

DOCUMENTAIRE IN(TER)ACTIE

EEN ONDERZOEK NAAR DE MOGELIJKHEDEN VAN DE
NEDERLANDSE DOCUMENTAIRE

DOCTORAALSCRIPTIE VAN: SUZANNE DE GROOT

STUDENTNUMMER: 9628371

E-MAIL: SUZANNEDEGROOT@GMAIL.COM

SUPERVISOR: PROF. DR. J.S. DE LEEUW

APRIL 2004

UNIVERSITEIT UTRECHT

TAAL- EN CULTUURSTUDIES

SPECIALISATIES: CULTUUREDUCTIE

FILM- EN TELEVISIEWETENSCHAP

Voorwoord

Dit is 'm dan: de kroon op mijn werk; de piek op mijn kerstboom, De Scriptie. In tegenstelling tot mijn gecrashte computer, ingestorte bureaustoel en falende bureaulamp, ben ik achter mijn bureau overeind blijven zitten. Toen ik eenmaal stil zat althans, want alleen al bij het horen van het woord 'scriptie' begon ik een jaar geleden te schuiven op mijn stoel. De klaagzang van mijn voorgangers staat mij nog helder voor de geest. 'De zwaarste periode van je studie' werd het genoemd..... ik was er niet gerust op. Mijn startfase bevestigde dit met een traag gepruttel. Toen de motor echter op gang gekomen was, maakte mijn onrust al snel plaats voor enthousiasme en voldoening. De sporadische onzekerheid en de bijbehorende dipjes werden afgewisseld met onverklaarbare aanvallen van energie en inspiratie.

Waar mijn fascinatie voor dit onderwerp precies vandaan kwam, is mij een raadsel. Wel kan ik mijzelf inmiddels een expert noemen, terwijl mijn kennis tot voor kort niet veel verder reikte dan die van een geïnteresseerde toeschouwer. Nu lijkt het alsof ik mijn hele leven met niets anders bezig ben geweest (in positieve zin). De spanning van een onbekende uitkomst van het onderzoek, maakte en hield mij erg gemotiveerd. Des te meer toen ik halverwege mijn onderzoek merkte dat het onderwerp tijdens discussies regelmatig aanleiding is voor oververhitte gemoederen.

Tijdens mijn gesnuffel in boeken, artikelen en websites heb ik de nodige steun gehad van mijn omgeving. Dit zou geen complete scriptie zijn, zonder dat ik mijn dank hiervoor laat blijken. Allereerst bedank ik mijn familie, vrienden en huisgenoten voor het meeleven en het begrip dat zij hadden voor mijn frequente geestelijke en lichamelijke afwezigheid. In het bijzonder dank ik mijn persoonlijke 'facility manager', mijn vader; mijn grafisch ontwerper, Michiel. Michiel wederom, en Babette bedankt voor het beschikbaar stellen van jullie huis en computer het laatste weekend voor mijn deadline, het was mijn redding. Mariette, bedankt voor je enthousiaste feedback op mijn eerste hoofdstukken. Bindie, Gareth en Ronald, bedankt voor de massages en daarmee de gedwongen rust. Ronald, had ik al gezegd dat ik erg blij met je ben? Ditmaal voor je ontzettend nuttige aanwijzingen. Verder bedank ik de mensen uit het werkveld voor de (korte of uitgebreide) inhoudelijke gedachte-uitwisseling: Monika Wissing (Filmfonds), Huub Roelvink (DocuZone), Ingrid van Tol (StiFo), Hans Otten (DIFA) en Willemien Sanders (DIFA). Ten slotte wil ik Sonja de Leeuw bedanken voor haar begeleiding van een onzeker begin tot een overtuigend einde van dit onderzoek.

Het was een mooie, leerzame periode, maar nu wordt het weer tijd voor een sociaal leven!

Suzanne de Groot,
Utrecht, april 2004

Inhoud

INLEIDING.....	4
HOOFDSTUK 1. DE DOCUMENTAIRE	7
§ 1.1 BEGRIPSDEFINIËRING.....	7
§ 1.2 OORSPRONG EN ONTWIKKELING	9
§ 1.2.1 Internationale geschiedenis.....	9
§ 1.2.2 Nationale geschiedenis	12
§ 1.3 'MODES OF REPRESENTATION'	15
§ 1.4 TOEKOMSTBEELD.....	20
HOOFDSTUK 2. THEORETISCHE VERKENNING	22
§ 2.1 TERMINOLOGIE	22
§ 2.2 TEKST EN TOESCHOUWER	25
§ 2.2.1 Psychologie	25
§ 2.2.2 Communicatiewetenschappen	27
§ 2.2.3 Sociale wetenschappen en culturele studies	29
§ 2.2.4 Documentaire en toeschouwer.....	33
§ 2.3 EVALUERING TEKST-TOESCHOUWER RELATIE	36
§ 2.4 MEDIUM EN TOESCHOUWER.....	38
§ 2.4.1 Film.....	39
§ 2.4.2 Televisie.....	39
§ 2.4.3 Internet.....	41
§ 2.5 EVALUERING MEDIUM-TOESCHOUWER RELATIE	42
§ 2.6 DOCUMENTAIREFILM, MEDIUM EN TOESCHOUWER.....	45
HOOFDSTUK 3. FINANCIËLE INFRASTRUCTUUR.....	46
§ 3.1 HEDENDAAGS FINANCIERINGSKLIMAAT	46
§ 3.1.1 Rol van de omroepen	46
§ 3.1.2 Rol van de overheid.....	47
§ 3.1.3 Fondsen.....	48
§ 3.1.4 Rol van de producent	53
§ 3.2 DISTRIBUTIE EN VERTONING.....	54
§ 3.3 PUBLICITEIT, PROMOTIE EN MARKETING.....	56
§ 3.4 TOEKOMSTIG FINANCIERINGSKLIMAAT	57
HOOFDSTUK 4. VERTONINGSPLATFORMEN EN DISTRIBUTIEKANALEN	60
§ 4.1 TELEVISIE.....	60
§ 4.2 HET GROTE DOEK	61
§ 4.2.1 Filmtheater.....	62
§ 4.2.2 DocuZone	63
§ 4.2.3 Filmfestival.....	65
§ 4.2.4 Evaluatie	66

§ 4.3 NIEUWE MEDIA.....	67
§ 4.3.1 Video en DVD.....	68
§ 4.3.2 Internet.....	68
§ 4.3.3 Alternatieve platforms.....	70
§ 4.3.4 Evaluatie.....	71
§ 4.4 VORM EN INHOUD.....	71
§ 4.4.1 Subgenres.....	72
§ 4.4.2 Rol van omroepen en fondsen.....	73
§ 4.4.3 Rol van het vertoningsplatform.....	74
§ 4.5 TOEKOMSTBEELD.....	76
HOOFDSTUK 5. CONCLUSIE.....	78
§ 5.1 STATUS QUO.....	78
§ 5.2 PERSPECTIEVEN.....	80
§ 5.3 AANBEVELINGEN.....	82
BIJLAGE I. 'MODES OF ADRESS'.....	83
BIJLAGE II. USES AND GRATIFICATIONS-BENADERING.....	84
BIJLAGE III. OVERZICHT DOCUMENTAIRESLOTS.....	85
BIJLAGE IV. VOORBEELDEN NIEUWE MEDIA INITIATIEVEN.....	86
BIBLIOGRAFIE.....	87

Inleiding

Een nieuwe Hazes is geboren

Johan Cruijff - en un momento dado van Ramón Gieling beleefde dit jaar tijdens het International Film Festival Rotterdam zijn première. Wederom een portretfilm, goed passend in de traditie van *Ramses - ou est mon Prince?*, *Normaal - Ik kom altijd weer terug*, *André Hazes - zij gelooft in mij*, *Ajax - Daar hoorden zij engelen zingen*. Wat is dat toch met die Nederlandse bioscoopdocumentaires? Het lijkt wel alsof deze formule over bekende mensen, liefst uit de amusementsbranche, uitgemolken wordt tot er werkelijk niets meer van over is. Neem dan *Bowling for Columbine* of *Être et avoir ; Bowling*, van Michael Moore, was de klapper van afgelopen jaar. Deze Amerikaanse maatschappijkritische documentaire opende het IDFA 2002 en won de Publieksprijs. Ook in de bioscopen was de film vervolgens een enorme kaskraker. De Franse documentaire *Être et avoir* van Nicolas Philibert is eveneens een groot succes; wat betreft onderwerp en vorm van een heel andere orde dan *Bowling*, maar ook erg succesvol in de filmtheaters. Het enige element dat de twee films verbindt is de buitenlandse origine en het succes in Nederlandse theaters. Toch vreemd dat buitenlandse producties met een andere dan de portretformule wel een geslaagd roulement kunnen bewerkstelligen, terwijl de Nederlandse documentairewereld angstig vasthoudt aan de formule die *André* groot maakte. Wellicht dat onze voetballer het bezoekersaantal van de zanger kan evenaren. Maar zelfs al haalt hij niet het gewenste aantal bezoekers, hij past in ieder geval mooi in de Nederlandse filmtraditie.

Aanleiding

Bezoekersaantallen zijn natuurlijk van groot belang. Zij waarborgen het voortbestaan van de documentaire in het filmtheater. Kijkcijfers zijn evenzo de garantie voor het bestaansrecht van de televisiedocumentaire. Zonder toeschouwer heeft een documentaire immers geen reden voor bestaan. Om deze reden zal het genre zich altijd moeten blijven inspannen om zo goed mogelijk tegemoet te komen aan de wensen van de toeschouwer. Dat is niet eenvoudig. Samenhangend met de maatschappelijke, economische en technologische veranderingen, evolueren namelijk ook de verwachtingen van de toeschouwer. De documentairetraditie heeft zich de afgelopen eeuw op alle fronten (inhoud, vorm en mediumgebruik) ontwikkeld. Niet alleen de aanspreekvorm verandert door de jaren heen, maar ook het medium via welke de film zijn weg naar het publiek vindt is variabel. Door de technologische vooruitgang worden op het gebied van productie, distributie en vertoning steeds weer nieuwe mogelijkheden gecreëerd. Opvallend is het gebrek aan onderzoek dat op dit gebied is gedaan. Het enige onderzoek dat aansluit bij dit onderwerp is een marktonderzoek naar de theateruitbreng van Nederlandse documentaires, dat in 2001 in opdracht van het Filmfonds door Paul Verstraeten is uitgevoerd ter voorbereiding van een nieuw distributie- en vertoningsexperiment, DocuZone.

Na de vertoningsplaatsen als de kermis, het filmtheater en de televisie lijkt het genre documentaire op het moment via nieuwe kanalen mogelijkheden gevonden te hebben om de toeschouwer te bereiken. Het genre is continue de eigen grenzen aan het aftasten en wellicht kan dit het einde betekenen van vertoning in de vertrouwde omgeving, het filmtheater. Optimistische initiatieven proberen echter oud en nieuw te verenigen via digitale vertoning om zo de documentaire in het filmtheater te houden. Het is de vraag of de documentaire daar thuishoort en het beste gedijt. Anderzijds is het de vraag hoeveel ruimte nog rest voor verdere ontwikkelingen voordat de documentaire ten onder gaat aan zijn eigen vooruitgang. De interactieve vormen die de documentaire via nieuwe media, zoals internet, ontwikkelt, tornen namelijk aan de grenzen van de definitie van het genre. Niet alleen de definitie staat onder spanning, ook de relatie met de toeschouwer krijgt een ander karakter. In dit onderzoek wil ik nagaan wat de mogelijkheden en succesansen van de traditionele, digitale en interactieve documentaire zijn. Ik wil proberen te achterhalen welk medium het best past bij de eigenschappen van de documentaire en tegelijkertijd tegemoet komt aan de wensen en verwachtingen, qua onderwerp en aanspreekvorm van de toeschouwer. Al deze overwegingen brengen mij tot de volgende hoofdvraag:

Welke mogelijkheden heeft de Nederlandse documentaire op het gebied van vorm en inhoud voor het optimaliseren van de relatie met een potentieel publiek?

Operationalisering

Om deze hoofdvraag te kunnen beantwoorden is het noodzakelijk dat ik het begrip 'documentaire' definieer. Dat is niet eenvoudig. In het verleden is rond het begrip heel wat discussie geweest over een eenduidige definiëring en ook nu nog hebben wetenschappers, vakmensen en liefhebbers allen hun eigen visie op de invulling van het begrip. De verschillende invalshoeken van waaruit het genre wordt benaderd en de steeds voortgaande maatschappelijke en technologische ontwikkelingen zorgen voor een zeer dynamisch karakter van het genre. In het eerste hoofdstuk besteed ik hier aandacht aan en zal ik komen tot een definitie.

Het eerste gedeelte, hoofdstuk 1 en 2, van mijn onderzoek voer ik uit door middel van literatuuronderzoek. Ik baseer mij daarbij op verschillende opvattingen van theoretici en vakmensen. In het eerste hoofdstuk zal ik naast de begripsdefiniëring, zowel de internationale als de nationale geschiedenis van de documentaire tot op heden beschrijven. Dit is noodzakelijk om de ontwikkelingstendensen en de invloeden hiervan op het genre te kunnen vaststellen. Tevens stel ik in dit eerste hoofdstuk de categorisering van Nichols aan de orde. De beschrijving van zijn indeling van het genre vergemakkelijkt de latere eventuele constatering van stijlverandering. Centrale vraag voor dit hoofdstuk luidt: hoe heeft de documentairefilm zich tot nu toe ontwikkeld en wat kan hieruit afgeleid worden voor de toekomst?

Het tweede hoofdstuk voorziet in een kader van toeschouwerstheorieën. Centraal in dit hoofdstuk staat de vraag hoe de documentaire zich verhoudt tot de toeschouwer. Ik zal teruggrijpen op theorieën

uit verschillende verwante disciplines. Dit doe ik omdat op het specifieke gebied van documentaire nauwelijks theorievorming bestaat. Middels de combinatie van verwante paradigma's kan ik tot een lijst van mogelijke invloedsfactoren op de toeschouwer-documentaire relatie komen. Hieruit zal ik kunnen afleiden in welke omstandigheden de documentaire het best tot zijn recht komt. Ik verwijs naar de toeschouwer in mannelijke vorm, maar hiervoor in de plaats kan natuurlijk evengoed sprake zijn van een vrouwelijke toeschouwer.

Het tweede gedeelte omvat de praktijksituatie. Om deze adequaat in kaart te brengen, wend ik zowel literatuuronderzoek als bronnenonderzoek aan. De gegevens zijn afkomstig uit diverse bronnen: internet, rapporten, jaarverslagen, onderzoeken van relevante instanties en artikelen. Op basis hiervan en in combinatie met gesprekken met verschillende personen in de documentairesector, kom ik tot mijn eigen inzichten. Eerst schets ik in het derde hoofdstuk de financiële infrastructuur, de actuele machtsverhoudingen en de invloed van de hoofdrolspelers op het documentaireklimaat. Deze status quo geeft inzicht in de financiële mogelijkheden voor het genre voor verdere ontwikkelingen.

In het vierde en tevens laatste hoofdstuk onderzoek ik in welke vertoningsomstandigheden de documentairefilm het best tot zijn recht komt en in hoeverre de vertoningsplaats van invloed is op het succes. Ik zal de voornaamste vertoningsplatforms en distributiekkanalen aan bod laten komen. Tevens leg ik hier verbanden met voorgaande hoofdstukken. Ik zal een aanloop nemen op de conclusie, die in het laatste hoofdstuk volgt en waarin ik mijn hoofdvraag zal beantwoorden.

Belang

Dit onderzoek is zowel van wetenschappelijk als maatschappelijk belang. Hoewel de documentaire wellicht het oudste filmgenre is, blijft bestudering ervan ver achter bij die van de fictiefilm. De documentaire als non-fictief genre is in vergelijking met zijn fictieve tegenhanger, binnen de wetenschap altijd een ondergeschoven kindje geweest. Vooral op het terrein waar de documentaire in contact komt met nieuwe media en de toeschouwer is tot op heden geen officiële studie gedaan. Ik tracht met deze beschouwende analyse een aanzet te geven tot verdere studies en theorievorming.

Daarnaast hoop ik met deze studie een contributie te leveren aan het actuele maatschappelijke debat over de toekomst van de Nederlandse documentaire. Juist met het naderende einde van het DocuZone-experiment en de onzekere positie van de Publieke Omroep zal in de documentairewereld veel onrust ontstaan over de verdere ontwikkeling van het genre. De discussie rondom het voortbestaan van de documentaire zal meer dan ooit herleven. Zeker met het oog op de interactieve ontwikkelingen via het nieuwe medium internet, is mijn onderzoek actueel relevant. Ik hoop middels dit onderzoek de situatie inzichtelijker te maken, opdat conclusies getrokken kunnen worden voor het te volgen beleid door de verschillende betrokken partijen, overheid, fondsen, producenten, distributeurs, opleidingen en niet te vergeten, de makers zelf.

