fincher pendelen tussen beide rollen. Grofweg weet de regisseur-producent zich door te zetten in het mainstreamcircuit, terwijl de regisseur-schrijver meer tot zijn recht komt in de Amerikaanse *independent* cinema. Toch zijn - net zoals de mainstream en de *independent* sector - beide rollen niet strikt te scheiden. In theorie staat Hollywood enkel voor de filmproductie van de grote filmstudio's en kan er dus een onderscheid gemaakt worden tussen de Hollywoodfilms van de *majors* en de zogenaamde *independent* films. In de praktijk bestaan er tal van samenwerkingsakkoorden tussen de beide sectoren, worden de beide met de Amerikaanse identiteit in verband gebracht en zijn ze ook artistiek niet volledig op te delen in populaire mainstreamfilms en onafhankelijke *arthouse* cinema.

Anderson profileert zich als schrijver-regisseur en wordt eerder geassocieerd met de *arthouse* scène dan met mainstream Hollywood. Vooral in de promotie en marketing van *arthouse* films weegt het auteurslabel nog zwaar door in vergelijking met de campagnes rond Hollywood-*blockbusters* waar de naam van de regisseur vaak niet meer dan een voetnoot is. Vanuit een esthetisch oogpunt bekend, volgens Bordwell (1985: 45-46), een regisseur zich tot de *art cinema* doorheen een zelfbewuste narratieve vorm die de filmische constructie en de handtekening van de auteur zichtbaar en voelbaar maakt voor de kijker. Dat geldt zeker voor Anderson. Hij is dan wel een verhalenverteller en wil de kijker meenemen in de wereld die hij creëert, maar conformeert zich daartoe niet aan klassieke regels van de driekakter, de oorzaak- en gevolgketting, of eenduidige psychologische motivaties. Van film tot film experimenteert hij met andere genres, ritmes en stemmingen. Zo verweeft hij in *Magnolia* de levens van een resem personages tot een energieke mozaïekvertelling en temporiseert hij vervolgens in de romantische komedie *Punch-Drunk Love* om de lotgevallen van de kleine ondernemer Barry Egan van nabij te volgen.

### **Bravourestukken als visitekaartjes**

De kwaliteit van een film wordt volgens de auteurstheorie niet vooreerst bepaald door het verhaal, maar door de manier waarop dit in scène wordt gezet. Binnen *la politique des auteurs* is een auteur noodzakelijkerwijze een begenadigd *metteur-en-scène*, al was het woord aanvankelijk pejoratief bedoeld voor regisseurs die het scenario louter omzetten in scènes. Sarris (1963: 562) formuleert het zo dat 'technical competence' de eerste stap is richting auteurschap en 'the distinguishable personality' de tweede: 'Over a group of films, a director must exhibit certain recurrent characteristics of style, which serve as his signature.' Vijftien jaar later legt Sarris (1977: 23) nog meer nadruk op deze stilistische handtekening als hij zegt dat hij - mocht hij de theorie kunnen herformuleren - meer de nadruk zou leggen op 'the tantalizing mystery of style' dan op 'the romantic agony of the artist.' Nochtans is er op het eerste gezicht weinig esthetische coherentie te bespeuren in de zes langspeelfilms van Anderson. Waaruit bestaat dan diens audiovisuele signatuur?

Zoals gezegd kiest Anderson bij herhaling voor symmetrische *two shots* om twee personages die een gesprek voeren in profiel (waarbij ze tegenover elkaar zitten) of ook wel frontaal (waarbij ze naast elkaar zitten) te kadreren. Ook houdt hij ervan om het tempo te variëren

door korte en snelle camerabewegingen in te lassen, al is dit vooral het geval in zijn eerste drie films. In elke film mikt Paul Thomas Anderson bewust op bravoureshots in de lijn van het beroemde *crane shot* waarmee Orson Welles' *Touch of Evil* (1958, VSA) opent. Zo is er het *long shot* in *Hard Eight* waar een *steadicam*<sup>104</sup> zich in het spoor van de oudere gokker Sidney nestelt en laat voelen hoezeer hij ervan geniet - zelfs al vertrekt hij geen spier - om door het casino te wandelen.

In zijn tweede langspeler *Boogie Nights* probeert Anderson ook meteen uit te pakken met zijn kennis en kunde. De openingsscène van *Boogie Nights* is een langouereus *steadicam shot* dat de kijker in minder dan drie minuten aan acht kleurrijke personages voorstelt. Daarbij zweeft de camera door de straat, over de auto's heen, zwiept hij mee de club binnen, danst hij met een groepje op de dansvloer, zoekt hij achter de sexy *rollergirl* aan om uiteindelijk te blijven hangen bij het ernstige gezicht van protagonist Eddie Adams (Mark Wahlberg). Er wordt pas geknipt op het moment dat Eddie oogcontact maakt met Jack Horner (Burt Reynolds), de man die zijn carrière in de porno-industrie als Dirk Diggler zal lanceren. Ook deze scène is schatplichtig aan Scorsese's *Goodfellas* en *Casino* (1995, VSA), maar anders dan bij Scorsese is er geen autoritaire voice-over die ons wegwijs maakt. Er is enkel een plaats- en tijdsaanduiding: 'San Fernando Valley, 1977'. De kijker wordt meteen ondergedompeld in de jeugdige discocultuur doorheen de sensorische rijkdom van kleur, licht en geluid.

Dergelijke scènes zijn een organisatorische krachttoer waarbij de filmcrew perfect op elkaar dient in te spelen. Het is dan ook een vaak gehoorde kritiek op de auteurstheorie dat film eerder een collectieve dan een individuele arbeid is. Sterker nog. Niet alleen invloedrijke producenten, maar ook acteurs of cinematografen kunnen een auteurstatus claimen. Effectief is het geen sinecure voor regisseurs om hun artistieke soevereiniteit te vrijwaren ten aanzien van een leger aan artistieke medewerkers. Vandaag zorgt de postmoderne recyclagecultuur er bovendien voor dat het kluwen aan citaten, referenties en invloeden in één enkele film nog nauwelijks te ontrafelen valt. Anderson werkt ook nog eens - zoals wel meer regisseurs - graag met dezelfde mensen samen. In hoeverre is de openingsscène van *Magnolia* - al evenzeer een bravourestuk als deze van *Boogie Nights* - dan op het conto van Anderson te schrijven? Zo steelt de *ensemblecast* met onder meer Philip Seymour Hoffmann, Tom Cruise en Julianne Moore de show. Er is de vaste cinematograaf Robert Elswit, die enkel voor *The Master* niet aan de zijde van Anderson stond. Er is de score van Jon Brion. En hoeveel is de film verschuldigd aan *Network* (1976, VSA) van Sidney Lumet en *Short Cuts* (1993, VSA) van Robert Altman? Verdedigers van de auteurstheorie zullen met Sarris stellen dat het voor de auteur net een uitdaging is om al deze invloeden te verwerken, het leger aan medewerkers op één lijn te krijgen en hen van film tot film mee te laten evolueren met zijn stijl en visie.

## De innerlijke visie

Binnen de *politique des auteurs* dient een regisseur een oeuvre te ontwikkelen dat niet alleen stilistisch uniek, maar ook thematisch coherent is (Elsaesser, 2000: 226). Toen Sarris (1962: 562) de *auteur theory* vanuit een Amerikaans perspectief herinterpreteerde, doopte hij de levensbeschouwelijke visie waar Truffaut over sprak om tot de zogenaamde 'interior meaning' van de auteur, die ontstaat doorheen de confrontatie tussen de filmische

---

<sup>104</sup> Bij het gebruik van een *steadicam* wordt de camera niet op een statief geplaatst, maar aan het lichaam van de cameraman bevestigd waardoor een vloeiende, natuurlijke beweging ontstaat.



persoonlijkheid van de auteur en zijn materiaal en die ‘the ultimate glory of cinema as an art’ betekent. De regisseur ontpopt zich van louter vakman en stilist tot auteur (1962: 563). Hij is het creatieve genie, die doorheen zijn films een unieke stijl ontwikkelt en bovendien een coherent statement maakt. In dit vage concept van de *interior meaning* dat zich niet of nauwelijks laat vertalen in concrete analysemodellen, is de aantrekkingskracht, maar ook de kwetsbaarheid van de auteurstheorie gelegen. Voor de kijker, criticus en onderzoeker houdt het de belofte in van een mysterie dat hij of zij dient te ontrafelen om door te dringen tot de ziel van de films en hun maker. Anderzijds is deze *interior meaning* niet objectiveerbaar en verifieerbaar, en lijkt deze bovendien regisseurs uit te sluiten die niet de gewenste samenhang aan de dag te leggen doorheen hun oeuvre. En toch is het plezier van filmkijken tot op vandaag gelegen in de filmische ontmoeting tussen het bewustzijn van de filmmaker en het bewustzijn van de filmkijker tot op het punt waar de kijker voorbij de herkenning gaat, van zichzelf verwijderd raakt en nieuwe perspectieven op de realiteit ervaart, ondanks de fictie en ondanks zichzelf. Het is het moment waarop de fascinaties van de auteur deze van de kijker worden.

De fascinatie van Anderson gaat uit naar *outsiders*. In zijn films voert hij een bont gezelschap op van verslaafde pornosterren, fanatieke priesters en getraumatiseerde mariniers, die onophoudelijk en elk op hun manier een stukje Amerikaanse droom najagen. Het kroonjuweel van de Amerikaanse droom blijft het gezin. Andersons protagonisten proberen zichzelf een nieuwe identiteit aan te meten door aansluiting te zoeken bij een surrogaatvader of door een artificiële familie te creëren. Waar in *Hard Eight* en *Boogie Nights* een artificiële familie wordt gevormd, toont *Magnolia* de destructie van de familie door verwaarlozing, overspel en misbruik. Vooral vaderfiguren brengen er weinig van terecht. In *There Will Be Blood* faalt de vader als hij hebzucht en machtshonger boven het geluk van zijn adoptiezoon stelt. Toch kan ook een liefhebbende familie de protagonist parten spelen. In *Punch-Drunk Love* wil de sociaal onzekere maar ook licht ontvlambare Barry Egan (Adam Sandler) zich ontworstelen aan de tedere omknelling van zijn vijf dominante zussen.

De fysieke tics, rusteloze bewegingen en woedeaanvallen van Andersons protagonisten veruitwendigen hun frustraties en obsessies. Bovendien treden doorheen de emotionele krachtmetingen tussen personages de uitwassen van de Amerikaanse droom op de voorgrond zoals de *celebrity*-cultus in *Magnolia* of het blind kapitalisme in *There Will Be Blood*. Het zoeken naar catharsis is wat de personages bindt. De meest bizarre catharsis komt onder de vorm van een kikkerregen in *Magnolia*, maar de meest gewelddadige is ongetwijfeld deze uit *There Will Be Blood* waarin oliemagnaat Daniel Plainview (Daniel Day Lewis) zijn wraak voltrekt op prediker Eli Sunday (Paul Dano), die hem eerder in de film dwong om zich tot zijn kerk te bekeren. Het finale shot is andermaal een symmetrische compositie met twee bowlingbanen, twee deuren en twee rijen lampen. Plainview en Eli zijn naar de rand van het beeld gedwongen. Plainview heeft zijn nemesis met een bowlingkegel het hoofd ingeslagen, maar niet voor hij hem zijn geloof lief afzweren in ruil voor geld: ‘I am a false prophet. God is a superstition.’ Zoals wel vaker in de films van Anderson blijft Plainview alleen achter en is er van een werkelijke catharsis geen sprake. De film suggereert wel een traumatische gebeurtenis als diepere oorzaak van zijn isolement, maar deze wordt niet geëxpliciteerd. De plot ligt in het verlengde van de Freudiaanse geïnspireerde verhaallijnen die na de Tweede Wereldoorlog Hollywood overspoelen, maar een werkelijk inzicht in de psyche van Plainview wordt de kijker ontzegd.

## Het verraad van de cinema

Parallel aan de Freudiaanse filmplots in Hollywood nam ook de interesse in de persoonlijke levenswandel van gerenommeerde regisseurs toe bij hun critici. Net zoals Agee in 1950 de koppige weerstand die John Huston bood tegen zijn zwakke gestel zag resoneren in Hustons vasthoudendheid op de set, trekt Richardson in zijn artikel *The Secret History of Paul Thomas Anderson* (2008) op zoek naar de ervaringen die Anderson gevormd zouden hebben als persoon en als filmmaker. Wat verraaft zijn leven over zijn films en vice versa? Anderson werd geboren op 26 juni 1970 in Californië. Richardson trok naar San Fernando Valley, de plaats waar Anderson opgroeide, en ging er praten met leraren en vrienden van weleer. Zijn voormalige lerares Engels herinnert zich hem als een briljante leerling, populair bij de meisjes en vastberaden om later filmregisseur te worden. Het klinkt als een Amerikaans sprookje, maar toch wist Richardson een schaduwzijde te ontdekken. Anderson verbrak zonder werkelijke aanleiding het contact met zijn vroegere vrienden en toen zijn oude school hem uitnodigde voor een bezoek, liet zijn manager weten: 'Paul doesn't go back' (Richardson, 2008). Richardson besluit dat de drang om zichzelf opnieuw uit te vinden niet alleen bij zijn rusteloze personages, maar ook bij Anderson ingebakken zit.