Hoofdstuk 1. De documentaire

Centraal onderwerp van dit onderzoek is de documentairefilm. Alvorens in te gaan op de toekomstmogelijkheden van dit filmgenre, is het van belang in dit eerste hoofdstuk tot een heldere eenduidige begripsdefiniëring te komen. Vervolgens zal aandacht besteed worden aan de internationale geschiedenis van de documentairefilm, de rol hierin van enkele prominente figuren en de ontwikkeling van de media, waarna aansluitend de ontwikkelingen in Nederland aan de orde komen. Na een uiteenzetting van een theoretische categorisering gevolgd door kritische kanttekeningen, volgt tot slot een korte vooruitblik op de toekomstige ontwikkelingen.

§ 1.1 Begripsdefiniëring

De term 'documentaire' is niet zo eenvoudig te definiëren. Dit heeft drie oorzaken. In eerste plaats de invloed van tijd en plaats. De verschillen tussen periodes, landen en regio's beïnvloeden de documentairetradities en stijlen waardoor vorm, inhoud en gebruikte technische middelen erg kunnen variëren. Ten tweede speelt de achtergrond en dus het perspectief van de persoon die tot een definitie komt een rol. Een producer zal immers andere criteria hanteren dan een criticus. De een zal de documentairefilm meer vanuit institutionele invalshoek belichten, terwijl de ander eerder naar de vorm, onderwerpkeuze, verwachtingen van het publiek, intentie van de maker of de maatschappelijke functie zal kijken. De derde oorzaak behelst de grote variëteit in audiovisuele uitingen. In het huidige tijdperk, waarin de technologische mogelijkheden voortdurend tornen aan de grenzen van de documentaire, wordt het ondoenlijk een absolute omschrijving van het begrip te geven. Geen enkele definitie dekt immers de volledige lading.

Niettemin hebben vele historici, wetenschappers en analytici door de jaren heen getracht tot een alles omvattende definitie te komen. John Grierson, die beschouwd wordt als de vader van de documentaire, introduceerde de term in 1926. Hij definieert het genre als '*een creatieve interpretatie van de werkelijkheid*'. Het gaat hem niet zozeer om het realisme, maar meer om de interpretatie ervan en de creativiteit waarmee het getoond wordt. Ook Richard Kilborn en John Izod, zien de twee componenten, werkelijkheid en creativiteit als de essentie van de documentaire: '*Het is de relatie tussen de selectie en het vastleggen van feitelijk materiaal en de transformatie ervan naar een bekwaam vervaardigd kunstproduct met historische waarde (artefact) die aan de basis ligt van documentaire maken.*'¹ Beide formuleringen behelzen de twee hoofdfuncties: opnemen (van geluid en beeld) en interpreteren.

Volgens Bill Nichols, een internationaal erkende autoriteit op het gebied van documentaire en etnografische film, krijgt het begrip 'documentaire' pas betekenis in een relationele of vergelijkende context: zoals in contrast met fictiefilm of experimentele en avant-garde film. De verschillende periodes en bewegingen helpen bij het definiëren en het onderscheiden van de documentaire van andere soorten film. Daarbij merkt hij op dat de documentaire niet een reproductie is van de werkelijkheid, maar een

¹ Richard Kilborn en John Izod, *An introduction to television documentary. Confronting reality* (Manchester 1997) 12-13.

representatie. De maker gaat dus verder dan het sec documenteren van de historische wereld: hij legt een bepaald perspectief in de documentaire, waardoor deze een eigen 'voice' krijgt.²

Om enigszins houvast te krijgen voor het komen tot een definiëring, die bijdraagt aan noodzakelijke maar niet afdoende zijnde voorwaarden, kiest Nichols voor een benadering vanuit vier invalshoeken: instituties, makers, teksten (de films), en de toeschouwer. Vanuit de institutionele invalshoek kan het erg simpel zijn: 'documentaires zijn wat de organisaties en instituties die ze produceren maken.'³ Anders gezegd: als de IKON binnen het blok 'De Donderdagavond Documentaire' een programma uitzendt, of Michael Moore de maker of sponsor is, weet de toeschouwer dat het om een documentaire gaat. We kunnen een documentaire dus classificeren als we weten waar een film vandaan komt, of binnen welke context hij getoond wordt.

Niet alleen buiten de film kan een dergelijk institutionele context bestaan, maar ook binnen de film.⁴ De zogenaamde 'mockumentaries' of pseudo-documentaires weten de toeschouwer te misleiden door op een ironische manier gebruik te maken van de geïnstitutionaliseerde constructie. Door het aanwenden van de traditionele documentaire conventies presenteren deze fictieconstructies zichzelf als documentaire. De makers willen zich niet laten beperken door de grenzen en conventies die de instituties hen opleggen en laten zich door hun verbondenheid met critici, onderwerpen, de toeschouwer en niet te vergeten elkaar, inspireren tot innovatie. Door het institutionele kader wordt de kijker in staat geacht een film als documentaire te determineren, maar ook soms op het verkeerde been gezet. De maker probeert de toeschouwer te overtuigen. In bovengemelde voorbeelden tevens van het echtheidsgehalte, maar bovenal van zijn visie. Volgens Nichols draait het hier bij documentairefilm over het algemeen om: de inzet tot overtuigen en vatbaar maken voor een bepaald standpunt met betrekking tot de wereld waarin we leven.⁵ Daarbij wil ik aanvullen dat de visie van de maker vervolgens aanzet tot contemplatie, en in het verlengde daarvan, discussie. De maker, als tweede invalshoek, wendt onder andere het formaliserende kader aan om de toeschouwer maatschappelijk bewust te maken.

Het kijken naar de film zelf, de tekst, die deel uitmaakt van de documentaire traditie, is een derde invalshoek. Om tot een genre gerekend te worden, moet de betreffende film karakteristieken vertonen die voorkomen bij films die al tot de documentairetraditie gerekend worden zoals: voice-of-God commentaar, interviews, geluidsopnames op locatie, 'cutaways' van een scène ter illustratie of uitleg, sociale actoren in hun dagelijkse rol als centraal figuur etc. Een andere conventie van de documentaire is de logica als organisatorisch element van de film, bijvoorbeeld in de vorm van probleemoplossing of gevolgtrekking, ondersteund door 'evidentiary editing'.⁶ Vaak heeft de documentaire een narratieve structuur, al blijft deze wel ondergeschikt aan het betogende.⁷

De vierde en laatste invalshoek om documentaire te benaderen betreft de relatie met de toeschouwer. De toeschouwer heeft een bepaald verwachtingspatroon ten aanzien van een documentaire dat consequenties heeft voor de status van de geboden informatie. De kijker verwacht een

² Bill Nichols, *Introduction to documentary* (Bloomington 2001) 20, 31.

³ Ibidem, 20-23.

⁴ Ibidem.

⁵ Ibidem, 69.

⁶ Ibidem, 26-31.

⁷ Charles Forceville, 'Documentairedefinities. Creatieve waarheden', *Skrien* 35 nr. 2 (2003) 19-22.

indexicale (verwijzing naar de werkelijkheid) relatie tussen wat hij ziet en wat zich heeft afgespeeld voor de camera. Vervolgens verwacht hij dat deze indexicale relatie op een poëtische of retorische manier wordt getransformeerd naar een commentaar op de wereld waar hij zelf deel van uitmaakt. Deze verwachting onderscheidt onze betrokkenheid bij de documentaire van die bij andere filmgenres.⁸

Al het bovenstaande brengt mij tot de volgende definitie van ‘documentaire’ die ik zal hanteren in dit onderzoek:

Een documentaire is een subjectieve en creatieve interpretatie van fragmenten uit de werkelijkheid, waarbij de maker middels het uitdragen van zijn eigen visie bij de toeschouwer betrokkenheid en een maatschappelijk bewustzijn wil stimuleren.

§ 1.2 Oorsprong en ontwikkeling

Om de ontwikkeling van de Nederlandse documentaire te kunnen doorgronden, is het raadzaam notie te hebben van de internationale geschiedenis. Deze heeft immers bijgedragen aan de documentaire zoals wij die nu kennen en geldt als breder kader voor de actuele discussies met betrekking tot het genre in Nederland. Hieronder volgt een beknopte geschiedenis aan de hand van een aantal peilmomenten en belangrijke personen.

§ 1.2.1 Internationale geschiedenis

De genealogie van de documentairefilm voert terug naar het einde van de 19e eeuw, toen de uitvinding van film de mogelijkheid bood situaties die zich voor het oog van de camera afspeelden, te registreren. Op 20 december 1895 verzorgde de gebroeders Lumière de eerste voorstelling met non-fictie filmpjes in Parijs. Hoewel het publiek al bekend was met het bewegende beeld - vertoond door de Toverlantaarn - en het kopiëren van de werkelijkheid - vertoond door foto's - was een combinatie van deze twee elementen iets nieuws. De korte films van Louis Lumière, *Workers Leaving the Lumière Factory*, *Arrival of a Train*, *The Waterer Watered*, *The Gardener*, en *Feeding the Baby* geven het publiek, ondanks het feit dat ze uit één shot bestaan en slechts enkele minuten duren, een kijkje in de wereld. De films registreren de wereld zoals die was, met een hoge authenticiteitswaarde. Nichols beschouwt deze opnamen daarom als voorlopers van de eigenlijke documentairefilm.⁹

Tot 1906 werden er voornamelijk wetenschappelijke en non-fictieve spektakelfilms gemaakt. De wetenschap vereist een objectieve en accurate documentatie van het onderwerp, maar ook bij de spektakelfilms draaide het om het getoonde, en niet om de wijze waarop het getoond werd. Deze spektakelfilms worden door de geschiedkundige Tom Gunning omschreven als ‘cinema of attractions’.¹⁰ Met deze term doelt hij op een soort filmisch exhibitionisme: het tonen van sensationele en bizarre sketches. Ook tegenwoordig vinden we nog aspecten van deze ‘cinema of attractions’ terug; denk maar aan reality-tv, pornofilms en sensatieprogramma's als ‘Explosief’ [De Groot]. Dit exploiteren van sensatie

⁸ Nichols, *Introduction to documentary*, 35-40.

⁹ Ibidem, 83.

en curiositeit is een, weliswaar niet centraal staand, element van documentaire film. Toch kunnen deze wetenschappelijke en spektakel films volgens Nichols niet tot de eerste documentaires gerekend worden, maar slechts tot de voorlopers ervan. De reden hiervoor is het hoge objectieve gehalte, en daarmee het ontbreken van een 'voice', een standpunt van de maker, er is hierdoor slechts sprake van een registratie. De films leverden niettemin wel een bijdrage aan het ontstaan van het documentaire filmgenre door het element 'vertoning en documentatie'.¹¹

Naast dit element onderscheidt Nichols echter nog drie anderen, te weten: 'poetical experimentation' (poëtisch experiment), 'narrative storytelling' (verhalende vertelling), en tot slot 'rhetorical oratory' (retorische welsprekendheid). Pas op het moment dat deze vier elementen samenkomen, is volgens Nichols sprake van een documentairstijl als onderscheidende filmvorm. Dit gebeurde in de Sovjet Unie in de jaren '20 en in andere landen begin jaren '30. Opvallend is dat de verschillende ontwikkelingen zich ongeveer gelijktijdig voltrokken in verschillende landen.¹²

In de 'cinema of attractions' ontbrak de poëtische benadering nog. Na de eeuwwisseling kreeg deze wel ruimte binnen de modernistische avant-garde beweging, welke in de twintiger jaren in Europa en Sovjet Unie volop tot bloei kwam. Het kenmerkende van de benadering was dat het perspectief van de filmmaker belangrijker werd dan het maken van een getrouwe en accurate registratie. Men wilde verder gaan dan het simpel mechanisch reproduceren van de werkelijkheid en zag in montage (in de Sovjet Unie) en photogénie¹³ (in Frankrijk) nieuwe mogelijkheden. Ruttmann's *Berlin: Symphony of a City* uit 1927 en Vertov's *The Man with a Movie Camera* uit 1929 zijn twee voorbeelden van een poëtische benadering, de eerste niet analytisch, en de tweede wel analytisch en reflexief. Ook het hebben van een onderscheidend standpunt of 'voice' kreeg in deze periode vorm.

Niet alleen het poëtische element, maar ook het verhalende aspect ontbrak in de vroege film. De combinatie van stijl en de constructie van een plot, stelt de filmmaker beter in staat zijn perspectief in de film tot uitdrukking te brengen. Het verhalende element biedt immers geraffineerde mogelijkheden van verteltechnieken die niet alleen geschikt zijn voor fictiefilms, maar ook voor het verbeelden van de historische wereld. De door André Bazin bejubelde neorealistische stijl liet goed zien dat het vertellen van een verhaal en tegelijkertijd het geven van een persoonlijke visie op de historische wereld, prima kan samengaan en dat de twee aspecten absoluut niet gezien moeten worden als tegenpolen. Het neorealisme toont volgens Bazin: '*een diep respect voor de werkelijkheid door het vinden van een narratieve 'voice' die bescheiden en ingetogen, maar allerm minst stil is*'.¹⁴

Het derde element dat volgens Nichols bijgedragen heeft aan de erkenning van het documentaire genre als zelfstandige filmvorm is 'rhetoric and oratory'. Het besef ontstond in de jaren twintig en hield in dat de persoonlijke visie tot uiting kon komen door de constructie van fragmenten van de historische wereld. In Robert J. Flaherty's *Nanook of the North* uit 1922, welke beschouwd wordt als de eerste documentairefilm, is dit goed te zien. In de Sovjet Unie nam het genre een experimentele

¹⁰ Naast het visuele spektakel ging het ook om de aantrekkingskracht van de technologie en wordt de toeschouwer rechtstreeks aangesproken (b.v. door een binnenrijdende trein op een station). In: college 'Filmgeschiedenis', 07-01-2002, gedoceerd door dr. Judith Thissen.

¹¹ Nichols, *Introduction to documentary*, 87.

¹² College 'Introduction to film history', 20-11-1997, gedoceerd door prof. dr. William Uricchio.

¹³ Ontstaan vanuit het impressionisme na WO I. Het gaat hierbij om de verbeelding van het innerlijk. De esthetische ervaring wordt gecreëerd door de eigenschappen van de camera.

constructivistische wending, hier bloeide een levendig retorische filmbeweging. Eén van de filmmakers binnen deze beweging was Dziga Vertov (alias Denis Kaufman). Vertov verdedigde de 'Kino-eye' stijl, waarin editing en het interval centraal stonden. Deze montage en assemblage techniek bekrachtigde de 'voice' van de filmmaker. Vertov beschouwt documentaire dan ook als betekenisvol gecombineerde fragmenten van de werkelijkheid. Op filmisch vlak laat hij de toeschouwer tegelijkertijd het productieproces van de film als de film zelf zien. Zijn invloed strekte echter verder dan de documentairefilm; velen beweren dat hij tevens een grote impact heeft gehad op de fictiefilm van de twintiger jaren.¹⁵ Ook de filmmaker Sergei Eisenstein en de minder bekende pionier op het gebied van constructivisme, Esther Shub, waren enthousiaste beoefenaars van de montagetechniek, die aan de basis lag van Griersons didactische inslag in Groot-Brittannië in de dertiger jaren.¹⁶

Met het samenkomen van bovengenoemde elementen: de exposant van 'attracties', de verteller van verhalen, de poëet van 'photogénie' en de constructivist met een visie smolten in de jaren '20 en begin jaren '30 samen in de documentaire filmmaker als redenaar. Met het samenkomen van al deze elementen spreekt Nichols van de geboorte van de documentaire film.

Één van de pioniers op het gebied van de researchfilm is de Canadees Robert J. Flaherty. Hij werd genoemd om de hierboven al genoemde documentaire over het eskimoleven, *Nanook of the North*. Mede door de nodige tegenslagen, kostte de film Flaherty haast drie decennia aan onderzoek en filmactiviteiten. Niet zonder resultaat: deze film wordt vandaag de dag nog steeds gezien als de institutionele basis van wat later bekend zou worden als het genre documentaire.¹⁷ *Nanook* gaf samen met Flaherty's andere films aanleiding tot de discussie over het al dan niet geoorloofd zijn van opnieuw geënceneerde situaties voor de camera. Een discussie die nu, 80 jaar later, ook weer is opgelaaaid naar aanleiding van *Ford Transit* van Hany Abu-Assad.

Naast Flaherty is de Britse John Grierson een nog grotere persoonlijkheid binnen de documentairetraditie. Hij was de oprichter en leider van de Documentary Film Movement in Groot-Brittannië en wordt door menigeen beschouwd als de 'godfather' van de documentaire. Op het gebied van overheidssponsoring heeft hij in de jaren '30 in Groot-Brittannië en later in Canada veel betekend. Hij was degene die een relatief stabiele 'niche' creëerde voor de documentaire film. Daarbij proclameerde hij in zijn oeuvre en essays, de idealistische ideologie dat de documentairefilm bijzonder goed ingezet kan worden in het voorzien van culturele en educatieve 'Verlichting'¹⁸ en voor het geven van sociaal commentaar.¹⁹ Onder zijn leiding werden dan ook veelal documentaires gemaakt die zich richtten op de werkende klasse, ondersteund door zijn theorie: '*Public education, communicated through the medium of film, could help to preserve the framework of democracy*'.²⁰

Ook de Russische Vertov zette zich in voor de documentaire productie, maar dan in de Sovjet Unie. Hoewel hij nog eerder dan Griersons activiteiten de documentaire promootte in de jaren '20, bleef

¹⁴ Nichols, *Introduction to Documentary*, 92.