Sommige van zijn conclusies zijn verdedigbaar. Richardson constateert dat de band met vader Ernie Anderson zeer goed was. Paul Thomas Anderson kreeg op zijn twaalfde zijn eerste betamaxcamera van zijn vader en doopte zijn productiestudio *Ghoulardi* naar het alias dat zijn vader aannam als gastheer van een horrorfilmshow bij een lokale televisiestudio. Tendentieus wordt het als Richardson verregaande verbanden suggereert tussen Anderson en zijn getormenteerde personages. Zo plantte Anderson als kind wel eens zijn ellenboog in het gezicht van speelkameraad, werd hij van school gestuurd en had hij lak aan regels, geheel conform de natuur van zijn protagonisten. Anderson zou zich ook verstikt hebben gevoeld door zijn oudere zussen zoals Barry in *Punch-Drunk Love* en een moeilijke band hebben zijn moeder wat dan weer moet blijken uit een scène in *Boogie Nights*. Een dergelijke analyse doet aan biografische overinterpretatie en maakt nauwelijks onderscheid tussen de persoonlijke levenswandel van Anderson, zijn ambities als regisseur en de uiteindelijke films op zijn conto. Door leven en werk, als intenties en verwezenlijkingen naadloos te verbinden, wordt bovendien voorbij gegaan aan wat Peter Wollen de onvermijdelijke 'noise' noemt die bij het filmproductieproces komt kijken. In *Signs and Meaning in Cinema* stelt Wollen (1998: 70-71) dat de betekenis van een auteur slechts a posteriori groeit uit de analyse van de structuren van zijn films. Tijdens het productieproces werken onder meer script en acteurs - bewust en onbewust - als katalysators voor de motieven en thema's van de auteur. Doorheen het oeuvre van een regisseur groeit dan ook een almaar complexer netwerk van betekenissen, dat evenzeer gekenmerkt worden door repetitie als variatie, eerder dan door de samenhang die de auteurstheorie van Sarris veronderstelt. De taak van de criticus is dan om dit kluwen systematisch te analyseren en die ene film te construeren - Wollen verwijst hierbij naar een uitspraak van Jean Renoir - die elke regisseur telkens opnieuw wil maken.

In het geval van Anderson kan zijn biografie ongetwijfeld zijn fascinatie voor dolende zielen deels verklaren, maar finaal bricoleert hij zijn verhalen bijeen op basis van persoonlijke herinneringen, observaties van de werkelijkheid, interacties met medewerkers, historische inspiratiebronnen, romans en zijn verbeelding. De correlatie tussen de jonge en de volwassen Anderson, tussen de persoon en de regisseur, en tot slot de regisseur en zijn personages blijft in hoge mate speculatief. Bovendien wijst Anderson zelf op het feit dat hij dusdanig met films bezig is dat deze hem in de weg komen te staan bij de directe ervaring van de werkelijkheid. Hij omschrijft dit als het verraad van de cinema waarbij een omkering ontstaat tussen de werkelijkheid en de filmische realiteit.

*I'm a film geek; I was raised on movies. And there come these times in life where you just get to a spot when you feel like movies are betraying you. Where you're right in the middle of true, painful life. Like, say, somebody could be sitting in a room somewhere, watching their father die of cancer, and all of a sudden it's like, no this isn't really happening, this is something I saw in Terms of Endearment. You're at this moment where movies are betraying you, and you resent movies for maybe taking away from the painful truth of what's happening to you.* (Anderson, geciteerd in: Stevens, 2000: 205)

Anderson getuigt hier van het postmoderne bewustzijn dat de grenzen tussen feit en fictie, werkelijkheid en verbeelding, realiteit en simulatie zijn opgeheven. Hij heeft zichzelf in die mate doorheen films opgevoed dat zijn identiteit, zijn denken en ervaren erdoor worden gekleurd. Vraag is of Anderson er zich ook altijd bewust van is dat deze films veelal tot een filmcanon behoren die niet louter teruggaat op esthetische gronden, maar sterk geworteld is in de culturele patronen en ideologische processen die tot op vandaag de Amerikaanse identiteit bepalen.

### **Blanke peetvaders**

Niet zozeer Ernie Anderson, maar een schare surrogaatvaders hebben de auteursidentiteit van Anderson gevoed. In haar studie van *Magnolia* wijst Lane (2011: 47) eveneens op 'Anderson's self-construction as a son of such surrogate fathers' en duidt ze Robert Altman aan als zijn 'most obvious father-filmmaker.' Anderson verwijst systematisch naar Jonathan Demme, Robert Altman en Martin Scorsese als blijvende inspiratiebronnen, maar hij blikt ook verder terug in de Amerikaanse filmgeschiedenis. In het Amerikaanse magazine *Time Out* spreekt hij over de strikte rechttoe-rechtaan manier waarop John Ford acteurs regisseerde en hoe hij zelf meer vrijheid wil laten, maar toch ook zijn acteurs van dichtbij aanstuurt op de set en hen zo helder mogelijk instrueert (Calhoun, 2012).

Anderson inspireert zich vooral op Amerikaanse en in mindere mate Europese tradities. Van Jacques Tati leerde hij de kunst om banale handelingen te ritualiseren en een situatie te laten voortduren tot deze tegelijk beklemmend en komisch wordt. Zo geeft de getraumatiseerde marinier Freddie Quell in *The Master* onveranderlijk dezelfde reactie op Rorschach-prenten, blijft hij letterlijk met zijn hoofd tegen de muur bonken en maakt hij zelfs van een eenzame motorrace in de woestijn een existentiële strijd. Anders dan Tati wiens films de impact van de modernisering op de mens thematiseren, zijn de films van Anderson echter doortrokken van historische Amerikaanse trauma's. En dat steeds meer. Gaandeweg is Anderson overgeschakeld van een bravourecinema op een klassiekere filmvorm. Niet verwonderlijk ging hij daarvoor te rade bij nieuwe surrogaatvaders. In zijn jongste films lijken vooral Orson Welles, Roman Polanski, Stanley Kubrick en ook John Huston zich door te zetten.