¹⁵ Erik Barnouw, *Documentary: a history of the non-fiction film* (New York 1974) 69.

¹⁶ Barnouw, *Documentary*, 94-98.

¹⁷ *Ibidem*, 41.

¹⁸ Kilborn en Izod, *An introduction to television documentary*, 19.

¹⁹ *Ibidem*, 17.

zijn inzet minder opgemerkt. Hij kreeg weinig bijval van vakgenoten in de nog onervaren (en door Sociaal Realisme geïndoctrineerde) Sovjet filmindustrie en het lukte hem niet zo goed als Grierson een solide institutionele basis te creëren.²¹ Wel wist hij de aandacht te vestigen, in het bijzonder met zijn film *The man with the movie camera* uit 1929, op de vraag hoe (documentaire) film ingezet kan worden als instrument om het bewustzijn en kritische reflectie van de toeschouwer op de maatschappij aan te moedigen.²²

In tegenstelling tot Vertov, laat de Duitser Walther Ruttmann, in het bijzonder met zijn film *Symphony of a City* uit 1927, zien welke poëtische en esthetische effecten ontlokt kunnen worden door een zorgvuldige structurering van scènes uit de werkelijkheid. Hiermee legde hij de basis voor de documentaires, nu bekend als de poëtische documentaire.²³

§ 1.2.2 Nationale geschiedenis

Eén van de pioniers op het gebied van de non-fictie film in Nederland was Willy Mullens, ten tijde van WO I. Hij maakte voornamelijk bedrijfs- en opdrachtfilms over uiteenlopende onderwerpen, zoals het leger, de Rijksmunt, de Utrechtse brandweer en de glasfabriek in Leerdam (die in 1958 ook de hoofdrol zou gaan spelen in de film van Bert Haanstra). Concurrent van Mullens werd het 'Hollands Nieuws', beter bekend als het latere Polygoonjournaal (door Bert Hogenkamp getypeerd als een bastaardvorm van de documentaire²⁴), waarmee wekelijks vele toeschouwers werden bereikt.

Enkele filmmakers die actief waren geweest binnen de Polygoonkring voegden zich later bij de Filmliga, welke in 1927 door een groep intellectuelen en kunstenaars werd opgericht. De organisatie kwam destijds tot stand uit onvrede over de opgelegde censuur door de Amsterdamse burgemeester met betrekking tot de vertoning van *De Moeder*, een film gemaakt door de Sovjetregisseur Wsewolod Poedowkin. De Filmliga propageerde de film als autonome kunstvorm, vertoonde 'verboden' (avant-garde) films in besloten kring, nodigde buitenlandse gasten uit en verzorgde een eigen tijdschrift. Verschillende documentairemakers vestigden toen hun reputatie; één van hen was Joris Ivens, mede-oprichter van de Filmliga.²⁵

In de twintiger jaren maakte Joris Ivens de avant-gardistische zeer poëtische, abstracte stadssymfonieën *De Brug* en *Regen*. Korte tijd later raakte hij echter steeds meer politiek georiënteerd en wilde hij zich, evenals Grierson, inzetten voor de arbeidende klasse. Een product van dit engagement is *Misère au Borinage* uit 1933, een film over de mijnwerkersstaking die Ivens samen met de Belgische Henri Storck maakte. *Borinage* bevat enkele omstreden geënceneerde scènes, gelijk als de films van de reeds eerder genoemde Flaherty. In de decennia die volgden legde Ivens zich steeds meer toe op het verbeelden van linkse activiteiten over de gehele wereld.²⁶

²⁰ Ian Aitken ed., *The documentary film movement. An anthology* (Edinburgh 1998) 2.

²¹ Nichols, *Introduction to documentary*, 84.

²² Kilborn en Izod, *An introduction to television documentary*, 17, 19.

²³ Ibidem, 17.

²⁴ Bert Hogenkamp en Henri Storck red., *De Borinage. De mijnwerkersstaking van 1932 en de film van Joris Ivens en Henri Storck* (Amsterdam 1983) 118.

²⁵ Bert Hogenkamp, *De Nederlandse documentaire film 1920-1940* (Utrecht 1988) 45, 65.

²⁶ Thompson en Bordwell, *Film history*, 348.

Uit een rapport dat in 1944 verscheen, bleek dat film een propagandistische werking kan hebben (wat Goebbels al lang wist) en daarmee dus een grote rol kan spelen bij het maatschappelijke bewustzijn. Naar aanleiding van dit inzicht, de behoefte aan voorlichting en de door zowel de pers als door de overheid bejubelde films van de Hollandse Documentaire School,²⁷ is de overheid na WO II voor het eerst in de Nederlandse productie geschiedenis tot (financiële) stimulering van de filmproductie gekomen.²⁸ Tot die tijd beperkte de betrokkenheid van de overheid zich namelijk slechts tot filmkeuring en belastingheffing. Door de uitvinding van verbeterde technologische apparatuur, 16 mm camera's en de lichtgevoelige film,²⁹ kreeg documentaire maken een nieuwe dimensie. De cineast Herman van der Horst, behorend bij het door de overheid gesteunde collectief van de Nederlandse Werkgemeenschap voor Film en fotoproductie, maakte vele opdrachtfilms ter bevordering van de opbouw. Een ander gerenommeerde filmmaker, behorend tot de Hollandse Documentaire School was Bert Haanstra. Hij maakte in 1963 de lange bioscoopdocumentaire *Zoo en alleman*, welke een even groot succes werd als menig fictiefilm destijds.³⁰ De films van Ivens, Haanstra en Van der Horst stonden tot ver over de landsgrenzen hoog aangeschreven en zorgden, halverwege vorige eeuw, voor een bloeiende Nederlandse documentaire traditie.

Pas in de zeventiger jaren werd een breuk zichtbaar met de 'Cinéma de papa' van de Hollandse School. Hiervoor zijn twee oorzaken te noemen. Enerzijds, het zich radicaal afzetten eind zestiger jaren van de afgestudeerde filmacademiestudenten tegen de traditie. Anderzijds de opkomst van de televisie en het daarmee samenhangende verdwijnen van de buurtbioscopen, waardoor weinig ruimte overbleef voor risico's (waartoe documentaire gerekend werd). De grotere bioscopen werden overgenomen door Amerikaanse bedrijven en lieten in de programmering geen ruimte voor de documentaire. Ook kreeg het genre niet als vanzelfsprekend een plaats in het alternatieve filmcircuit en op de televisie werd het genre verdrongen door actualiteitenrubrieken, die de functie van 'venster op de wereld' overnamen. De komst van vernieuwde technieken vergrootten de mogelijkheden voor de televisiemakers, die zich pas later zouden gaan richten op de documentaire. Door de technologische innovaties, 16 mm camera en de mogelijkheid tot het synchroon opnemen van geluid en beeld werd het medium televisie geschikt voor journalistieke doeleinden. De makers kwamen uit de radiotraditie voort, dat was duidelijk zichtbaar doordat ze de nieuwe visuele mogelijkheden nog niet goed wisten te integreren. Hierdoor leken de reportages dan ook niet meer dan een stukje radiojournalistiek (gesproken tekst) aangevuld met wat plaatjes.³¹ De enige omroepvereniging die de documentaire consequent een plaats in haar

²⁷ Een school ontstaan na WO II, welk werd gevormd door een achttal zelfstandig werkende cineasten, onder wie Bert Haanstra en Herman van der Horst. De allen van oorsprong zijnde cameramannen kozen het Hollandse landschap als voornaamste onderwerp van hun verbeelding van de werkelijkheid en hanteerde een poëtisch realistische stijl.

²⁸ S. Brouwers, 'Herman van der Horst (1910-1976). Meer dan een wederopbouw-cineast. In: *Jaarboek Mediageschiedenis 6* (Amsterdam 1995) 197.

²⁹ College 'Introduction to film history', 20-11-1997, gedoceerd door prof. dr. William Uricchio.

³⁰ College 'Nederlandse productiegeschiedenis van film en tv', 05-11-1998, gedoceerd door prof. dr. Sonja de Leeuw.

³¹ Pauline Terreehorst en Joost de Wert, *Interviews met de grensverleggers, naar aanleiding van een symposium over de Nederlandse televisiedocumentaire ter gelegenheid van de negentigste verjaardag van Joris Ivens* (Nijmegen 1988) 10.

programmering toebedeelde was de VPRO.³² Door de vernieuwende vrije aanpak van de programmamakers ontstond toen ook een herkenbare VPRO-School.³³

Naast de VPRO-School ontstond in 1974 een tweede stroming, namelijk het Amsterdams Stadsjournaal (ASJ). Het ASJ, dat tien jaar zou blijven bestaan, vond zijn oorsprong in de kritische beweging rond het tijdschrift Skrien, dat in dezelfde periode werd opgericht. De kritische bewustwording stond, net als bij de VPRO, ook bij het ASJ voorop en de films behandelden overwegend sociaal getinte, geëngageerde onderwerpen. De makers hoopten met hun maandelijks geproduceerde 'journaalfilms' de werkelijkheid te veranderen en te verbeteren.³⁴

Onder invloed van het postmodernisme naderde in de jaren tachtig het einde voor 'de grote verhalen', en kwam het individualisme meer op de voorgrond. Dit behelsde dat niet langer één waarheid werd geaccepteerd, maar dat ruimte ontstond voor een fragmentarische benadering. De persoonlijke blik van de documentairemaker op (een fragment uit) de werkelijkheid werd deel van de verhaallijn en daarnaast werd het portretten van een individu als onderwerp heel gebruikelijk.³⁵ De politieke stellingname en de verkondiging van 'de absolute waarheid' van de jaren zestig en zeventig maakte plaats voor een relativerend, expliciet standpunt van de maker. De journalistieke stijl van de jaren zeventig werd vervangen door de ultieme auteursfilm, dit leek nog de enige kans voor overleving van de documentaire.³⁶ Een iets anders verloop dus dan in de rest van de wereld.

Wat betreft de vertonings situatie tekende zich een verdere verslechtering af. Uit de bioscoop was de documentaire geheel verdwenen, en ook de omroepen hieven de documentaire afdelingen op. De overheid had de stimulering, en daarmee de subsidiering van dit genre, tot halverwege de jaren tachtig, niet hoog op de prioriteitenlijst staan. Omdat voorts ook het publiek de interesse verloor, stapten veel makers over op het produceren van reportages,³⁷ die de diepgang en visie van de documentaire ontbeerden. De enige publiciteit voor de documentaire werd getrokken door de Nederlandse Filmdagen (nu bekend als Nederlands Film Festival) en de jaarlijkse Gouden Kalf prijzen. In 1988 werd in een wanhoopspoging het genre van de ondergang te redden het International Documentary Festival Amsterdam (IDFA) opgericht.

Twee jaar later, in 1990, werden de gunstige effecten zichtbaar, maar of dit aan de festivals alleen te danken is, zou ik niet durven zegen. Feit is dat de productie van non-fictie films een stijging vertoonde en dat de financieringsmogelijkheden en het aantal documentaires dat in de bioscoop werd uitgebracht, toenamen. Ook de omroepen riepen een wekelijkse documentairerubriek in het leven, ter verdieping van de haastig gemaakte actualiteitenrubrieken, welke ik niet zozeer als 'creatieve documentaire' categoriseer. Kortom, de documentaire werd gereanimeerd.

³² Jos van der Burg, Mark Duursma en François Stienen ed., *Feit Fictie Fake. Documentaire in beweging* (Amsterdam 1997) 13.

³³ De VPRO-school kenmerkte zich door de in eerste instantie linkse denkbelden en vervolgens de ironische kijk op de werkelijkheid en het sociale bewustzijn van de actualiteitenprogramma's en documentaires. Hiertoe werden onder andere gerekend: Jan Blokker, Cherry Duyns, H.J.A. Hofland, Hans Keller, Roelof Kiers en Pieter Verhoeff.

³⁴ Van der Burg e.a. ed., *Feit Fictie Fake*, 17.

³⁵ Johan van der Keuken is een filmmessayist uit deze periode.

³⁶ Van der Burg e.a. ed., *Feit Fictie Fake*, 18, 20.

³⁷ *Ibidem*, 19.

Het egodocument en de fake-documentaire (mockumentary) zijn twee opvallende tendensen van de jaren negentig.³⁸ Het individuele perspectief van de maker op de werkelijkheid samen met het integreren van reeds bestaand archiefmateriaal, de verwerking van fictieve elementen en (interactieve) vormexperimenten, leidde tot een vernieuwde kijk op het genre. De grens tussen feit en fictie werd steeds onduidelijker en door de toenemende hybridisatie en de vele uitingsvormen komt een nieuwe omgang met de werkelijkheid tot stand. Doordat de toeschouwer erg vertrouwd is met de vele audiovisuele uitingen in de maatschappij is hij op de hoogte van de geldende beeldcodes. Dit maakt het voor de maker mogelijk deze nieuwe aanspreekvormen te ontwikkelen. Veel van de subgenres zijn een vermenging geworden met de entertainmentindustrie, ook met het doel een breder publiek te zullen aanspreken. Dit commerciële element lijkt steeds overheersender te worden, met het onvermijdelijke gevolg dat de aanspreekvorm steeds toegankelijker qua vorm en inhoud en dus eenvoudiger wordt; de portretfilm, zoals *André Hazes, zij gelooft in mij* is hiervan een goed voorbeeld.

§ 1.3 'Modes of representation'³⁹

Er bestaan verschillende mogelijkheden om documentaires te definiëren en te onderscheiden van andere soorten films. Het indelen in periodes en bewegingen⁴⁰ is er één en het determineren in 'modes of representation', zoals Nichols doet, is een ander. De indeling van Nichols wordt door veel documentaire theoretici beschouwd als een zeer bruikbare. Vanwege de brede toepasbaarheid en universele karakter wordt deze in dit onderzoek gehanteerd. Hoewel vaak een duidelijk verband te vinden is met maatschappelijke ontwikkelingen en technologische vooruitgang, zijn de 'modes' (indeling op basis van aanspreekvorm) toch vrij gemakkelijk los te koppelen van de tijd en plaats van oorsprong. De 'modes' of subtypen hebben ieder hun eigen prototype en daar mag een gegeven documentaire binnen bepaalde marges van afwijken zonder zijn aanspraken op het genre te verliezen.

In zijn boek *Introduction to documentary* maakt Nichols een onderscheid tussen zes verschillende 'modes of representation' (manieren om de werkelijkheid weer te geven): poëtisch, argumenterend (expository), observerend, deelnemend (participatory), reflexief en tot slot uitvoerend (performative). Deze 'modes' onderkennen de documentairefilm van andere soorten film en fungeren als een soort subgenres binnen het genre documentaire. Hoewel elke documentaire een op zichzelf staand en uniek product is, blijkt het maken van een indeling op basis van overeenkomstige kenmerken heel goed mogelijk. De 'modes' vormen een ruim kader waarbinnen individuele makers kunnen werken: ze scheppen conventies die een film kan overnemen, en ze voorzien in specifieke verwachtingen welke een toeschouwer heeft. De categorisering stelt de toeschouwer dus beter in staat de door de maker bedoelde betekenis van de film te begrijpen. De categorieën zijn echter niet absoluut, in die zin dat een film wel degelijk kenmerken van meerdere 'modes' kan bevatten. De dominante 'mode' zal echter degene zijn die bepalend is voor de structuur. Ook is het niet gezegd dat een nieuwe 'mode' een vorige verdrijft, al lijken ze elkaar wel op te volgen in de tijd.

³⁸ Ibidem, 25.

³⁹ Nichols, *Introduction to documentary*, 99-137.

⁴⁰ Meer informatie is te vinden in: Kristin Thompson en David Bordwell, *Film history. An introduction* (Wisconsin 1994) Hst. 8 p. 14, 21, 24.

De geboorte van een bepaald type documentaire kan door verscheidene factoren beïnvloed worden: de historische chronologie van reacties, de technologische vooruitgang, de drang naar vernieuwing en tot slot de veranderende maatschappelijke context. Ten tijde van iedere 'mode' ontstaat op een bepaald moment een zekere onvrede onder een aantal filmmakers over de manier waarop de werkelijkheid wordt weergegeven. Hierop volgt een reactie en zo doet een nieuw subgenre haar intrede. In zekere zin bestaat er dus een documentaire geschiedenis, een historische chronologie. Ten tweede draagt de technologische vooruitgang zeker bij aan het ontstaan van een nieuwe 'mode'. Door nieuwe uitvindingen ontstaan manieren van filmen die eerder ondenkbaar waren. Zo hebben de draagbare 16mm camera en de magnetische tape recorder de mobiliteit van de filmmaker in de jaren 60 aanzienlijk vergroot: het werd opeens mogelijk alledaagse situaties te filmen zonder enige inmenging door inscenering. Mede dankzij deze nieuwe manier van filmen kreeg de observerende 'mode' meer mogelijkheden. Niet in de laatste plaats ontstaan er nieuwe 'modes' door zowel de voortdurende drang van makers te zoeken naar nieuwe manieren om de wereld te tonen, als door de steeds veranderende maatschappelijke omstandigheden. De opvattingen, de heersende moraal en tijdgeest worden tot stand gebracht door en komen tot uiting in zowel de politiek, de wetenschappen als in de cultuur. Vanzelfsprekend geldt dit ook voor culturele uitingen als documentaire. Ter illustratie: ten tijde van de hoogtijdagen van de observerende sociologie, tegen het eind van de jaren '50, kwam parallel hieraan de observerende film tot bloei.