Anderson put met andere woorden vooral uit het Amerikaanse canon van filmauteurs die door Amerikaanse en Europese filmcritici sinds de jaren 1950 werd samengesteld. Pauline Kael stak haar scepsis over de auteurstheorie en zijn verdedigers nooit onder stoelen en banken. In *Circles and Squares* trekt ze bijzonder hard van leer tegen Sarris, zijn *auteur theory* en de inconsequenties in zijn keuzes. Ze wijst ook op de navelstaarderij van de Angelsaksische filmkritiek: 'In England and the United States, the auteur theory is an attempt by adult males to justify staying inside the small range of experience of their boyhood and adolescence' (1963: 319). Haar stellingen lijken soms ingegeven door haar vastberadenheid om Sarris tegen te spreken, maar het is onmiskenbaar zo dat het canon - waar Anderson uit put en intussen ook zelf toe behoort - nog steeds overwegend mannelijk en Amerikaans is. In de lijst van *The*

*Guardian* is met Lena Dunham slechts één Amerikaanse vrouw opgenomen, die naast de tv-serie *Girls* nog maar twee films op haar actief heeft en dus nog niet de adelbrieven kan voorleggen van sommige mannelijke collega's in de lijst. Namen als Kelly Reichardt, Miranda July, Sofia Coppola en Kathryn Bigelow - de zeldzame vrouwelijke regisseurs die van zich laten spreken op festivals en prijsuitreikingen - zijn niet te bespeuren. In de historische canon van Hollywoodauteurs zijn vrouwen al helemaal afwezig. Anderson treedt in de voetsporen van surrogaatvaders bij gebrek aan surrogaatmoeders binnen de Amerikaanse traditie. Per grote uitzondering noemt hij de naam van een niet-westerse filmmaker. Zo liet hij zich recent ontvallen dat Apitchatpong Weerasethakul - die in 2012 met *Uncle Boonmee Who Can Recall His Past Lives* (2010, Thailand/Frankrijk/Groot-Brittannië) de *Gouden Palm* won - voor hem de boeiendste regisseur van het moment is waardoor hij tenminste aangeeft zijn westers spectrum te willen verbreden (Mestdach, 2012: 15).

### Historische trauma's

Voorlopig kleurt Anderson binnen de esthetische lijnen van de door blanke mannen gedomineerde Amerikaanse auteurs canon. Hij brengt dan wel fascinerende filmkronieken van de Amerikaanse cultuur en geschiedenis, maar staat niet te boek als een politieke beeldenstormer of sociaal geëngageerde filmmaker. Nochtans wordt van een auteur ook een kritische houding verwacht. Al eind de jaren 1960 kreeg het auteurslabel immers een ideologische bijklank. De auteurstheorie werd verzoend met het post-marxisme dat toen opgang maakte in filmstudies tegen de achtergrond van het verhitte politieke en sociale klimaat. De naar het tijdschrift vernoemde *Screen*-theorie combineerde de semiotiek van Christian Metz, de psychoanalyse van Jacques Lacan en Louis Althusser's visie op ideologie. De 'filmtekst' werd aan een *close reading* onderworpen om te achterhalen hoe de toeschouwer doorheen de filmische constructie tot bepaalde inzichten werd gebracht en vooral ook in hoeverre deze zogenaamde 'inzichten' de hegemonische ideologie bevestigden. Het doel van deze *close readings* was uiteindelijk om film en filmtheorie in te zetten tegen de dominante kapitalistische en patriarchale orde, en daarom die regisseurs een kwaliteitslabel toe te kennen die heersende normen en waarden in vraag stelden (Aitken, 2006: 14). Ook deze doelstelling is een gecombineerde erfenis van de Romantiek en het modernisme waarin de kunstenaar zich respectievelijk afkeert van de maatschappij en zijn penseel - of camera in dit geval - als wapen gebruikt tegen de gevestigde orde. De regisseurs van *New Hollywood* waren wel nog erfgenaam van dit (naïeve) geloof dat ze de cinema - en de samenleving - konden veranderen, al blijven volgens King (2002: 46) ook in *New Hollywood* radicale politieke stellingnames eerder uitzonderlijk.

Anderson verkiest een amoreel standpunt. Zo vervoegt hij de traditie van Howard Hawks, Orson Welles en John Huston die graag ambigue, cynische en moreel dubieuze personages opvoerden, maar het oordeel steeds aan de kijker lieten. Maltby (2003: 306) stelt dat in Hollywoodcinema heikele onderwerpen nu eenmaal eerder gepersonaliseerd worden dan als centraal thema naar voor geschoven. De aanvankelijke rel rond *The Master* ging alvast snel liggen toen bleek dat het personage Lancaster Dodd en zijn religie *The Cause* dan wel geïnspireerd waren op L. Ron Hubbard en *Scientology*, maar de film geen duidelijk standpunt voor of tegen de religieuze sekte innam. Net zoals in *There Will Be Blood* overheerst de fascinatie voor een periode uit de Amerikaanse geschiedenis: de zeden, de sociale structuren, de psychologie van die tijd.

*There Will Be Blood* speelt zich af rond de eeuwwisseling, toen er werd gestreden om elke morzel onbewerkte grond, steden uit hun voegen barstten, en de olie uit de grond en het water

werd gezogen. In *The Master* heeft de Tweede Wereldoorlog het land verweesd achtergelaten en de strijd lust getemperd. Jones (2012: 27) stelt in *Film Comment* dat de enige grens die nog getemd diende te worden deze binnenin was: ‘The liberation of the self from routines, possessions, and habits of mind, whether they have been inculcated by trauma or affluence.’ De jaren 1950 zijn een mythische tijd die meer dan eender welke periode vandaag in Amerika nostalgisch beladen is. Het is het Amerika van Jack Kerouacs *On The Road* (1957) en William Burroughs’ *Naked Lunch* (1959) waar seksuele revoluties en tegenculturen hun kiemen hebben en waar goeroes als L. Ron Hubbard erin slagen een (jong) publiek aan zich te binden op basis van de trauma’s die het land overhield aan de Tweede Wereldoorlog (Auteur, 2013: 30).

De confrontatie tussen Freddie Quell (Joaquin Phoenix) en Lancaster Dodd (Philip Seymour Hoffman) in *The Master* gaat echter om meer dan een getraumatiseerde marinier, die misleid wordt door een religieuze charlatan. Finaal vertegenwoordigen ze verschillende levensbeschouwingen die tot op vandaag de Amerikaanse cultuur verdelen. Freddie is de eeuwige buitenstaander met een woest temperament, een ongebreidelde vrijheidsdrang en een goddeloos instinct. Lancaster is de megalomane leider die over gemeenschapsvorming, geestelijke verrijking en spirituele verlossing predikt. Dit keer volgt geen gewelddadige catharsis. Het ideologisch conflict blijft onverzoenbaar en onoplosbaar. Het open einde is met andere woorden niet louter esthetisch gemotiveerd, maar onderstreept de ideologische verdeeldheid binnen de Amerikaanse cultuur, die zijn wortels heeft in het verleden dat Anderson tot leven wekt. Of zoals het personage Frank ‘TJ’ Mackey (Tom Cruise) in *Magnolia* al bleef declameren: ‘We may be through with the past, but the past ain’t through with us.’

### **Nostalgie naar de prestigefilm**

Toch lijkt Anderson met zijn meest recente film *Inherent Vice* (2014) een nieuwe weg in te slaan. Het is zijn allereerste *major-major* film. Met name *Warner Bros.* produceert en distribueert de film. Anderson was er zoals gezegd al één keer dichtbij met *Punch-Drunk Love* dat door *New Line Cinema* geproduceerd en door *Sony Pictures* gedistribueerd werd waardoor het een *mini-major* film was. De beslissing van *Warner Bros.* suggereert dat de *majors* anno 2015 de band met de *arthouse* cinema niet volledig willen verbreken. Al kan de investering van *Warner Bros.* in een ambitieus project van een gerespecteerd regisseur ook in de aloude traditie geplaatst worden van de prestigefilms: films waarmee de studio’s naar de *Oscars* en festivals willen trekken om hun artistiek blazoën op te poetsen. Bovendien beschikken de *blockbusters* waar *Warner Bros.* werkelijk zijn geld mee verdient, over tienvoudige productiebudgetten en neemt de studio dus op basis van het relatief beperkte budget waar Anderson mee werkt en het feit dat hij op een trouwe schare cinefiele volgers kan rekenen, maar een beperkt economisch risico.

Met *Inherent Vice* verfilmt Anderson een detectiveverhaal van Thomas Pynchon, dat zich afspeelt in de jaren 1970. Pynchon opent zijn *Inherent Vice* (2009) met de beroemde strijdkreet ‘Sous les pavés, la plage’, om vervolgens de idealen van de hippiegeneratie in een wolk wiet te smoren. Een handvol bewoners van South Bay, Los Angeles hebben nog wel een spatje liefde door hun aderen stromen, maar ze kunnen evenmin weerstaan aan de lokroep van roesmiddelen, seksorgieën en harde dollars. Niet alleen voegt Anderson met de Amerikaanse cultschrijver een nieuwe surrogaatvader aan zijn persoonlijke canon toe. Andermaal onderneemt hij een trip naar het Amerikaanse verleden en toont hij zich een nostalgicus die hunkert naar de gouden tijden van de Amerikaanse cinema en de periodes waarin zijn

favoriete films gemaakt werden. Niet verwonderlijk zweert hij dan ook bij pellicule. *The Master* werd zelfs in het oude 70 mm formaat opgenomen. 70 mm is een erfenis van de jaren 1950 en 1960 toen cinema de concurrentie met de televisie wou aangaan met een formaat dat helderder, scherper en spectaculairder was. Op die manier plaatste Anderson zijn film in de traditie van prestigefilms als *Spartacus* (1960, VSA), *El Cid* (1961, Italië/VSA), *Lawrence of Arabia* (1962, Groot-Brittannië) en *2001: A Space Odyssey* (1968, VSA/ Groot-Brittannië).

Anders dan de regisseurs van *New Hollywood* lijkt Anderson niet langer de ambitie te voelen om zich van de klassieke Hollywoodtradities te ontvoogden. Hij volgt met plezier het spoor van illustere voorgangers. De modernistische traditie van de breuk is vandaag immers verlaten en vervangen door een cyclische retrocultuur. Net zoals zijn personages slechts tot gedeeltelijke ontvoogding komen van hun vaderfiguren, slaagt ook Anderson er niet in een perspectief op de toekomst te ontwikkelen ondanks zijn constante inspanningen om zichzelf doorheen elke film opnieuw uit te vinden. Een visie op de toekomst van cinema - en bij uitbreiding de Amerikaanse samenleving - blijft uit.

### Het einde van de auteur

Die toekomstgerichte visie lijkt nochtans noodzakelijk wil de Amerikaanse auteurscinema geen stille dood sterven. Al moet gezegd dat de auteur al geregeld dood verklaard is. In 1967 vond Barthes dat in zijn essay *Death of the Author* ook wenselijk. Niet alleen verzette hij zich tegen de idee van de auteur als een transcendent individu dat constant, coherent en alomvattend is. Finaal meende hij dat de essentiële betekenis van een tekst niet bij de auteur ligt, maar in de impressies van de lezer: 'the birth of the reader must be at the cost of the death of the Author' (Barthes, 1967: 100). Barthes hanteert dan wel de geschreven tekst als casus, maar de ontvoogding van de lezer geldt vanzelfsprekend ook voor de filmkijker. Vandaag zijn de grenzen tussen auteur en publiek opengebrosen en richt ook de aandacht van Hollywoodbonzen zich alvast nadrukkelijk op de kijker wiens visie primeert op deze van de auteur nog voor de film goed en wel voltooid is.

Op 27 april 2013 gaf regisseur Steven Soderbergh - die kort daarvoor zijn afscheid van het filmbedrijf aankondigde - op het *San Francisco Film Festival* lucht aan zijn onvrede hierover. In *The State of Cinema* beklagt hij zich over de managers die de grote studio's controleren, nauwelijks films kijken en vooral luisteren naar wat de focusgroepen en de testscores zeggen. Hij stelt ook vast dat de obsessie met de buitenlandse markt toeneemt waardoor culturele specificiteit, narratieve complexiteit en ambiguïteit uit den boze zijn, wat de toekomst voor Anderson er ook weinig rooskleurig doet uitzien. Toch stelt Soderbergh zijn hoop in op uitgerekend de auteurscinema: 'As long as you have filmmakers out there who have that specific point of view, then cinema is never going to disappear completely. Because it's not about money, it's about good ideas followed up by a well-developed aesthetic' (Soderbergh, 2013). Al voegt hij eraan toe dat de *independent* sector in de VSA het financieel moeilijk heeft. Van de 455 films die in 2003 werden uitgebracht waren er 275 independents en 180 studiofilms. In 2012 werden 677 films uitgebracht waarvan 549 independents en 128 studiofilms. In de afgelopen tien jaar steeg echter het marktaandeel van de studio's van 69% naar 76%. Dubbel zoveel *independent* films strijden met andere woorden voor een steeds kleiner stuk van de koek (Soderbergh, 2013). Dergelijke statements over de toenemende kloof tussen *majors* en *independents*, over de teloorgang van de traditionele bioscoopcultuur en de cinefiele geletterdheid bij het publiek geven blijk van ongerustheid over het lot van de auteur. Het etiket van auteur is vandaag allesbehalve zaligmakend. Het beschermt Anderson ten dele, maar ook hij kan zich weinig kritische en commerciële misstappen veroorloven. Toch zal het