De verschillende 'modes' zijn te herkennen aan een aantal determinanten. De poëtische 'mode' is wellicht het minst prototypisch voor het genre documentaire en zou evengoed toegewezen kunnen worden aan het experimentele genre. Het wordt gekenmerkt door gemeenschappelijke elementen met de modernistische avant-garde. Dit type documentaire benadrukt visuele associatie, toon en ritme, beschrijvende passages en formele organisatie. Het ontbreekt in de betreffende documentaires aan een 'continuity editing' en daarmee aan een duidelijke plaats- en tijdaanduiding. Ook de personen die in de film voorkomen staan in dienst van een groter esthetisch geheel van associaties en patronen van de hand van de filmmaker. De documentairetraditie is niet zozeer terug te vinden in het overbrengen van informatie als wel in het gegeven dat de historische wereld als bronmateriaal fungeert. Het retorische element, welke doorgaans aanwezig is in een documentaire, is in het poëtische genre onvoldoende ontwikkeld.

Het 'expository' (argumenterende) genre bundelt daarentegen fragmenten van de historische wereld wel in een retorisch of argumenterend kader. Hier ligt juist de nadruk op verbaal commentaar en argumentatieve en informatieve logica, waarbij de beelden slechts een ondersteunende functie toebedeeld krijgen. De toeschouwer wordt zo rechtstreeks aangesproken. Ook de montage staat in dienst van de continuering van het gesproken woord, oftewel bewijsondersteunende montage. Het 'expository' documentairetype legt door dit specifieke gebruik van de filmische middelen een nadruk op de objectiviteit - hoewel het resultaat uiteraard nooit volledig objectief kan zijn. De films hebben een analyserend karakter. Deze 'mode' is mijns inziens wel één van de meest prototypische voor de documentaire.

In de jaren 60 deed een nieuw genre haar intrede, de observerende stijl. Dankzij de uitvinding van de draagbare 16 mm camera en tape recorders kon het geluid synchroon worden opgenomen met het beeld. Door deze toegenomen mobiliteit, en het werken in een kleiner team, werd het mogelijk situaties spontaan te registreren zonder nadrukkelijk aanwezig te zijn. De vorm van de resulterende films kenmerkt zich over het algemeen door de afwezigheid van voice-over, toegevoegde muziek of geluidseffecten, tussentitels, historische 'reenactments', speciaal voor de camera herhaald gedrag en zelfs interviews. Voor Nichols (en anderen) is dit een problematische stijl omdat het een verlies betekent van de filmmakers 'voice', daar 'pure' observatie ten koste gaat van betrokkenheid, interventie en auteurschap.⁴¹ Ik ben daarentegen van mening dat de 'voice' niet enkel bij het opnemen tot uiting kan komen, maar ook tijdens het monteren.

Het werk van Frederick Wiseman, dat emblematisch is voor de 'direct cinema' beweging, is goed onder te brengen in deze 'mode'. Zijn films - over de dagelijkse gang van zaken op een (sociale) institutie) - worden ook wel mozaïeken genoemd, vanwege hun fragmentarische karakter. De betekenis van zijn films komt tot stand door de samenstelling van de fragmenten, waarbij elk fragment een strijd of emotionele staat van de betreffende persoon in beeld brengt; iedere keer weer een andere situatie met een ander persoon. De gebeurtenissen worden ongestoord op hun beloop gelaten doordat het filmteam zichzelf onzichtbaar maakt, zoals in Leacock's 'fly-on-the-wall' traditie.⁴²

De 'participatory' (deelnemende) 'mode' benadrukt juist de interactie tussen filmmaker en het onderwerp. Waar de observerende documentaire de aanwezigheid van de maker resoluut probeert te verhullen, toont de participerende 'mode' juist de aanwezigheid van de maker en zijn actieve deelname aan en invloed op de gefilmde situatie. Hij zou haast zelf een 'social actor' kunnen zijn, ware het niet dat de macht over de camera hem toch nog een zekere controle over de gebeurtenissen geeft. De maker neemt actief deel aan het leven van zijn 'subjects' om vervolgens van een afstand, observerend, als een onderzoeker een reflexie te geven. De betekenis van de film komt dan ook voort uit het contact tussen de maker en zijn onderwerp en niet zoals in vele andere vormen van documentaire uit de algemene boodschap die de maker wil uitdragen, ondersteund door beelden.

Deze interactieve stijl van filmmaken is door Jean Rouch en Edgar Morin (makers van *Chronique d'un été* uit 1961) gedetermineerd als de inmiddels algemeen gebruikte term 'cinéma vérité'. De waarheid komt tot stand enkel in bijzijn van de camera. Dit staat in tegenstelling tot de waarheidsclaim van het observerende type documentaire, welke stelt dat de waarheid reeds bestaat en enkel geregistreerd wordt door de camera. Het begrip 'cinéma vérité' zegt het al: het is de waarheid van de film en de interactie (tussen maker en actor), en niet zozeer de universele waarheid. Om tot een bepaalde betekenis te komen, wordt gebruik gemaakt van een aantal methodes, welke afkomstig zijn uit de sociale wetenschappen, antropologie en sociologie. Het interview is een veel gebruikt instrument, dat ertoe dient verschillende beschouwingen samen te brengen binnen een verhaal. Naast het gebruik van interviews, wordt deze 'participatory mode' gekenmerkt door het gebruik van archiefmateriaal. De

⁴¹ Stella Bruzzi, *New documentary. A critical introduction* (Londen 2000) 69.

⁴² Thompson en Bordwell, *Film history*, 669-670.

combinatie van deze twee technieken zorgt ervoor dat dit genre aantrekkelijk is voor behandeling van de meest uiteenlopende onderwerpen, variërend van erg persoonlijke tot extreem historische.

Waar in de 'participatory mode' de nadruk ligt op de relatie tussen de filmmaker en diens onderwerp, ligt in de reflexieve 'mode' de nadruk eerder op de relatie tussen filmmaker en kijker. In dit naar zichzelf verwijzende genre beperkt de maker zich niet tot slechts het weergeven van de historische wereld, maar laat de kijker tevens de problemen zien die in dit proces van het weergeven een rol spelen. Documentaires die binnen dit genre vallen, doen een poging het bewustzijn van de kijker met betrekking tot de constructie van de representatie van de werkelijkheid te vergroten.

De reflexieve 'mode' stelt zichzelf ter discussie door het uitdagen van de conventies en technieken. De vragen: 'hoe moeten mensen neergezet worden zodat de authenticiteit behouden blijft' en 'hoe dient het realisme benaderd te worden', staan centraal. Het fysiek, psychologisch, en emotioneel realisme dat hierdoor ontstaat, wordt bereikt door bewijsondersteunende of continue montage, karakterontwikkeling, en narratieve structuur. Door bijvoorbeeld de inzet van acteurs wordt op deze wijze getornd aan de authenticiteit van de documentaire: immers, waarin onderscheid de documentaire zich nu nog van een geënceneerd stuk? Doordat hierdoor het bewustzijn van de documentaire, en tevens van de toeschouwer, verhoogd wordt, worden dientengevolge ook de verwachtingen van de kijker aangepast. Overigens niet alleen in formeel opzicht, maar ook in politiek opzicht: ook de veronderstellingen en verwachtingen ten opzichte van de wereld waarin wij leven, worden ter discussie gesteld. De feministische documentaires die in de zeventiger jaren ontstonden, zijn een goed voorbeeld van deze bewustwording van sociale conventies en codes die men decennia lang als vanzelfsprekend aannam.

De 'performative' (uitvoerende) 'mode', die vanaf de jaren '80 in zwang raakte, benadrukt het locale, specifieke en persoonlijke aspect van het onderwerp. De klassieke objectieve geschiedenis wordt op deze wijze niet van bovenaf verteld, maar vanuit persoonlijke ervaringen van actoren (net als in de avant-garde stroming). Dit resulteert erin dat de kijker via een subjectieve benadering inzicht krijgt in de grotere, algemene maatschappelijke processen. De films onderkennen de complexiteit van onze kennis over de wereld en vinden een oplossing in de kleinere, persoonlijke situaties. De kijker krijgt volgens de voorstanders van dit genre via een persoonlijke getuigenis een veel beter en waardevoller inzicht in een historische of maatschappelijke gebeurtenis, dan middels een afstandelijke opsomming van de feiten. Het subjectieve expressieve benaderingsaspect (welke ook in de poëtische 'mode' een belangrijke rol speelt) komt tot uitdrukking in de gebruikte technieken van deze 'performative mode'. Het voice-of-God commentaar wordt bijvoorbeeld niet langer gebruikt omdat het tot een compleet andere werkelijkheidsduiding hoorde welke niet meer acceptabel wordt geacht. Daarbij worden tevens verschillende expressieve technieken afkomstig uit de fictiefilms, zoals point-of-view shot, 'musical score', flashbacks, freeze frames etc. ingezet om een emotionele en sociale impact op de toeschouwer te bewerkstelligen.

Hoewel veel theoretici de categorisering in 'modes' waardevol vinden, heeft ook deze benadering, gelijk als iedere willekeurige andere theorie, haar tekortkomingen. De film en televisie wetenschapper Stella Bruzzi plaatst in haar boek *New documentary: a critical introduction* enkele kanttekeningen bij de

'family tree', zoals zij de indeling van Nichols noemt. Zij erkent de grote invloed van Nichols' onderverdeling, en maakt zelf dankbaar (weliswaar verkeerd) gebruik van deze indeling in haar betogen, maar kan zich niet vinden in de door Nichols geïnsinueerde chronologische opeenvolging van de verschillende 'modes'. Nichols brengt zelf overigens al een nuancering aan op deze rechtlijnige opvatting met de opmerking dat de ene 'mode' niet per se de andere opvolgt, maar dat ze ook naast elkaar kunnen bestaan. In tegenstelling tot wat zij beweert, zijn Bruzzi en Nichols dus wel gelijkgestemd.

Verder staat Bruzzi stil bij twee, haar inziens, problematische bevindingen. Zij vraagt zich af wat het nut van de indeling is als, zoals Nichols zelf ook al toegeeft, de meeste hedendaagse films elementen van meerdere 'modes', weliswaar met één 'mode' als dominante, samen bevatten. Een ander probleem dat de 'family tree' volgens haar met zich mee brengt, opdat het zichzelf in stand kan houden, is het gedwongen naast elkaar bestaan van volledig heterogene documentaires binnen één 'mode'.⁴³

Het enige waarin de indeling voorziet, zo stelt zij, is een canonvorming van bijzonder exclusieve en conservatieve films. In haar boek benadrukt ze de ontwikkeling van een logische relatie tussen meer innovatieve non-fictie films en het gevestigde canon en staat ze stil bij de manieren waarop deze classificaties herhaaldelijk ter discussie gesteld worden. Het is zeker niet haar intentie met een alternatief canon te komen - hoewel dit mijns inziens een onvermijdelijk gevolg is van het centraal stellen van een aantal documentaires binnen een verhandeling. Als wetenschapper draagt ze daarmee, zonder die intentie te hebben, wel degelijk bij aan canonvorming.

Naast canonvorming is een andere implicatie van de 'family tree' niet enkel dat documentaire een verder gaande ontwikkeling najaagt naar meer zelfonderzoek en subjectiviteit, maar dat zijn evolutie wordt bepaald door een eindeloze zoektocht naar betere authenticiteit garanderende manieren om het gat tussen de werkelijkheid en de representatie te dichten. Bruzzi is van mening dat: '*...reality does exist and that it can be represented without such a representation either invalidating or having to be synonymous with the reality that preceded it.*'⁴⁴ Het lijkt erop dat Bruzzi zich ergert aan de verschillende theoretici (e.g. Nichols en Renov) die herhaaldelijk terugkomen op het feit dat filmmakers toch niet zullen slagen in het authentiek representeren van de werkelijkheid. Dit vindt zij ook niet relevant, want: '*...the spectator is not in need of signposts and inverted commas to understand that a documentary is a negotiation between reality on the one hand and image, interpretation and bias on the other.*'⁴⁵ Zij suggereert vervolgens dat niet het creëren van een authentieke werkelijkheid, maar de logische relatie tussen de situatie en zijn representatie de ruggengraat vormt van documentaire filmmaken.

In een aantal opzichten kan ik mij vinden in de punten die zij ter discussie stelt. Toch zie ik haar kanttekeningen niet enkel als weerleggingen van Nichols' theorie. Sterker nog, op meerdere punten proclameert zij zonder zich hiervan bewust te zijn, hetzelfde als Nichols. Hij heeft immers bepaalde punten al herzien of aangevuld. Ook vind ik sommige opmerkingen erg voor de hand liggend. De discussie rond de constatering dat meerdere 'modes' terug te vinden zijn in één film of dat de 'modes' elkaar niet chronologisch vervangen, vind ik ronduit onzinnig en hier lijkt Bruzzi vooral bezig te zijn met het intrappen van open deuren. Het gaat namelijk over documentairefilms en niet over een absolute

⁴³ Bruzzi, *New documentary*, 2.

⁴⁴ *Ibidem*, 3.

onweerlegbare wiskundige formule. De verschillende 'modes', evenals de documentairefilms waarop deze van toepassing zijn, kunnen niet in strak afgebakende hokjes geplaatst worden. Natuurlijk is er sprake van hybridisatie, stijlcombinaties, overlappingsen, nieuwe technologische ontwikkelingen die invloed hebben op de productie etc.; kortom, iedere film is een uniek product. Regels worden door de maker niet altijd gevolgd. Een filmmaker zal zich niet aan alle 'wetten' houden die binnen zijn subgenre van toepassing zijn puur omdat een theoreticus die zo beschreven heeft. De theoreticus, in dit geval Nichols, reikt een instrument aan, niet een keurslijf.

Naast het nut dat de indeling voor filmmakers en toeschouwers heeft, dient deze mijns inziens tevens als hulpmiddel bij het theoretiseren van de documentaire. Zo verkrijgen verschillende lezers hetzelfde begrip en weet iedereen wat er met een bepaalde term bedoeld wordt. De onderverdeling geeft een houvast. De enigszins chronologische volgorde geeft inzicht in hoe verscheidene technische, maatschappelijke en culturele ontwikkelingen invloed kunnen hebben op de productie van de documentaire film. Het genre voegt zich naar zijn tijd en Nichols' indeling kan aangewend worden bij het doen van een voorzichtige voorspelling over een verdere ontwikkeling van vorm en inhoud. Tevens is de indeling in 'modes' van nut voor het afbakenen van de documentaire als genre, en daarmee de mogelijkheid de scheiding met fictie te waarborgen, vooral met het oog op de steeds verder gaande hybridisatie en eclecticisme van de genrevormen en de gebruikte media.

§ 1.4 Toekomstbeeld

De ontwikkeling van de 'mode of adress' (aansprekingsvorm) die de documentaire heeft doorgemaakt is emblematisch voor de veranderingen op technologisch en maatschappelijk niveau. In het huidige tijdperk zet de ontwikkeling zich door. De komende jaren zullen de experimenten met de vermenging van de feitelijke en de dramatische 'modes' en de hybridisatie in de televisieprogrammering mogelijk verder evolueren, evenals de debatten rond de betekenis en functie van de documentaire. Het zwaartepunt van het debat zal wellicht verschuiven. In plaats van de vermeende verwarring die kan ontstaan als feit en fictie samen komen in deze hybride vormen, zullen de gevolgen van de populistische noodzaak om op waarheid gebaseerd drama-entertainment (bijvoorbeeld docusoap) te maken, onderwerp van discussie zijn. Het doel van dit subgenre is namelijk niet zozeer het genereren van bewustzijn, maar simpelweg het behoeden van de kijker om naar een ander net te zappen.⁴⁶

Naast de bovengenoemde toenemende commercialisering van de televisieomroepen, zorgen technische innovaties voor een koerswending. Nieuwe overdrachtskanalen, zoals internet en DVD worden aangewend en geven de 'mode' ontwikkeling een nieuwe - interactieve - dimensie. De digitale revolutie zal ook op andere fronten van invloed zijn op de toekomst van de documentaire: de productiekosten kunnen flink gereduceerd worden; de snelle toename van de andere media-uitingen leidt tot nieuwe kansen voor onder andere de marketing en consumptie.⁴⁷ Toch is niet iedereen overtuigd van de voordelen en kansen die de toekomst kan brengen. Brian Winston, media- en

⁴⁵ Ibidem, 4.

⁴⁶ Kilborn en Izod, *An introduction to television documentary*, 161.

⁴⁷ Ibidem, 26.

communicatiewetenschapper, is één van de sceptici en vreest voor een destructieve impact van de nieuwe technologische ontwikkelingen op de documentairefilm. Hij vraagt zich dan ook af wat er over zal blijven van de relatie tussen beeld en werkelijkheid.⁴⁸

⁴⁸ Bruzzi, *New documentary*, 3.