auteurslabel niet snel verdwijnen. De auteurstheorie werd geboren uit drang om te ordenen, te benoemen en te categoriseren. En dat verzekert meteen ook haar toekomst in een tijd waarin selectiesystemen, zoekmachines en databanken de kern vormen van de kennismaatschappij, en bovendien ook als commerciële hefboomen werken. De naam van de regisseur zal - met uitzondering van Steven Spielberg of Christopher Nolan - niet dezelfde economische impact hebben als de naam van een Hollywoodster of een populaire *franchise*, maar zal ook in de toekomst de toegangspoort blijven tot een specifiek oeuvre. In het geval van Anderson vormt dit oeuvre meteen ook de ingang tot de Amerikaanse film- en cultuurgeschiedenis. Via de toekenning van het auteurslabel wordt niet alleen het pantheon van Amerikaanse filmauteurs samengesteld en uitgebreid, maar worden meteen ook de krijtlijnen van de Amerikaanse cultuur uitgetekend en gereproduceerd met alle esthetische en ideologische connotaties die daarbij horen.

Foucault (1996 [1969]: 928) was zich in 1969 al bewust van de manier waarop in de westerse cultuur het geïndividualiseerde auteursbegrip sturend is inzake productie, circulatie, classificatie en consumptie van culturele teksten. Hij beschouwde in die zin de auteur als een ideologisch product en pleitte voor een bevrijdende anonimiteit. Door niet langer de auteur centraal te stellen, zal een tekst (of film) op zijn intrinsieke merites beoordeeld worden en zal de aandacht zich verleggen naar het oordeel van het publiek en vooral ook de culturele context waarbinnen deze tekst ontstond. Dan staat niet langer louter de originaliteit, artistieke waarde of authenticiteit van Andersons films ter discussie, maar stelt zich bovenal de vraag hoe en waarom deze films als creatieve tijdsdocumenten functioneren en fascineren binnen een bepaalde context. De hedendaagse gehechtheid van de media aan voorkeurslijstjes en *celebrities* lijkt alvast een stokje te steken voor die bevrijdende anonimiteit. Ook binnen de *arthouse* filmsector zullen producenten, curatoren en critici de filmauteur niet snel zijn status ontnemen, evenzeer vanuit zowel romantische, pragmatische als commerciële drijfveren. En zelfs de Hollywoodbonzen lijken ondanks hun gerichtheid op publieksbereik en de buitenlandse markt, nog niet bereid de cultus van het creatieve genie op te geven.

## Conclusie

Agee (1950: 142) schrijft over John Huston dat hij dan wel de meest inventieve regisseur is van zijn generatie, maar dat hij - als hij het niveau van D.W. Griffith, Sergej Eisenstein of Charlie Chaplin wil bereiken - zijn blikveld zal moet verruimen: 'His movies have centred on men under pressure, have usually involved violence, and have occasionally verged on some romanticism about danger.' Hij zou het over de Amerikaanse filmcanon in het algemeen en over Anderson in het bijzonder kunnen hebben. Anderson graaft dan wel steeds dieper naar de oorzaken van het agressieve gedrag van zijn ontheemde protagonisten op zoek naar de wonden die de geschiedenis in de Amerikaanse ziel geslagen heeft. Toch dreigt de wandeling die hij daartoe doorheen de Amerikaanse filmgeschiedenis onderneemt op een dag uit te monden in een zelfgenoegzame formule en een culturele verstarring. Het overkwam eerder al zijn peetvader Martin Scorsese wiens recentere films vooral de eigen films lijken te recyclen en niet langer de ambitie hebben de Amerikaanse samenleving te doorgronden en uit te dagen.

Uiteindelijk lijken filmmakers, filmcritici noch het publiek vandaag geneigd om de mythevorming rond regisseurs en de daaraan gelinkte culturele reproductieprocessen fundamenteel in vraag te stellen. Aan Anderson en de tijd om uit te wijzen of hij slechts de ceremoniemeester blijft van de Amerikaanse auteurscinema of zich durft te ontvoegen van zijn filmische, culturele en ideologische surrogaatvaders, en aldus de handschoen op te nemen die Lancaster Dodd zijn *enfant sauvage* Freddie Quell toegooit tijdens hun laatste confrontatie

in *The Master*: 'If you can find a way to live your life without serving a master, any master, then let the rest of us know. For you'd be the first person in the history of the world.'

## Bibliografie

- Agee, J. (1950) 'John Huston, undirectable director', *Life*, 29(12): 129-144.
- Aitken, I. (2006) *Realist film theory and cinema*. Manchester: Manchester University Press.
- Auteur (2013)
- Barthes, R. (1967) 'Death of the Author', pp. 97-100 in B. K. Grant (Ed.) (2008) *Auteurs and authorship: A film reader*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Baudrillard, J. (1981) *Simulacres et simulation*. Parijs: Galilée.
- Bordwell, D. (1985) 'Authorship and narration in Art Cinema', pp. 42-49 in V.W. Wexman (Ed.) (2003) *Film and authorship*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Calhoun, D. (2012) 'Paul Thomas Anderson', *Time Out*. Geraadpleegd op 3 mei 2013, <http://www.timeout.com/london/film/paul-thomas-anderson-interview>
- Catterall, A., Lyne, C., Mumford, G. & Wise, D. (2012) 'The 23 best film directors in the world today', *The Guardian*. Geraadpleegd op 21 oktober 2012, <http://www.guardian.co.uk/film/2012/sep/01/best-film-directors-world-2012>
- Crofts, S. (1998) 'Authorship and Hollywood', pp. 310-324 in J. Hill (Ed.) *The Oxford Guide to Film Studies*. New York: Oxford University Press.
- Elsaesser, T. (2000) 'De filmregisseur als auteur. Kunstenaar, keurmerk of ingenieur?', pp. 223-238 in T. Elsaesser (Ed.) *Hollywood op straat. Film en televisie in de hedendaagse mediacultuur*. Amsterdam: Vossiuspers AUP.
- Foucault, M. (1996 [1969]) 'What is an Author?' (J. Harari, Vert.), pp. 923-928 in C. Harrison & P. Wood (eds.) (1996) *Art in theory. 1900-1990. An anthology of changing ideas*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Jones, K. (2012) 'Battlefield Mankind', *Film Comment*, 48(5): 24-28.
- Kael, P. (1963) 'Circles and squares: Joys and Sarris', pp. 292-319 in P. Kael (Ed.) (1965) *I lost it at the movies*. Boston: Little.
- King, G. (2002) *New Hollywood*. New York: Columbia University Press.
- Lane, C. (2011) *Magnolia*. West Sussex: Wiley-Blackwell.
- McBride, J. (2004) *Searching for John Ford*. Londen: Faber and Faber.
- Maltby, R. (2003) *Hollywood Cinema*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Mestdach, D. (2013) 'Paul Thomas Anderson: de ware master van Hollywood', *Knack Focus*, 10: 10-15.
- Richardson, J. H. (2008) 'The secret history of Paul Thomas Anderson', *Esquire*. Geraadpleegd op 15 april 2013, <http://www.esquire.com/features/75-most-influential/paul-thomas-anderson-1008>
- Sarris, A. (1962) 'Notes on the Auteur Theory in 1962', pp. 561-564 in L. Braudy & M. Cohen (eds.) (1992) *Film theory and criticism. Introductory readings. Sixth edition*. New York: Oxford University Press.
- Sarris, A. (1977) 'The Auteur Theory revisited', pp. 21-29 in V.W. Wexman (Ed.) (2003) *Film and authorship*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Soderbergh, S. (2013) *The state of cinema*, Geraadpleegd op 2 mei 2013, <http://www.deadline.com/2013/04/steven-soderbergh-state-of-cinema-address/>
- Stevens, C. (2000) 'Interview with Paul Thomas Anderson', in P.T. Anderson (2000) *Magnolia: The Shooting Script*. New York: Newmarket Press.
- Wollen, P. (1998 [1968]) *Signs and Meaning in the Cinema*. Londen: BFI.



## **Over de auteurs**

*Fien Adriaens* (Dr.) is geaffilieerd lid van *Centre for Cinema & Media Studies* aan de vakgroep Communicatiewetenschappen (*Universiteit Gent*). Haar doctoraatsonderzoek (FWO, 2008-2012) focuste op diasporajongeren, publieken, diversiteit, identiteit en de rol van televisie in het alledaagse leven. Momenteel werkt ze als beleidsadviseur bij de socialistische vakbond *ABVV*.

**Daniël Biltereyst** (Dr.) is gewoon hoogleraar aan de vakgroep Communicatiewetenschappen (*Universiteit Gent*), waar hij het *Centre for Cinema and Media Studies* leidt en onderwijs verzorgt op het terrein van media- en beeldcultuur. Hij is tevens lid van de onderzoeksgroep *Health, Media & Society*. Zijn onderzoek en publicaties behandelen zowel historische als hedendaagse maatschappelijke vraagstukken in verband met film, televisie en audiovisuele beeldcultuur. Enkele van zijn recente publicaties zijn *Explorations in New Cinema History* (Wiley-Blackwell, 2011), *Cinema, Audiences and Modernity* (Routledge, 2012, samen met R. Maltby en Ph. Meers) en *Silencing Cinema: Film Censorship Around the World* (Palgrave, 2013, met R. Van de Winkel). In 2015 verscheen *Moralizing Cinema* (Routledge, samen met D. Treveri Gennari) en hij werkt momenteel aan een volgend boek, *The Routledge Companion to New Cinema History* (Routledge, met R. Maltby en Ph. Meers).

**Liesbet Depauw** (Dr.) promoveerde in 2009 aan de *Universiteit Gent* met het proefschrift 'Paniek in context: een interdisciplinair, multimethodisch onderzoek naar het publieke debat over geweld in film tijdens het Interbellum in België'. Momenteel is ze verbonden aan *LECA/Landelijk Expertisecentrum voor Cultuur van Alledag*. Het centrum onderzoekt en ontsluit het erfgoed van feesten, rituelen en sociale praktijken en ontwikkelt nieuwe participatieve methodologieën voor het borgen van immaterieel erfgoed.

**Sander De Ridder** (Dr.) is sinds 2010 verbonden aan het *Centre for Cinema and Media Studies* (*Universiteit Gent*). In 2014 rondde hij zijn doctoraat af dat focust op de intimiteitsbeleving van jongeren in digitale mediacultuur en sociale media in het bijzonder. Momenteel is hij werkzaam als postdoctoraal onderzoeker bij het *Fonds Wetenschappelijk Onderzoek - Vlaanderen* (FWO). Zijn onderzoek richt zich voornamelijk op sociale en culturele aspecten van digitale media in het dagelijks leven.

**Frederik Dhaenens** (Dr.) is sinds 2008 lid van *Centre for Cinema and Media Studies*. In 2012 verdedigde hij succesvol zijn doctoraat 'Gays on the small screen: A queer theoretical study into articulations of queer resistance in contemporary television fiction'. Momenteel is hij verbonden als doctor-assistent aan de *Universiteit Gent*. Daarnaast was hij docent aan de *Erasmus Universiteit Rotterdam* en aan de *Universiteit Antwerpen*. Zowel zijn onderwijs als onderzoek vertrekt van een *cultural studies* perspectief en focust op maatschappelijke thema's die zich op het kruispunt van media, populaire cultuur en diversiteit bevinden.

**Olivier Driessens** (Dr.) is *Lecturer in the Sociology of Media and Culture* aan de *University of Cambridge* en geaffilieerd lid van het *Centre for Cinema and Media Studies*. Daarvoor was hij LSE Fellow aan de *London School of Economics and Political Science*. Zijn onderzoek focust op mediasociologische vraagstukken over visibiliteit, celebrity en promotionele cultuur en hoe deze ingebed zijn in bredere processen van verandering, specifiek mediatisering en celebritisering. Op dit laatste onderwerp promoveerde hij in december 2013 aan de *Universiteit Gent*. In zijn proefschrift probeerde Driessens de wijzigende rol van celebrity in onze maatschappijen en culturen theoretisch te verklaren en empirisch te duiden. Driessens is verder ook actief betrokken in de ECREA Sectie *Mediatization* en bereidt met deze collega's momenteel een verzamelwerk op dit thema voor.

**Stijn Joye** is als professor verbonden aan de vakgroep Communicatiewetenschappen van de *Universiteit Gent* waar hij lid is van de onderzoeksgroepen *Centre for Cinema and Media Studies* (CIMS), *Center for Journalism Studies* (CJS) en *Health, Media & Society* (HM&S). Hij doceert er communicatiewetenschap en audiovisuele communicatie. Zijn onderzoek

situeert zich voornamelijk binnen het domein van internationaal nieuws met een focus op rampenberichtgeving en de representatie van lijden. Joye publiceerde nationaal en internationaal ook rond alternatieve media en artistieke imitatie in film. Verder maakt Joye deel uit van de stuurgroep van het *Steunpunt Media* en het management van *NeFCA*, de Nederlands-Vlaamse vereniging voor communicatiewetenschappen. Hij is tevens vice-voorzitter van ECREA's *International and Intercultural Communication Section*.