Hoofdstuk 2. Theoretische verkenning

In dit hoofdstuk zal het theoretisch en analytisch kader van receptieprocessen en mediaconsumptie aan de orde komen. Omdat het medium en de documentaire in hun bestaansrecht afhankelijk zijn van de aanwezigheid, waardering en betekenisgeving van de toeschouwer, neemt de toeschouwer in dit hoofdstuk een centrale rol in. Het spanningsveld tussen de toeschouwer en de tekst (definiëring volgt) met daarin de verwachtingen van de toeschouwer, de manier waarop deze informatie tot zich neemt en de wijze waarop betekenisproductie tot stand komt, zijn de voornaamste aandachtspunten in deze pragmatische verkenning. Omdat het thans nog ontbreekt aan een specifiek op documentaire gerichte theoretische benadering, doe ik een beroep op wetenschappelijke modellen afkomstig uit verschillende disciplines. Voor de vorming van een toepasbaar theoretisch kader is het niet nodig om alle aan bod komende benaderingen volledig te beschrijven; slechts bepaalde onderdelen, mechanismen of basisaannames zijn van belang. Na de uiteenzetting van enkele begrippen volgt de behandeling van verschillende paradigma's. Na deductie zal hieruit een aantal invloedsfactoren voortkomen die van betekenis zijn voor de relatie tussen tekst en toeschouwer. Samen met de invloedsfactoren die na beschouwing afgeleid kunnen worden van de medium-toeschouwer relatie vormen deze een raamwerk voor de beantwoording van de vraag waarom en hoe iemand naar een documentairefilm kijkt en of het betreffende mediumplatform invloed uitoefent op het proces van betekenisvorming.

§ 2.1 Terminologie

Het gebruik van de vele uiteenlopende benamingen door onderzoekers voor eenzelfde begrip, kan leiden tot enige verwarring. Om die reden is het nuttig enkele van deze termen te bespreken alvorens over te gaan tot de uiteenzetting van de benaderingen waarin deze termen gehanteerd worden. De begrippen toeschouwer, tekst en interactiviteit komen achtereenvolgens aan de orde.

Toeschouwer

Ter aanduiding van de groep waarvoor een film getoond wordt, zijn meerdere termen in gebruik. *Toeschouwer*, *publiek* en *kijker* zijn de meest gangbare Nederlandse aanduidingen in Film- en Televisiestudies, *consument* wordt doorgaans gebezigd binnen het vakgebied van Communicatiewetenschappen. In de vele Engelstalige verhandelingen worden zowel *audience*, *viewer*, *spectator* als *subject* gebruikt. Hoewel het voor het nuanceverschil in aanduiding wel degelijk uitmaakt met welk medium (televisie, film of internet) een toeschouwer een relatie aangaat, laat ik deze differentiatie voor dit moment buiten beschouwing en richt ik mij voor deze begripsbepaling op het publiek van media in het algemeen. Hiermee samenhangend zijn de benamingen zelden allesomvattend en geven ze dikwijls aanzet tot verkeerde veronderstellingen omtrent het proces van mediaconsumptie. Etymologisch gezien verwijst bijvoorbeeld het woord *toeschouwer* naar het proces van horen of luisteren. Ook de duiding *kijker* richt zich slechts op één waarnemend kanaal. Beiden impliceren zo een passieve houding terwijl dit, zo blijkt uit de meer recente toeschouwerstudies, allerm minst het geval blijkt

te zijn. Geconcludeerd kan worden dat het de Nederlandse taal nog altijd ontbreekt aan een geschikt woord voor het omschrijven van de kijkactiviteit zoals theoretici deze heden ten dage benaderen.

De toeschouwer valt op veel verschillende wijzen te benaderen. Met betrekking tot het televisiepubliek is een *viewer* volgens de definitie van John Fiske iemand die televisie kijkt, betekenis produceert en genoegdoening krijgt in een sociale situatie. In vergelijking met een *spectator* is de *viewer* volgens hem afwisselender, actiever en selectiever verbonden met het scherm.¹ De term *reader* wordt in de gevallen gehanteerd waar de theorie een linguïstische achtergrond heeft. Deze aanduiding vindt zijn herkomst namelijk in de literaire studies, maar wordt ook gebruikt binnen Film- en Televisiestudies. De term *reader* is volgens Fiske minder concreet dan *viewer* en wordt in relatie tot alle teksten (uitleg volgt) gebruikt. De definitie die Fiske gebruikt voor *reader* luidt: *'the producer of texts, the maker of meanings and pleasures'*. Een toeschouwer 'leest' als het ware het televisieprogramma (tekst). Met betrekking tot de benaming *audience* is hij van mening dat het meervoud *audiences* geschikter is, omdat daardoor de heterogeniteit van de maatschappij en de machtsrelaties erkend worden. Niettemin is *audience* het makkelijkste te hanteren; het impliceert een homogene groep, bestaande uit mensen die in essentie identiek zijn, dezelfde boodschappen, betekenissen en ideologieën uit een programma afleiden en passief zijn.² Volgens Martin Allor bestaat een *audience* überhaupt niet: *'The audience exists nowhere; it inhabits no real space, only positions within analytic discourses'*³. Ien Ang verwerpt dit, zij onderscheidt twee werkelijkheden: 'television audience' als constructie en de sociale wereld van de 'actual audiences'.⁴ Judith Mayne richt haar studie op het cinemapubliek en is complexer in haar opvatting dan Ang. Zij maakt in haar boek *Cinema and spectatorship* onderscheid tussen *viewer*, *subject* en *spectator*. De plek van de toeschouwer is volgens haar opvatting niet simpelweg te benaderen door het maken van een tweedeling tussen *viewer* (als echt persoon) en het *subject* (als constructie): de *spectator* bevindt zich namelijk in het spanningsveld tussen *viewer* en *subject*.⁵ Uit voorgaande blijkt dat het publiek enerzijds wordt beschouwd als een abstract begrip en anderzijds als een door sociale context samengestelde, demografisch bepaalde groep mensen.

De meeste wetenschappers en zendgemachtigden praten over de toeschouwer als een collectieve, abstracte entiteit. Een individu alleen maakt immers nog geen *audience*. Evenals Allor stelt Metz dat 'de kijker' in feite niet bestaat en dat alle modellen abstracties zijn die geen recht doen aan de individuele kijkervaring (tekst enunciatie). Ook voor de zendgemachtigden bestaat het publiek uit (kijk)cijfers; zo wordt een publiek gereduceerd tot een statistisch gegeven. Deze visies zien het publiek als homogene massa. De opvatting van Rokeach en Cantor sluit hierbij aan, zij zien *audiences* als: *'unstructured groups....with...no social organisation... merely an aggregate of demographic characteristics.'* Verschillende media zullen publiek aantrekken dat zal bestaan uit een verzameling mensen die tevens publiek vormen van andere media.⁶ Vanuit een andere invalshoek gezien is een

¹ John Fiske, *Television culture* (9e druk; Londen 1997) 17.

² Fiske, *Television culture*, 16-17.

³ Als geciteerd in: Ien Ang, *Desperately seeking the audience* (Londen 1991) 13.

⁴ Ang, *Desperately seeking the audience*, 13-14.

⁵ Judith Mayne, *Cinema and spectatorship* (Londen 1993) 36-38.

⁶ Philip J. Hanes, 'The advantages and limitations of a focus on audience in media studies' in: <http://www.aber.ac.uk/media/Students/pph9701.html> (april 2000) 4.

publiek altijd maatschappij en context gerelateerd. Met betrekking tot televisie formuleert Ang dit als volgt: *‘Watching television’ is always behavior-in-context, a generic term for heterogeneous kinds of activities whose multifarious and shifting meanings can only be understood in conjunction with their context. Of course, ‘context’ itself cannot be reduced to a fixed number of ‘background’ variables, because contexts are indefinite, an indefinitely extending in time and space’.*⁷

Ook McQuail noemt de maatschappij als één van de twee bronnen die de samenstelling van een publiek bepalen. Hij onderscheidt hierbinnen twee subcategorieën: een bestaande sociale groep met gemeenschappelijke kenmerken en een groep gevormd op basis van individuele behoeftes of bedoelingen ontstaan uit sociale ervaring, de zogenaamde ‘gratification set’. De tweede bron van samenstelling van een publiek is het medium. Ook hier zijn twee subcategorieën te onderscheiden. Ten eerste de groep gevormd vanuit interesse in een onderwerp, genre of een bepaalde persoonlijkheid en ten tweede het mediapubliek dat wordt aangetrokken en vastgehouden door gewoonte of loyaliteit aan een bepaalde mediabron, bijvoorbeeld een televisiekanaal. Kort gezegd kan een publiek ontstaan vanuit de media en náár de media.⁸

In dit onderzoek zal ik de termen *publiek*, *lezer*, *kijker* en *toeschouwer* afwisselend gebruiken. Deze zullen in vele gevallen gelezen moeten worden als de vertaling van de term *audience*, welke mijns inziens meer activiteit impliceert dan de Nederlandse begrippen – een toeschouwer is in mijn opvatting namelijk nooit passief; hij creëert altijd een betekenis. De enkelvoudige begrippen *toeschouwer* en *kijker* zullen veelal in meervoud gelezen moeten worden. De woorden *publiek* en *toeschouwer* zijn in de meeste gevallen uitwisselbaar, tenzij *toeschouwer* specifiek enkelvoudig bedoeld is, maar in een dergelijk geval zal dat duidelijk blijken uit de context.

Tekst

De term *tekst* wordt binnen de mediawetenschappen gebruikt in twee verschillende betekenissen. Beide gaan voorbij aan de definitie van het woord zoals dit in het dagelijkse leven gebruikt wordt; een geheel van geschreven bewoordingen. De meest eenvoudige is de algemene referentie naar de fysieke boodschap in de vorm van bijvoorbeeld een geschreven document, een film, televisieprogramma of een muziekstuk. De ander, door Fiske voorgestaan, is het gebruik van de term *tekst* als het betekenisvolle resultaat van de ontmoeting tussen inhoud en lezer. Een tekst dient in deze context niet gezien te worden als een letterlijke (in beide betekenissen van het woord) literaire, geschreven, klassieke tekst, maar kan bestaan uit geschreven tekst, beeld, geluid of grafische vormgeving en krijgt pas betekenis wanneer hij wordt ‘gelezen’. De tekst wordt zodoende het product van zijn lezer doordat een programma of een film pas een tekst wordt op het moment dat deze gelezen wordt en er door de interactie met een toeschouwer een betekenisproductie of activatie van plezier plaatsvindt. Één programma kan volgens deze definitie aanzet geven tot de productie van verschillende teksten, afhankelijk van de variërende sociale

⁷ Ang, *Desperately seeking the audience*, 161.

⁸ Denis McQuail, *McQuail’s Mass communication theory* (4e druk; Londen 2000) 370-371.

receptieomstandigheden waarin een tekst tot stand komt.⁹ Deze potentie tot het tot stand brengen van vele verschillende betekenissen, betekent dat de tekst een polysemisch karakter heeft. Ik zal mij in dit onderzoek grotendeels beperken tot de betekenis die Fiske aan de term *tekst* geeft als het product van zijn lezer. Daarmee sluit het gebruik van deze term goed aan bij de wijze waarop ik de term *toeschouwer* gebruik.

Interactiviteit

Kort gezegd is interactiviteit: communicatie over en weer. De definiëring van het begrip verschilt en is afhankelijk van het relatieniveau waarop de interactie betrekking heeft. Nichols (zie hoofdstuk 1) praat over interactiviteit op het niveau van de maker in relatie tot zijn onderwerp. Hij doelt volgens Stella Bruzzi met de term interactiviteit op het interveniëren door de maker in wat er voor de camera gebeurt.¹⁰ De interactiviteit op het niveau van de toeschouwer komt in dit hoofdstuk aan de orde. Hieraan liggen verschillende dimensies ten grondslag, namelijk: reactie of feedback, conversatie of wederkerigheid, selectiviteit, modificatie, lineariteit/non-lineariteit en multimedialiteit¹¹ - dat beïnvloeding van de koers mogelijk maakt. De toeschouwer kan een interactieve relatie aangaan op tekstniveau (met de documentaire). Dit is van toepassing op de nieuwe media: DVD en internet. Maar ook tussen toeschouwers onderling en tussen toeschouwer en maker kunnen interactieve relaties ontstaan. In het vierde hoofdstuk zullen verschillende praktijkdimensies van deze twee niveaus besproken worden.

§ 2.2 Tekst en toeschouwer

Zoals in de inleiding reeds genoemd, vinden vele theorieën die toegepast kunnen worden binnen de Film- en Televisiestudies hun oorsprong in uiteenlopende disciplines. Communicatiewetenschappen, Psychologie, Sociologie, Antropologie en Humanistiek zijn slechts enkele vakgebieden die een interdisciplinaire bodem verschaffen van analytische tot empirisch theoretische paradigma's. Het gegeven dat een bepaalde benadering afkomstig is uit één discipline, betekent overigens niet dat deze uitsluitend binnen dit vakgebied gebruikt en verder ontwikkeld kan worden; langzamerhand is namelijk een postmodern landschap ontstaan met daarin veel eclectische theorieën. De benaderingen of gedestilleerde elementen ervan welke van belang zijn voor dit onderzoek zullen hieronder aan bod komen. De indeling in wetenschapsrichtingen hieronder dient slechts als instrument om de benaderingen overzichtelijk te rangschikken.

§ 2.2.1 Psychologie

Psychoanalyse

In de tachtiger jaren treedt een paradigma op de voorgrond dat zich voornamelijk richt op onderbewuste processen: de psychoanalyse. Voor filmtheorie voorziet deze benadering in een analyseapparaat dat de relatie legt tussen het onderbewustzijn en filmbeleving. Hoewel de psychoanalyse zich richt op

⁹ Fiske, *Television culture*, 14.

¹⁰ Charles Forceville, 'Regisseurs stralen in eigen documentaire. Stella Bruzzi over invloed filmmaker op getoonde realiteit' in: *Skrien* november (2001) 27-29.

¹¹ Connie de Boer en Swantje Brennecke, *Media en publiek* (vijfde druk; Amsterdam 2003) 149.

beïnvloeding van het onderbewustzijn aan zowel de kant van productie als perceptie, is voor dit onderzoek enkel de perceptiezijde van belang. Het analyseren van het 'hypnotische' effect van film, maar ook de zoektocht van de toeschouwer naar bevrediging voor zijn verlangens zijn belangrijke onderwerpen.

Één van de meest invloedrijke psychoanalytici was Jacques Lacan. Centraal in zijn revisie van Freuds theorie staat de kijkrelatie; de kijker is niet vrij in zijn handelen, maar wordt als 'subject' gevormd door een culturele constructie, een systeem van tekens (zoals de taal). Het voortdurende onbevredigde verlangen¹² samen met de 'gaze'¹³ - die wordt onderworpen en gestuurd door de lens van de camera en de voornaamste identiteitsstructuur van de kijker vormt - zijn de belangrijkste elementen van deze kijkrelatie en het hypnotische effect. De lezer neemt de betekenisproductie over die de film hem oplegt en besloten ligt in de tekst.¹⁴ Ook Christian Metz hield zich bezig met de psychoanalyse. Hij stelt dat film inspeelt op scopofilia (voyeurisme). Dit is gebaseerd op de afstand tussen de kijker en het object op het doek. De afstand heeft in deze context een tweeledige betekenis: enerzijds die van de letterlijke afstand tussen het doek en de toeschouwer, anderzijds die van de afstand tussen het object op het doek (dat zich niet werkelijk daar bevindt) en de kijker (subject). De film speelt volgens deze opvatting met de traumatische ervaring van verlies. Het pretendeert de aanwezigheid van iets, wat er in werkelijkheid niet is. Stephen Heath voegt toe dat de aantrekkingskracht van film besloten ligt in de verenigende eigenschap van narrativiteit, welke een beroep doet op het verlangen naar het verloren object. Narrativiteit streeft volgens Heath namelijk altijd naar eenheid en herstel van harmonie. In dit opzicht levert psychoanalyse een kader voor bestudering van narrativiteit.¹⁵

Samengevat zijn de volgende binnen de psychoanalyse aan bod komende factoren van invloed op de relatie tussen tekst en toeschouwer: het onderbewuste gevoel van onbevredigd verlangen en scopofilia, de 'gaze' en daaruit voortkomend het hypnotiserende effect van de film waardoor de toeschouwer de betekenisproductie overneemt. Verder speelt de behoefte informatie te ordenen in een narratief tevens een rol in de toeschouwer-tekst relatie.

Cognitieve psychologie

David Bordwell en Noel Carroll, zien het omgaan met narrativiteit als een cognitief proces. De film of documentaire wordt gestructureerd door een narratieve lijn. Door deze organisatie van gebeurtenissen wordt de film handelbaar voor de kijker en maakt hij het verhaal compleet door zelf de niet zichtbaar gemaakte gebeurtenissen in te vullen (zoals bij tijdverdichtingen). De culturele achtergrond van de toeschouwer en maker bepaalt de conventies volgens welke een verhaallijn gezien wordt. Ook doordat de toeschouwer de regels van elk genre kent en dienaangaande zijn verwachtingen hierop afstelt, kan hij informatie opnemen.¹⁶ Een andere cognitieve functie bij het opnemen van informatie is die van het verwerken van reeds herinnerde informatie bij het completeren van een voorstelling. Door het

¹² Mayne, *Cinema and spectatorship*, 22.

¹³ Begrip waarmee een manier van film kijken in de bioscoop of filmtheater wordt aangeduid. Soort staren. In § 2.5.1 kom ik hierop terug.

¹⁴ Shaun Moores, *Interpreting audiences. The ethnography of media consumption* (Londen 1993) 13-15.

¹⁵ College 'Theory & analysis of film and television', 25-03-1999, gedoceerd door Eva Warth.

¹⁶ College 'Theory & analysis of film and television', 25-03-1999 en 29-03-1999, gedoceerd door Eva Warth

symbolische systeem van de toeschouwer is deze in staat taal en beeld met elkaar aan te vullen. Zo kan de toeschouwer van een documentaire die grotendeels uit beelden bestaat, voor zichzelf een kloppend verbaal narratief vormen.¹⁷ Narrativiteit is dus afhankelijk van veronderstellingen over realisme en helpt bij het versterken van een werkelijkheidsbesef.¹⁸

§ 2.2.2 Communicatiewetenschappen

Een groot aantal modellen voor hedendaagse film- en televisietheorieën is afkomstig uit de massacommunicatie, welke op hun beurt weer teruggrijpen naar theoretische paradigma's uit de sociologie, psychologie en andere disciplines. In de twintigste eeuw heeft het wetenschapsterrein van massacommunicatie, parallel met de sterke toename van de massacommunicatiemiddelen, een krachtige ontwikkeling doorgemaakt. Niet alleen is het aantal massamedia toegenomen door onder andere de komst van radio, film, televisie en de digitale media, maar ook het bereik en gebruik ervan is gegroeid; steeds meer mensen worden met mediaboodschappen geconfronteerd of voelen de behoefte informatie te verwerven. De Boer en Brennecke onderscheiden in het boek *Media en Publiek* drie stromingen met betrekking tot het domein medium en publiek. De eerste stroming verklaart de effecten van massacommunicatie middels toepassing van machtige-media theorieën en beperkt zich tot bestudering van enkel de media-inhoud. De 'injectienaaldtheorie' is hiervan een voorbeeld, de naam impliceert de passiviteit van de ontvangers; de media 'prikken' en 'steken' volgens dit concept voortdurend in het 'passieve lichaam' van de ontvanger.¹⁹ Hier is duidelijk sprake van eenrichtingsverkeer. De tweede stroming bestaat uit theorieën die uitgaan van het actieve publiek. Zij stellen dat de media-inhoud (welk van ondergeschikt belang is) naar eigen behoeften en mogelijkheden wordt aangevuld en gebruikt door het publiek. De derde stroming combineert de eerste en de tweede. De 'audience cum content'-benaderingen besteden namelijk aandacht aan zowel het publiek als aan de media-inhoud.²⁰ Aan de benaderingen behorend tot de eerste stroming zal ik in dit analytisch onderzoek geen aandacht besteden, daar ze de kijker beschouwen als een passieve consument. Aansluitend bij de opvatting van vele eigentijdse wetenschappers, ben ik van mening dat dit een achterhaalde veronderstelling is en daarom geen nadere aandacht verdient, zekere niet in het kader van deze studie.

Uses and gratifications-benadering²¹

Eén van de benaderingen uit de tweede stroming, die minder macht aan de media en meer aan het publiek toeschrijft, is de uses and gratifications-benadering (zie bijlage). Deze was vooral tussen 1960 en 1980 invloedrijk,²² en is ook nu nog terug te vinden in andere modellen. De onderzoekers richten zich op het mediagebruik en proberen tot een antwoord te komen op de vraag wat het publiek met de media doet. Actief en doelgericht gebruik van de media wordt bij deze benadering gerelateerd aan sociale en

¹⁷ Byron Reeves, 'Hemispheres of scholarship. Psychological and other approaches to studying media audiences' in: J. Hay, L. Grossberg en E. Wartella ed., *The audience and its landscape* (Oxford z.j.) 273.

¹⁸ McQuail, *McQuail's mass communication theory*, 352.

¹⁹ De Boer en Brennecke, *Media en publiek* (vijfde druk) 17.

²⁰ Ibidem, 160.

²¹ Ibidem, 105-119.

²² Nicholas Abercrombie, *Television and society* (Cambridge 1996) 141.

psychologische²³ behoeftebevrediging. Door deze optredende behoeftebevrediging (gratificatie) - welke als effect van mediagebruik beschouwd wordt - wordt de uses and gratifications-benadering door sommigen als een variant op de in de jaren zestig veel gehanteerde effectenstudies gezien. Naast het effect van behoeftebevrediging had men ook aandacht voor andersoortige gevolgen, namelijk de niet-nagestreefde effecten. Bij de uses and gratifications-benadering draait het dus niet zozeer om de inhoud van de media, maar om de behoeften en verwachtingen voorafgaande aan de blootstelling, de daadwerkelijke vormen van blootstelling en de wel of niet nagestreefde gevolgen van deze blootstelling.

De benaderingen heeft beperkingen. Volgens Hanes is één van de beperkingen van het uses and gratifications-model dat het uitgaat van boodschappen in de vorm van pakketjes informatie die door alle toeschouwers op dezelfde manier begrepen worden. Het model houdt geen rekening met de interpretatie van de boodschap of welke andere factoren dan ook die de interpretatie van het publiek kan beïnvloeden, maar gaat enkel in op de vraag waarom toeschouwers informatie tot zich neemt.²⁴ De situationele factoren worden verwaarloosd, terwijl het gedrag vaak mede bepaald wordt door de situatie.²⁵ Een andere beperking is dat onderzoekers elk een eigen indeling van motieven voor mediagebruik maken, aangepast aan het medium of genre waarop het onderzoek is gericht. Mede hierdoor kunnen we slechts van een benadering spreken in plaats van een volwaardige theorie. Het ontbreekt aan een eenduidig theoretisch gefundeerde indeling van behoeften en voldoeningen waarop onderzoekers kunnen voortbouwen. In het onderzoek dat A.M. Overste²⁶ in 1978 uitvoerde naar de functies dat het medium televisie voor mensen heeft, onderscheidt hij 26 motieven om televisie te kijken. Deze vat hij vervolgens samen in vier clusters: informatie/educatie, ontspanning/ontsnapping, verveling/eenzaamheid en kijk op de wereld. Hij kwam tot de ontdekking dat alleen in het motievencluster informatie/educatie de mensen specifieke programma's kozen om hun behoeften te bevredigen, terwijl voor de overige clusters gold dat de mensen behoeftebevrediging kregen door het medium televisie als zodanig.²⁷ Voor een onderzoek naar het World Wide Web kwamen Korgaonkar en Wolin²⁸ tot een andere eigen indeling van gratificaties die het gebruik van het web bepalen: sociaal escapisme(ontspanning en ontsnapping aan de realiteit), veiligheid van de transacties, informatie, interactieve mogelijkheden, sociale contacten, privacy en economische motieven. Nick Lacey beperkt in *Media institutions and audiences* het aantal te verkrijgen gratificaties tot vier: te weten persoonlijke identiteit, informatie, vermaak en sociale interactie.²⁹

Opgesomd zijn de volgende elementen volgens de uses and gratifications-benadering van invloed op de relatie tussen tekst en potentiële toeschouwer: de vooraf gestelde verwachtingen en de sociale en psychologische behoeftebevrediging ervan die gestructureerd worden door mediakenmerken.

²³ Andy Ruddock, *Understanding Audiences. Theory and Method* (Londen 2001) 69.

²⁴ Hanes, 'The advantages and limitations of a focus on audience in media studies' 2.

²⁵ Connie de Boer en Swantje Brennecke, *Media en publiek* (Amsterdam 1995) 94.

²⁶ De Boer en Brennecke, *Media en publiek* (vijfde druk) z.blz.

²⁷ Ibidem, 118.

²⁸ Ibidem, 119.

²⁹ Nick Lacey, *Media institutions and audiences. Key concepts in media studies* (New York 2002) 156.

§ 2.2.3 Sociale wetenschappen en culturele studies

Tot enkele decennia geleden lag de focus binnen de vorming van filmtheorie nog op de tekst en hoe deze de toeschouwer construeert en positioneert (zoals in de psychoanalytische benadering). Op een gegeven moment verschoof de nadruk langzamerhand richting de toeschouwer; hij kwam in het centrum van de belangstelling te staan. Deze ontwikkeling heeft zich verder doorgezet en inmiddels zijn toeschouwer en media-inhoud minstens even belangrijk. Aan de zijde van de toeschouwer worden sociale factoren als medebepalend gezien bij de betekenisvorming – de context van de toeschouwer krijgt in de hedendaagse receptieonderzoeken een even zo belangrijke plaats als de toeschouwer zelf. Onder de paraplu van sociale wetenschappen is culturele studies een belangrijke beweging geworden; binnen dit kader zijn meerdere methodologieën tot ontplooiing gekomen. De voornaamste zullen hieronder besproken worden, te weten encoding/decoding, de etnografische methode en receptieanalyse. Maar eerst enkele algemene opmerkingen over culturele studies.

Culturele studies

Naast de uses and gratifications-benadering, is culturele studies, met haar tekstuele en sociale karakteristieken, van grote invloed op toeschouwersonderzoek. Deze traditie van het kritische paradigma³⁰ wordt gekenmerkt door invloeden van de (hierna aan bod komende) etnografische benadering, het Marxisme, de semiotiek en het poststructuralisme.³¹ Eind jaren zestig kreeg culturele studies vooral in Groot-Brittannië bekendheid. Studies binnen deze leer waren veelal afkomstig van Stuart Hall en zijn collega's van het Birmingham Centre for Contemporary Cultural Studies en vinden gedeeltelijk aansluiting bij het gedachtegoed van de marxistisch georiënteerde 'Frankfurter Schule'. Zo gaan beide benaderingen er vanuit dat het functioneren van de media en de ideologische inhoud van de boodschappen in principe bepaald worden door maatschappelijke omstandigheden. Uitgangspunt van culturele studies betreft de betekenisgeving van de toeschouwer aan de tekst, welke niet per definitie overeenkomt met de betekenis zoals die door de zender was bedoeld. Dit proces van betekenisgeving wordt enerzijds gestuurd door codes die de zender in de boodschap heeft ingebouwd en anderzijds, met veruit de grootste invloed, door de interpretatiekaders van de ontvangers van de boodschap. Het publiek bestaat uit verschillende interpretatieve gemeenschappen met eigen culturele codes en interpretatiekaders, die daardoor tot verschillende lezingen van eenzelfde boodschap kunnen komen. De door de media geboden visies worden dus beoordeeld op basis van eigen opvattingen en ervaringen van de mediagebruiker. Omdat het bij deze cultuurtheoretische benadering gaat om het proces van betekenisgeving door de producent van de tekst (encoderen), evenals om het proces van interpreteren door het publiek (decoderen) wordt zowel de media-inhoud als het publiek onderzocht.³² Kernbegrippen zijn betekenisproductie, betekenisgeving en constructie van de werkelijkheid.

³⁰ Ibidem, 220.

³¹ Fiske, *Television culture*, 1.

³² De Boer en Brennecke, *Media en publiek* (vijfde druk) 220-221.

In het algemeen geldt voor culturele studies dat de aandacht uitgaat naar zowel media-inhoud en publiek. De maatschappelijke omstandigheden en daarmee de interpretatieve gemeenschappen zijn van invloed op de relatie tussen tekst en gebruiker. De codes die de producent in de media-inhoud legt samen met de interpretatiekaders van de ontvanger bepalen de betekenis die tot stand komt.

Encoding/decoding-model

Baanbrekend werk binnen culturele studies, dat in 1974 in eerste versie verscheen, was de uiteenzetting van het encoding/decoding-model van de hand van de voornoemde Stuart Hall. Dit werk wordt door Alasuutari gezien als de geboorte van receptieonderzoek en daarmee als het fundament en eerste generatie van media studies. Het model, dat voortbordurt op het uses and gratifications paradigma,³³ combineert sociale wetenschappen, ideologie en semiotiek en bekijkt hoe de diverse ideeën de benadering van mediapubliek beïnvloeden.³⁴ In tegenstelling tot de psychoanalytische benadering die zich in hoofdzaak op film richt, ligt de focus van het encoding/decoding-model op televisie. Het uitgangspunt van het model is dat er geen 'objectieve' werkelijkheid bestaat, maar slechts specifieke waarnemingen, definities en constructies van die werkelijkheid.³⁵ In zijn essay over encoding/decoding zet Hall uiteen op welke drie manieren lezers betekenis kunnen geven (decodings) aan culturele teksten. Dit decoderen wordt beïnvloed door vroegere ervaringen³⁶, klasse, etniciteit, gender van de betrokken lezer en tevens door de wisselende contexten waarin deze receptie plaatsvindt.³⁷ Op het moment dat vorm en inhoud van het mediaproduct tot stand komen, vindt het encoderingsproces (betekenisgeving) plaats. Dit encoderen (het weergeven van de realiteit) wordt bepaald door de technische mogelijkheden van het medium en door de opvattingen van auteurs, journalisten en programmamakers over de productiepraktijk en de maatschappelijke realiteit. De zender probeert bij het encoderen door gebruik van codes een specifieke betekenis in de boodschap te leggen, waarvan hij hoopt dat deze bij de ontvanger overkomt: de zogenaamde 'preferred meaning'.³⁸

Naast de hegemonische/dominante positie (preferred reading) waarbij de boodschap door de lezer wordt geïnterpreteerd zoals de zender hem bedoeld heeft, onderscheidt Hall nog twee andere ideologische posities: de onderhandelende positie (negotiated reading) en de oppositionele positie (oppositional reading). Bij de 'negotiated reading' wordt de door de zender bedoelde betekenis gedeeltelijk veranderd en aangepast, waardoor een soort onderhandeling ontstaat met de gegeven codes. De oppositionele positie (oppositional reading) heeft tot gevolg dat aan de tekst een geheel andere interpretatie gegeven wordt dan bij de encoding was bedoeld.³⁹ Hanes voegt hier nog een vierde aan toe: de 'aberrant decoding', waarbij het publiek de tekst leest op een sterk afwijkende

³³ Pertti Alasuutari ed., *Rethinking the media audience. The new agenda.* (Londen 1999) 2.

³⁴ Ruddock, *Understanding Audiences*, 123.

³⁵ Liesbeth Zoonen, *Media, cultuur & burgerschap. Een inleiding* (Amsterdam 1999) 11.

³⁶ Hanes, 'The advantages and limitations of a focus on audience in media', 3.

³⁷ Melvyn Stokes and Richard Maltby ed., *Hollywood spectatorship. Changing receptions of cinema audiences* (Londen 2001) 7.

³⁸ De Boer en Brennecke, *Media en publiek* (vijfde druk) 224.

³⁹ Ruddock, *Understanding Audiences*, 126.

manier.⁴⁰ David Morley voegt echter een andere vierde ideologische positie toe, die hij de 'critique of silence' noemt. Hiermee wordt een complete weigering van interpretatie aangeduid.

Evenals bij sommige andere theorieën, zijn ook bij deze kanttekeningen te plaatsen. Morley wijst op de problematiek rond het concept 'preferred meaning'. Deze is vaak lastig te determineren, vooral als het om op fictie gebaseerde teksten gaat; verschillende versies van de 'preferred' tekst zijn goed mogelijk. Ook acht hij het onduidelijk of de 'preferred meaning' ingesloten ligt in de tekst of dat deze bepaald is door de meerderheid van het publiek. Op het gebied van documentaire, een feitelijke tekst, is het bepalen van de 'preferred meaning' echter minder lastig.⁴¹

De kern van encoding/decoding-model is het besef dat betekenis tot stand komt middels gebruik van codes en dat niet iedere toeschouwer tot dezelfde betekenis zal komen. Twee elementen die het decoderingsproces beïnvloeden zijn de achtergrond (vroegere ervaringen, klasse, etniciteit en gender) van de toeschouwer, en de context waarin het decoderen ter plaatse gebeurt.

Etnografische methode

Een onderzoeksmethode die binnen culturele studies dikwijls wordt aangewend is de etnografische onderzoeksmethode welke is ontwikkeld binnen de antropologie en de sociologie.⁴² Deze methode genoot in de tweede helft van de jaren negentig geleidelijk aan steeds meer populariteit.⁴³ Media-etnografie voorziet in analytische instrumenten waarmee inzicht verkregen kan worden in de functie van het medium (wat leidde tot een hergeboorte van het uses and gratifications paradigma) in verschillende culturen en gemeenschappen. De nadruk ligt niet op de media-inhoud, maar op het sociale gebruik van de media, benaderd vanuit de toeschouwer. Het dagelijkse leven van een groep mensen wordt in verband gebracht met het gebruik van een medium en receptie van een programma; niet de impact (of betekenis) van het dagelijkse leven op de receptiepraktijk wordt bestudeerd, maar de rol die het medium heeft in het dagelijkse leven.⁴⁴ Wanneer de methodologie echter voor media-publieksstudies wordt aangewend, wordt deze dikwijls minder grondig toegepast dan de traditionele etnografische onderzoekers beoogd hebben: oorspronkelijk werd de etnografie immers gebruikt om culturen in hun geheel te bestuderen, middels observerend, lange termijn en diepgaand veldwerk, terwijl media wetenschappers slechts een aspect – zoals televisie – onderzoeken en veelal kortdurende studies uitvoeren.⁴⁵ Niettemin komt de basisgedachte terug in de toepassing door media onderzoekers in de ontmoeting van tekst en maatschappij.