**Pieter Maesele** (Dr.) is als onderzoeksprofessor media en democratie verbonden aan de *Universiteit Antwerpen*. Zijn onderzoeksagenda focust op hoe de beeldvorming van maatschappelijke vraagstukken kan worden geëvalueerd naar de mate waarin zij bijdraagt aan democratisch debat en burgerschap. Ideologie en de/politisering, en hun invloed op pluralisme, staan hierbij centraal. Hij is lid van de onderzoeksgroep *Media, Beleid & Cultuur* (UA) en geaffilieerd lid van *Milieu & Samenleving* (UA) en het *Centre for Cinema and Media Studies* (UGent). Verder is hij voorzitter van IAMCR's *Environment, Science and Risk Communication Working Group*, vice-voorzitter van ECREA's *Science and Environment Communication Section*, en maakt hij deel uit van de redactieraad van *Science Communication, Journal of Science Communication* en de *Palgrave Studies in Media and Environmental Communication*.

**Daniëlle Raeijmaekers** (Ma) is een doctoraatsstudente aan de faculteit Politieke en Sociale Wetenschappen van de *Universiteit Antwerpen*. Binnen het departement Communicatiewetenschappen maakt ze deel uit van de onderzoeksgroep *Media, Beleid & Cultuur*. Momenteel bereidt ze een doctoraatsproefschrift voor over de evolutie en mate van mediapluralisme binnen het Vlaamse medialandschap, in functie van een GOA BOF-project over de relatie tussen media-eigendom en -organisatie aan de ene kant, en inhoudelijke mediadiversiteit en -pluralisme aan de andere kant. In het bijzonder focust ze op het ideologische karakter van discoursen en processen van politisering en depolitisering.

**Sofie Van Bauwel** (Dr.) is professor aan de vakgroep Communicatiewetenschappen van de *Universiteit Gent* waar ze culturele mediastudies, gender en media, en televisiestudies doceert. Ze is lid van het *Centre for Cinema and Media Studies* en haar onderzoeksinteresse gaat vooral uit naar gender, media en film en televisie. Ze is betrokken bij verschillende projecten waarbij de focus ligt op media als betekenisgevende praktijken in visuele populaire cultuur. Ze was zes jaar vice-voorzitter van de *Gender and Communication Section* van ECREA en is lid van de redactieraad van het tijdschrift *Journal of Media Theory*. Verder is ze ook editor van de *Working Papers Film and Television Studies* en publiceert ze internationaal en nationaal over populaire mediacultuur, feministische theorie en film. Recent schreef ze samen met Tonny Krijnen een boek over media en gender (*Routledge*, 2015).

**Elke Van Damme** (Dr.) doceert Cultuur en Mediastudies en Academisch Schrijven aan *LUCA - School of Arts* (campus St.-Lukas Brussel) waar ze ook instaat voor masterproefbegeleiding en onderzoek doet naar genderrepresentaties in audiovisuele en beeldende kunsten. Ze is een geaffilieerd lid van het *Centre for Cinema and Media Studies* en is momenteel ook werkzaam als gastprofessor aan de vakgroep Communicatiewetenschappen (*Universiteit Gent*). Haar doctoraatsonderzoek (FWO, 2008-2013) focuste op het gebruik, de representatie en de consumptie van de hedendaagse beeldcultuur van jongeren, met een specifieke klemtoon op gender, seksualiteit en identiteit.

**Lies Van de Vijver** (Dr.) is postdoctoraal onderzoeker aan de *Universiteit Gent*. Ze is sinds 2005 verbonden aan het *Centre for Cinema and Media Studies* en werkte op opeenvolgende

projecten over de geschiedenis van bioscoopstructuur, filmprogrammering en cinemabeleving in Vlaanderen en Gent. Sinds 2012 onderzoekt ze de sociale bioscoopbeleving in de multiplex. Van de Vijver publiceert voornamelijk binnen de onderzoekstrend *New Cinema History* in verschillende readers en tijdschriften zoals *Screen*, *Historical Journal of Film, Radio & Television* en *Cultural Studies*. Ze is coördinator van het internationale *HoMER Network* (History of Moviegoing, Exhibition and Reception) en het *DICIS Network* (Digital Cinema Studies). In 2015 stelde ze de tentoonstelling ‘*FILMTHEATERS Gent Cinemastad*’ samen in het *Caermersklooster* te Gent.

**Isolde Vanhee** (Dr.) doceert Film, Kunstgeschiedenis en Audiovisuele Media aan *LUCA School of Arts* in Gent. In 1999 behaalde ze haar licentiaatsdiploma Kunstwetenschappen met een verhandeling over de schilder Balthus. Van 2001 tot 2005 was ze stafmedewerker in het *Stedelijk Museum voor Actuele Kunst* (SMAK) te Gent. Sinds 2005 is ze lid van het *Centre for Cinema and Media Studies*. In november 2010 verdedigde ze met succes haar doctoraal proefschrift over familierepresentaties in de Amerikaanse gangstercinema. Vanhee is sinds 2014 Bijzonder Gastdocent in de Kunsten aan de *KULeuven*. Verder is ze filmredacteur van *Rekto:Verso* en lid van de Raad van Bestuur van *Art Cinema OFFoff*. Ze publiceert over film, schilderkunst en de relatie tussen cinema en de beeldende kunsten.

**Gertjan Willems** (Dr.) is als postdoctoraal onderzoeker van het *Fonds Wetenschappelijk Onderzoek - Vlaanderen* (FWO) verbonden aan het *Centre for Cinema and Media Studies* (CIMS) aan de *Universiteit Gent*. Hij is tevens verbonden aan het *Research Center for Visual Poetics* aan de *Universiteit Antwerpen*. In oktober 2014 behaalde hij als aspirant van het FWO zijn doctorstitel met het proefschrift *De constructie van een nationale cinema. Een onderzoek naar de rol van het filmproductiebeleid in het stimuleren van een Vlaamse identiteit (1964-2002)*, dat momenteel tot een boekpublicatie herwerkt wordt. Zijn ruimere onderzoeksinteresse gaat uit naar de theoretische, institutionele en tekstuele analyse van film, radio en andere vormen van media en cultuur. Recente publicaties verschenen in tijdschriften als *Belgisch Tijdschrift voor Nieuwste Geschiedenis*, *Literature/Film Quarterly* en *The Historical Journal of Film, Radio and Television*.