Een in alle toeschouwertheoretisch beschouwende verhandeligen terugkerend onderzoek is het receptieonderzoek dat David Morley in 1980 uitvoerde naar betekenisvorming van het Britse actualiteitenprogramma *Nationwide*. Hij toont met dit empirisch onderzoek de samenhang tussen betekenisproducties door subgroepen die volgen uit verschillen in sociaal-historische referentiekaders;

⁴⁰ Hanes, 'The advantages and limitations of a focus on audience in media studies', 3.

⁴¹ David Morley, *Television audiences & cultural studies* (5e druk; Londen 2002) 122.

⁴² Ellen Seiter, *Television and new media audiences* (Oxford 1999) 10.

⁴³ Stokes and Maltby ed., *Hollywood spectatorship*, 7.

⁴⁴ Alasutari ed., *Rethinking the media audience*, 4-5,7.

⁴⁵ Seiter, *Television and new media audiences*, 10.

gevormd door sociale, opleiding gerelateerde en culturele achtergrond en de instituties waartoe men behoort.⁴⁶ In de lijn van culturele studies richt Morley zich op het publiek als een groep en gaat, aldus Nightingale, daarmee voorbij aan de heterogeniteit van de personen.⁴⁷ Morley stelde vast dat het gewenst is in een receptieonderzoek verder te kijken dan enkel de sociale klasse of positie van een individu.⁴⁸ In dit onderzoek schonk hij aandacht aan zowel de tekst, de boodschap als het publiek. Onder critici heersen verschillende opvattingen betreffende de gebruikte methodologie van Morley: Alasuutari, Seiter, Abercrombie, Moores en Nightingale scharen het onder de encoding/decoding benadering; De Boer & Brennecke zien het als een voorbeeld van receptieanalyse (zie hieronder); terwijl Lacey, Ruddock, Stokes & Maltbey en bovenal Morley zelf het toch zeker als een etnografisch onderzoek bestempelen. Hieruit zal duidelijk zijn dat de drie genoemde benaderingen, die allen binnen culturele studies ontwikkeld zijn, elkaar in aanpak niet veel ontlopen.

Kort gezegd richt de etnografische methode zich op het mediumgebruik in het dagelijkse leven; de functie van het medium in culturen en gemeenschappen en, daarmee verband houdend, het sociale gebruik van media.

Receptieanalyse

In de jaren tachtig is binnen de groep wetenschappers die tot de traditie van de culturele studies behoren de receptieanalyse ontwikkeld. Mediagebruik wordt hierin gezien als een integraal deel van de dagelijkse sociale interactie en ervaring.⁴⁹ Deze alternatieve kijk op de individuele interpretatie van media-inhoud door een toeschouwer combineert de benadering van de media als teksten met de bestudering van de ontvangers en gaat net als de etnografische methode en het encoding/decoding-model, uit van een niet vaststaande 'reading' (polysemie). Op het gebied van de tekstbenadering borduurt de receptieanalyse door op de fundamenteën van de uses en gratifications-benadering. Beide benaderingen richten zich op de culturele codes in mediaboodschappen. In tegenstelling tot de uses and gratifications besteedt de receptieanalyse echter wel aandacht aan de sociale omgeving van individuen. Bij de bestudering van het interactieproces tussen lezer en tekst wordt daarom rekening gehouden met de sociale en culturele invloeden.⁵⁰

Bij receptieonderzoek gaat het voornamelijk om het onderzoek in de ruimte (wie gebruikt welk medium wanneer en waarom). Factoren die van invloed zijn op de receptie van films zijn: de vertoningpraktijk, de identiteit van de kijker en de film an sich. De Deense onderzoeker Jensen hanteert de volgende categorisering van invloedsfactoren:

⁴⁶ Virginia Nightingale, *Studying audiences. The shock of the real* (Londen 1996) 64-68.

⁴⁷ Nightingale, *Studying audiences*, 15.

⁴⁸ Lacey, *Media institutions and audiences*, 177.

⁴⁹ McQuail, *McQuail's mass communication theory*, 394.

⁵⁰ De Boer en Brennecke, *Media en publiek* (1e druk) 153.

- situationele factoren, de omgeving op het moment van de tekst/toeschouwer ontmoeting;
- mediafactoren, het medium gedefinieerd in sociale en culturele termen zoals 'genre';
- publieksfactoren, publiek gedefinieerd in culturele termen die verder gaan dan bijvoorbeeld demografische categorieën, zoals interpretatieve gemeenschappen die dwars door sociaal-economische categorieën heenlopen;
- analytische factoren, de onderzoeksmethoden zoals participerende observatie, diepte- en groepsinterviews.

Volgens Melvyn Stoke gaat receptieonderzoek, net als de etnografische methode, uit van het gegeven dat een film niet een natuurlijke, essentiële lezing bevat, maar dat de interpretatie historisch wordt bepaald en daarom in de loop der tijd verandert. Deze veranderende zienswijze weerspiegelt de context van herdenkingsplaats, inclusief de invloed van de heersende politieke, sociale en economische omstandigheden, de interesses en verwachtingen van lezers, en de manier waarop zij hun eigen identiteit vormen op het gebied van 'gender', ras, klasse, nationaliteit en seksuele oriëntatie. Omdat er echter geen alomtegenwoordige betekenissen bestaan en het onmogelijk is de positie van elke individuele toeschouwer te achterhalen, is volgens Staiger, het onderwerp van receptiestudies: *'try to establish not the so-called correct reading of a particular film but the range of possible readings and reading processes at historical moments.'*⁵¹

Kortom, de historische context is van grote invloed op de relatie tussen tekst en toeschouwer. Met het verloop van de geschiedenis, verandert ook de betekenisproductie. Verder gaand dan de etnografische invalshoek benadert de receptieanalyse mediagebruik als integraal deel van het dagelijkse leven. Van relevante invloed hierop zijn: sociale en culturele omstandigheden, mediumfactoren (zoals genre), publieksfactoren en situationele factoren/vertoningspraktijk (plaats van ontmoeting tussen tekst en toeschouwer). Het zwaartepunt ligt op de tekst en de individuele ontvanger. Als kernvraag geldt: wie gebruikt welk medium wanneer en waarom?

§ 2.2.4 Documentaire en toeschouwer

Uit het voorgaande is gebleken dat verschillende factoren van invloed kunnen zijn op het receptieproces en waarderingsvermogen van de toeschouwer met betrekking tot de media-inhoud. De behandelde benaderingen dragen bij tot een groter inzicht in die relatie, toch blijft het bij algemene veronderstellingen. Omdat het in dit onderzoek specifiek gaat om de documentairefilm, is een nadere deductieve beschouwing van dit genre gewenst. Een aantal onderzoekers heeft zich toegelegd op bestudering van het genre documentaire. Omdat er geen sprake is van een duidelijke theorievorming, is het noodzakelijk een inventarisatie te maken van de heersende opvattingen met betrekking tot dit genre. De genrebepalingen 'non-fictie' en 'fictie' roepen verschillende verwachtingspatronen op bij de kijker, hetgeen consequenties heeft voor de status van de geboden informatie.⁵² Hieruit volgt dat de

⁵¹ Stokes and Maltby ed., *Hollywood spectatorship*, 7-8.

⁵² Charles Forceville, 'Documentairedefinities' in: *Skrien* 35 maart (2003) 22.

toeschouwer van een documentaire bepaalde (waarde gerelateerde) eigenschappen veronderstelt tegen te komen die karakteristiek zijn voor dit genre. Bruzzi is echter van mening dat de scheiding tussen fictie en non-fictie niet zo strikt gezien moet worden: 'documentaires zijn immers in de allereerste plaats films, en films moeten toeschouwers boeien. Er wordt veel te vanzelfsprekend vanuit gegaan dat mensen altijd naar documentaires kijken om kennis op te doen.'⁵³ Nichols noemt vier redenen waardoor de interesse van een documentairepubliek gewekt wordt, hij sluit zich aan bij Bruzzi wat betreft het leerelement en het geboeid raken, maar voegt hier nog aan toe de drang tot het ontdekken en de verwachting overtuigd te worden van mogelijkheden die verband houden met de historische wereld. Het voornaamste element dat door documentaire gestimuleerd wordt bij het publiek is volgens Nichols, in tegenstelling tot de opvatting van Bruzzi, 'epistephilia' (het verlangen te weten). De gratificatie hiervan verbindt de film en het publiek met elkaar. Doordat de maker (He-Who-Knows) zijn kennis deelt met de toeschouwer (degene die wil weten) ervaart de toeschouwer voldoening en kennis als resultaat.⁵⁴ Kortom: de aantrekkingskracht van de documentaire ligt besloten in het sociaal educatieve en kennis vergrotende aspect, hierover zijn Nichols en Kilborn het eens.

Het voornaamste bindende element tussen de documentaire en de toeschouwer is de relatie die beiden hebben met de werkelijkheid. Kilborn stelt dat de door de documentaire aangemoedigde verwachtingen van de toeschouwer allen gestoeld zijn op de status van de tekst in relatie tot de historische wereld.⁵⁵ Nichols zegt over de positie van de toeschouwer dat de betrokkenheid van de toeschouwer bij de historische wereld waarin hij leeft, de basis vormt voor de ervaring met en uitdaging van de documentaire. De documentaire en de werkelijkheid staan in meerdere opzichten in relatie tot elkaar; enerzijds door een indexicaal verband tussen hetgeen de toeschouwer ziet en hetgeen zich voor de camera heeft afgespeeld, anderzijds door de wijze waarop dit materiaal op een poëtische of retorische manier getransformeerd wordt naar een commentaar of visie op de wereld.⁵⁶ Een ander element waarmee de documentaire de toeschouwer boeit en aan zich bindt is de verhaallijn. Nichols noemt dit de logische organisatie van de documentaire, die de onderliggende mening of bewering over de historische wereld ondersteunt (wat de documentaire tot een documentaire maakt). We worden verondersteld betrokken te zijn bij films, die betrokken zijn bij de historische wereld. Deze betrokkenheid en logica (en dus het contact met de werkelijkheid) stelt de documentaire vrij van conventies waar de fictiefilm zich wel aan dient te houden: zoals continue montage om de tijd-ruimte relatie aan te geven. De verhaallijn in een documentaire hoeft om deze reden niet gecentreerd te zijn rond een personage, maar kan evengoed gestructureerd zijn rond een mening of thema.⁵⁷

Het publiek dat vanuit de documentaire ontstaat (zie § 2.1) laat zich moeilijk theoretisch definiëren.⁵⁸ Gender blijkt een invloedrijke factor te zijn in het keuzeproses voor een documentaire. Dit bevestigt een studie van Morley naar voorkeur voor [televisie]programmatype; onder de mannelijke respondenten bestaat een sterke voorkeur voor non-fictie programma's (nieuws, actualiteiten en

⁵³ Charles Forceville, 'Stella Bruzzi over invloed filmmaker op getoonde realiteit' in: *Skrien* 34 november (2002) 29.

⁵⁴ Nichols, *Introduction to documentary*, 40.

⁵⁵ Kilborn and Izod, *An introduction to television documentary*, 133-134.

⁵⁶ Nichols, *Introduction to documentary*, 38-41.

⁵⁷ *Ibidem*, 27-28.

documentaires), terwijl vrouwen liever naar fictie kijken.⁵⁹ Verder beweren Kilborn en Izod dat de keuze om naar een televisiedocumentaire te kijken samenhangt met het feit dat dit genre aanzienlijk afwijkt van het overige programma-aanbod.⁶⁰ Persoonlijk vind ik deze stelling niet van toepassing op de Nederlandse televisiesituatie (ik ben verder niet voldoende op de hoogte om de Engelse situatie te beoordelen); de programmering is in mijn optiek voldoende afwisselend, met inbegrip van programma's over de politieke en maatschappelijke wereld. Een andere reden voor het moeilijk af te bakenen zijnde documentairepubliek is dat de keuze voor een bepaalde documentaire doorgaans gemaakt wordt op basis van het onderwerp.⁶¹ Het zal evident zijn dat mensen die geboeid raken door een documentaire over het checkpointbeleid in Israël niet precies overeenkomt met de mensen die graag kijken naar een documentaire over een Duitse zanger. Het publiek van de documentaire ontstaat mijns inziens pas op het moment van interactie en is afhankelijk van vele factoren, met als voornaamste: onderwerp, context en medium. Bovendien bepalen medium en context (vertoningsplaats) of een documentaire in groepsverband of individueel bekeken wordt. In de beginjaren werd een documentaire vertoond in kleine zaaltjes, later in de bioscoop, vervolgens werd het medium televisie het belangrijkste platform en nu bieden video, DVD en ook het internet de benodigde faciliteiten. Parallel aan de ontwikkelingen van de media, krijgt de kijkervaring individuele mogelijkheden.

Toeschouwersonderzoek met betrekking tot documentaire wordt volgens Kilborn en Izod gedomineerd door discussies over betekenisproductie en intertekstualiteit. Hoewel volgens hen de kijker van nu eerder geneigd is behagen te scheppen uit simpelweg de kijkervaring dan zich af te vragen wat de betekenis is,⁶²⁶³ blijft het proces van betekenisproductie onderwerp van studie. Men vraagt zich onder andere af in hoeverre de betekenis die een toeschouwer produceert uit een bepaalde tekst wordt bepaald door zijn ervaring met, of blootstelling aan, een reeks verwante teksten die behoren tot hetzelfde genre of hetzelfde onderwerp hebben.⁶⁴ Met betrekking tot het lastig te bepalen receptiekader van de toeschouwer, voerde John Corner in 1980 een onderzoek uit naar reacties van toeschouwers; hij liet groepen afkomstig uit verschillende beroepen en met verschillende sociale achtergronden en opleidingen een serie documentaires over de kernenergie-industrie zien, waarna hij de betekenisproducties peilde middels het afnemen van interviews. De groepsverwantschap bleek een opmerkelijk grote invloed uit te oefenen op het begripkader waarbinnen het individuele decoderingsproces plaatsvindt.⁶⁵ Naast de druk van de groepsideologie, is ook de documentaire zelf deels bepalend voor de uiteindelijke individuele betekenisvorming van de toeschouwer. Hoewel de documentairemakers vaak de indruk wekken dat de toeschouwer vrij is in het vormen van een mening en het trekken van conclusies na het zien van een documentaire, is er altijd een 'guiding hand' die de toeschouwer in de richting van een bepaald standpunt duwt. De documentaire zet de kijker, net als de

⁵⁸ In hoofdstuk 4 zal worden ingegaan op een marktonderzoek naar documentairebezoekers.

⁵⁹ Morley, *Television audiences & cultural studies*, 155.

⁶⁰ Kilborn and Izod, *An introduction to television documentary*, 231.

⁶¹ Paul Verstraeten, *De zee die denkt... Gaat dat over Greenpeace? Marktonderzoek naar de theateruitbreng van Nederlandse documentaires* (augustus 2001) 29.

⁶² Kilborn and Izod, *An introduction to television documentary*, 9-10.

⁶³ Overste spreekt dit tegen. Zoals in § 2.2.2 al genoemd, blijkt uit zijn onderzoek dat wanneer het om informatie/educatie gaat (en daar schaar ik de gemiddelde documentairefilm onder) de toeschouwer gericht kijkt en niet enkel om de kijkervaring de televisie aanzet.

⁶⁴ Kilborn and Izod, *An introduction to television documentary*, 227-228.

fictiefilm doet – middels dezelfde instrumenten zoals verhaallijn en identificatie met personage, in een bepaalde positie; middels het plot bijvoorbeeld wordt interesse en spanning gecreëerd, aldus Kilborn.⁶⁶ Toch haalt hij in ditzelfde hoofdstuk van *An introduction to documentary* een onderzoek aan waaruit blijkt dat de toeschouwer niet naïef is. Dit betreft een onderzoek onder kijkers van de in 1990 op ITV network uitgezonden dramadocumentaire *Who Mombbed Birmingham?* over de onterechte opsluiting van de ‘Birmingham six’. Hieruit bleek dat het merendeel (59%) van de ondervraagde kijkers niet overtuigd was van het echtheidsgehalte van het aangedragen bewijs in de film. Zij wilden eerst toegang krijgen tot meer bewijs en/of andere bronnen voordat zij zich konden vinden in de visie van de maker (preferred meaning).⁶⁷ Deze studie bewijst dat ook aannames ten opzichte van de geloofwaardigheid of het belang van media de wijze waarop we boodschappen selecteren en verwerken, beïnvloeden.⁶⁸

Samengevat zijn de invloedsfactoren op de tekst-toeschouwer relatie met betrekking tot de documentairefilm vanuit de invalshoek van de toeschouwer de ‘epistephilia’ en de gratificatie hiervan, het scheppen van genoeg uit de kijkervaring an sich, het gebruik van fictiestrategieën, de verwachtingen en aannames met betrekking tot het genre en de geloofwaardigheid, intertekstualiteit, groepsverwantschap tijdens het kijken, gender en de betrokkenheid van de toeschouwer bij de werkelijkheid. Deze laatste verbindt de toeschouwer met de documentairefilm daar de documentaire ook een relatie heeft met de werkelijkheid. Ten slotte is op het niveau van de tekst, de documentaire, het onderwerp evenals de verhaallijn van belang.

§ 2.3 Evaluering tekst-toeschouwer relatie

Voorname paradigma’s hebben ieder een eigen visie - samenhangend met de heersende tijdsgeest - aangaande de rol van de toeschouwer in het proces van betekenisproductie. De vroege mediatheorieën (e.g. effectenstudies) richtten zich enkel op de boodschap, de ontvanger werd beschouwd als een machteloze en passieve factor in het proces, overgeleverd aan de grillen van de media. Later verschoof het accent pas richting toeschouwer. Tegenwoordig nemen de toonaangevende benaderingen naast de media-inhoud en het publiek, tevens de maatschappelijke en historische context in ogenschouw. Daarbij wordt het polysemische karakter van een tekst door deze inzichten erkent.

Hoewel de eerdere toeschouwersbenaderingen in de ogen van de recente stromingen een te beperkt aandachtsgebied beslaan, kunnen toch de basisaannames van nut zijn voor bestudering van de relatie tussen een potentieel publiek en de documentairefilm in Nederland. Uit de bovengenoemde algemene modellen, benaderingen en analyses kunnen meerdere factoren worden afgeleid die van invloed zijn op het spanningsveld tussen tekst en toeschouwer. Ik ben gekomen tot de volgende inventarisatie van factoren:

⁶⁵ Ibidem, 229.

⁶⁶ Ibidem, 9, 232-233.

⁶⁷ Ibidem, 236.

⁶⁸ Alan M. Rubin, ‘Audience activity and media use’ in: *Communication Monographs*, vol. 60, (Annandale 1993) 102.

Tabel 1. Inventarisatie van invloedsfactoren op tekst-toeschouwer relatie

	FACTOR	HERKOMST
1	Het onderbewustzijn -> onbevredigd verlangen, scopofilia, hypnotische effect	Psychoanalyse
2	Narrativiteit	Psychoanalyse / Documentairetheorie
3	Sociale en psychologische behoeftebevrediging en verwachtingen vooraf	Uses & Gratifications
4	Persoonlijkheid	Uses & Gratifications
5	Sociale context	Uses & Gratifications / Encoding/decoding
8	Mediakenmerken structureren de mate van behoeftebevrediging	Uses & Gratifications
9	Codes van zender	Culturele studies
10	Interpretatiekader van toeschouwer / maatschappelijke omstandigheden	Culturele studies
11	Receptiecontext	Culturele studies / Encoding/decoding
12	Technische mogelijkheden medium	Encoding/decoding
13	Intertekstualiteit -> op gebied van genre, medium en locatie	Etnografische methode
14	Functie van medium (in dagelijks leven)	Etnografische methode / Uses & Gratifications
15	Locatie	Etnografische methode
16	Publieksfactoren	Receptieanalyse
17	Mediafactoren	Receptieanalyse
18	Mediagebruik geïntegreerd in het dagelijkse leven	Receptieanalyse
19	Historisch verband	Receptieanalyse
20	Verlangen tot weten / kennisvergaring	Documentairetheorie
21	Relatie met de werkelijkheid	Documentairetheorie
22	Aanwending van fictiestrategieën	Documentairetheorie
23	Aannames t.o.v. geloofwaardigheid	Documentairetheorie
24	Intertekstualiteit	Documentairetheorie
25	Groepsideologie	Documentairetheorie
26	Onderwerp	Documentairetheorie

Ter vereenvoudiging kunnen bovenstaande invloedsfactoren teruggebracht worden tot drie categorieën, waarvan de eerste uiteenvalt in twee subcategorieën:

1. Verwachting vooraf van toeschouwer
 - Mediumgebonden (conventies t.o.v. genre, intertekstualiteit)
 - Cultuurgebonden (sociaal en maatschappelijk interpretatiekader, betrokkenheid)
2. Perceptiecontext in tijd en ruimte
3. Activiteit toeschouwer (betekenisproductie, toekenning en waardering)

§ 2.4 Medium en toeschouwer

Het kijken naar een documentairefilm omvat veel meer dan puur het lezen en interpreteren van de film. Naast het bestuderen van de tekst, toeschouwer en het documentairegenre verdient daarom ook het mediumplatform (technologie-als-tekst), in combinatie met de receptiecontext, een plaats in dit onderzoek. De mediumconsumptie in tijd en ruimte op het moment van ontmoeting tussen tekst en toeschouwer, evenals de technologisch gerelateerde eigenschappen van de verschillende media, hebben invloed op de perceptierelatie tussen documentairefilm en toeschouwer. Hoewel de meeste mensen de documentaire automatisch associëren met televisie of film (internet geniet in deze zin nog geringe bekendheid) zijn dit niet de enige mogelijke platforms voor een documentairefilm. Ook door radio, fotografie en niet te vergeten het geschreven woord kan een documentaire namelijk vorm krijgen.⁶⁹ Met het oog op de afbakening, overzichtelijkheid en mijn studieterrein zal ik mij echter beperken tot de drie visuele media: film (het grote doek), televisie en internet.

In het overgrote deel van de gevallen waarin technologie, medium en consumptie bestudeerd worden, gebeurt dit met betrekking tot televisie in relatie met de huiselijke omgeving (denk aan Morley en Silverstone). Een afzonderlijke en vergelijkende bestudering van de media film, televisie en internet en de verband houdende consumptieomstandigheden lijkt in het media-publiek onderzoeksveld geen prioriteit te zijn. Onterecht, het in kaart brengen van de specifieke eigenschappen van de communicatiemiddelen en de contextualisering ervan in een breder sociologisch, technologisch en cultureel kader kan namelijk veel duidelijkheid verschaffen over de invloed van het medium op de relatie met de toeschouwer. Om die reden zal ik aandacht besteden aan de relatie tussen de toeschouwer en de twee voornaamste mediumplatformen van de documentaire, film (het grote doek) en televisie, en het mogelijk toekomstige platform, internet. Hierbij wil ik opmerken dat net als in voorgaande paragrafen de toeschouwer generaliserend benaderd wordt en dus geen onderscheid in klasse, etniciteit etc. gemaakt zal worden. Ik zal geen differentiatie aanbrengen tussen verschillende gezinsverbanden.

⁶⁹ Abercrombie, *Television and society*, 174.

§ 2.4.1 Film

'There is more to cinema going than seeing films. There is going out at night and the sense of relaxation combined with a sense of fun and excitement. The very name 'picture palace', by which cinemas were known for a long time, captures an important part of that experience.....Rather than selling individual films, cinema is best understood as having sold a habit, a certain type of socialized experience.....'⁷⁰

Zoals David Morley het al verwoordt, bepaalt de verwachting deels de ervaring van het publiek in het filmtheater. Het publiek betaalt en verwacht in ruil daarvoor een avondje uit. De beleving van een avond naar de film gaan is enerzijds gebaseerd op ontspanning, genieten en gezelligheid en anderzijds op het intellectuele plezier dat men eraan beleeft.⁷¹ Hierbij moet wel opgemerkt worden dat er een verschil is tussen een commerciële bioscoop, een filmtheater en een filmhuis. Deze laatste twee worden als intiemer ervaren. Het filmhuis heeft het meest een persoonlijk karakter: het is een ontmoetingsplaats voor vrienden en gelijkgestemden en bovendien kan er gegeten en gedronken worden.⁷² Deze verwachting tezamen met de eigenschappen van de fysieke vertoningsplaats, de openbare ruimte, beïnvloeden de kijkervaring van de toeschouwer.

De sociale context van deze publieke ruimte bepaalt in grote mate het kijkgedrag. Op het moment van de kijkervaring kan de toeschouwer geen uiting geven aan emoties: het is immers niet gepast om in een volle zaal in tranen uit te barsten. Door de omgevingsfactoren duisternis, (meestal) zachte comfortabele stoelen en het grote doek (en de afstand daartoe) heeft het publiek weinig andere opties dan zich mee te laten voeren door hetgeen op het doek getoond wordt. Het zogenaamde hypnotische effect maakt dat de aandacht vanzelfsprekend is. Eva Warth typeert de manier van kijken van de toeschouwer (spectator) als staren (gaze) -dit in tegenstelling tot het vluchtig kijken (glance) van de kijker (viewer) van het medium televisie. De bioscoopfilm legt een grote nadruk op het naar binnen trekken van de kijker.⁷³ De toeschouwer bevindt zich in de bioscoop in een minder machtige positie dan de toeschouwer van de televisie.⁷⁴

§ 2.4.2 Televisie

De relatie die de televisie aangaat met de toeschouwer is van duidelijk andere aard dan de relatie tussen toeschouwer en filmdoek. Dit onderscheid wordt bepaald door zowel de context in ruimtelijke zin en daarmee het kijkgedrag, als door de (steeds verder ontwikkelde) technische eigenschappen van het medium. Televisieconsumptie vindt over het algemeen in private omgeving plaats. Typerend voor deze consumptiecontext is een gefragmenteerde vorm van aandacht. Omdat de blik van de kijker hierdoor van vluchtige aard is (*glanze*), moet het medium moeite doen om de aandacht op te eisen en vervolgens te behouden. Tegenwoordig is het een geaccepteerd gegeven dat de televisie niet de volledige concentratie van de kijker geniet, maar dat gelijktijdig gepraat of gegeten wordt,⁷⁵ het zogenaamde

⁷⁰ Mark Jancovich and Lucy Faire with Sarah Stubbings. *The place of the audience. Cultural geographies of film consumption* (London 2003) 3.

⁷¹ Verstreten, *De zee die denkt...Gaat dat over Greenpeace?*, 12.

⁷² Ibidem, 28.

⁷³ College 'Theory & analysis of film and television', 12-04-1999, gedoceerd door Eva Warth.

⁷⁴ Fiske, *Television culture*, 74.

⁷⁵ Uit verschillende Britse onderzoeken blijkt dat dit kijkgedrag vooral bij (arbeiders- en middenklasse) vrouwen voorkomt. Voor verdere informatie verwijs ik naar Dorothy Hobson (1980), David Morley (1986) en Ann Gray (1992). Bron: Liesbeth Zoonen (1999) 117.

'multi-tasken'. Sterker nog, soms kijkt men niet eens en wordt televisie enkel als praatmedium (radiofunctie) gebruikt tijdens het doen van huishoudelijke taken.⁷⁶ Ook uit experimenten van Collett en Lamb in 1985 blijkt dat mensen meestal, wanneer de televisie aanstaat, van alles doen behalve ernaar kijken. Abercrombie onderscheidt twee kijkmanieren: de 'literary' en de 'video mode'.⁷⁷ De eerste duidt op het serieus analytisch lezen en aanhouden van de juiste volgorde van het object (mannelijk kijkgedrag) en de tweede slaat op de willekeur van volgorde en het doen van meerdere dingen tegelijkertijd (vrouwelijk kijkgedrag).⁷⁸

Een ander kenmerk van huiselijke televisieconsumptie is de mogelijkheid tot actief meeleven en daarmee het openlijk uiten van emoties. Dit hangt samen met de sociale factor: het kijken in gezinsverband. Hoewel dit met de toename van meerdere televisietoestellen binnen één huishouden niet meer vanzelfsprekend is, blijkt uit onderzoek van Barwise en Ehrenburg in 1988 dat in de meeste gevallen toch maar één toestel tegelijkertijd aan staat. De afstandsbediening en daarmee de controle over het te kijken programma is in de meeste gevallen, zo blijkt uit onderzoek van Lull in 1990, in handen van de man.⁷⁹ Dit werkt in het voordeel van de documentaire aangezien mannen eerder een documentaire kijken dan vrouwen (zie § 2.3). Naast de huiselijke setting zijn ook de technische eigenschappen van televisie van invloed op de relatie met de toeschouwer. Het beeld zelf en de afstand ertoe is kleiner, de shots bevatten meer close-ups dan in de bioscoop en het geluid heeft een belangrijke rol in het trekken en houden van de toeschouwers aandacht.⁸⁰

Verder heeft televisie een verdergaande sociale functie na afloop van de daadwerkelijke consumptie; het medium heeft een grote rol in het daaropvolgende communicatieproces. Niet alleen zijn programma's een dankbaar onderwerp als de voortgang van een gesprek dreigt te stagneren, maar ook helpen ze ter illustratie of als voorbeeld bij het ter sprake brengen of het toelichten van een onderwerp.⁸¹ Dit laatste is het belangrijkste aspect voor dit onderzoek; documentaires kunnen een onderwerp of sociale kwestie onder de aandacht brengen, bespreekbaar maken en zelfs maatschappelijke discussies initiëren. Hierbij wil ik echter wel opmerken dat de centrale verenigende rol van televisie tegenwoordig lang niet meer zo sterk is als in de beginjaren, toen televisie beschikte over enkele zenders en men ervan uit kon gaan collectief gekeken te hebben naar hetzelfde programma. De gemeenschappelijke ervaring heeft steeds meer plaats gemaakt voor de individuele ervaring, welke kenmerkend is voor het postmoderne tijdperk. Tevens door de sterke ontwikkeling van televisietechnologieën (zoals videorecorder, ITV en hybride telefoon-computer-televisie vormen) zijn de meer traditionele receptiestudies enigszins achterhaald. De positie van de toeschouwer evolueert en de komst van andere technologieën binnen het huishouden, zoals de computer, spelen in dit proces een niet te verwaarlozen rol.

⁷⁶ Abercrombie, *Television and society*, 174.

⁷⁷ Dit is gebaseerd op de 'regimes of watching' van Hartley met betrekking tot het kijken naar culturele objecten (waaronder ook film, televisie en internet). De benamingen refereren aan de manier waarop een boek gelezen wordt en de archetypische vorm van het gebruik van een videorecorder.

⁷⁸ Abercrombie, *Television and society*, 182-183.

⁷⁹ *Ibidem*, 172.

⁸⁰ College 'Theory & analysis of film and television', 12-04-1999, gedoceerd door Eva Warth.

⁸¹ Abercrombie, *Television and society*, 171.

§ 2.4.3 Internet

Zoals eerder genoemd, dragen de ontwikkelingen in massamediale communicatieprocessen bij aan de veranderende toeschouwerspositie. De nieuwe media onderscheiden zich van oudere doordat interactief gebruik aan hun basis staat. In de jaren negentig is internet, dat door de digitale technologie vele verschillende toepassingsmogelijkheden biedt, een algemeen geaccepteerd en frequent gebruikt medium geworden. Toch hebben de technologische verbeteringen ook voor de oude media interactieve mogelijkheden gebracht; denk bijvoorbeeld aan de interactieve televisie, al is het aanbod hiervan – zeker in Nederland - nog beperkt.⁸² Bestaande theorieën voldoen niet meer, en dienen daarom aangepast te worden.

Omdat theorieën betreffende interactiviteit nog in de kinderschoenen staan, worden op de nieuwe ontwikkelingen reeds bestaande inzichten angewend. De verwachting is doorgaans dat de effecten bij interactieve media groter zijn dan bij media zonder het interactieve aspect. Deze verwachting leunt op de vooronderstelling dat de ontvanger met meer aandacht en betrokkenheid met de boodschap bezig is. Deze verwachting blijkt echter niet altijd uit te komen. Vanuit het perspectief van de uses and gratifications-benadering zijn meerdere studies verricht naar het gebruik van internet. Ferguson en Perse vergeleken de beweegredenen voor het kijken naar televisie en surfen op het web en vonden slechts kleine verschillen. Voor het gebruik van beide media zijn entertainment en tijdverdrijf belangrijke motieven, maar voor ontspanning kijken mensen liever televisie dan dat ze gaan surfen op het web.⁸³

Een ander onderzoek is gedaan door Sundar en betreft de informatieverwerking van de internetgebruiker. Sundar wilde nagaan of de vorm waarin informatie op het net wordt aangeboden invloed heeft op de internetgebruiker. Hij heeft een experiment uitgevoerd waarbij de proefpersonen drie nieuwsberichten op een website 'lazen'. De eerst van de vijf groepen proefpersonen kreeg alleen een tekst te lezen, de tweede een tekst met plaatjes, de derde een tekst en geluid, de vierde een tekst met plaatjes en geluid en de vijfde tot slot een tekst, plaatjes en videobeelden. Vervolgens werd de respondenten gevraagd wat zij zich van de nieuwsberichten konden herinneren. Geconcludeerd kon worden dat het wel degelijk uitmaakt in welke vorm informatie gegeven wordt. De multimediale variant, de combinatie van tekst met videobeeld of geluid, leidde ertoe dat de proefpersonen zich minder van de inhoud van het nieuwsbericht konden herinneren. Toevoeging van alleen plaatjes bij de tekst had wel een positief effect op de herinnering. De extra informatie, in de vorm van geluid en videobeelden zou de proefpersonen mogelijk hebben afgeleid en de kennis over de inhoud van het nieuwsbericht hebben verdrongen; dit is een mogelijke verklaring voor het effect. Een andere verklaring is dat de proefpersonen op een andere manier de informatie gaan verwerken, omdat ze gewend zijn aan een meer passieve houding bij geluid en videobeelden, waardoor ook de tekst met minder aandacht wordt gelezen.⁸⁴

⁸² De Boer en Brennecke, *Media en publiek* (vijfde druk) 146.

⁸³ Ibidem, 145-148.

⁸⁴ Ibidem, 152.

Kenmerkend voor vele studies op het gebied van receptietheorieën is de aandacht die besteed wordt aan de invloed van 'gender' op keuzes, gebruik en interpretaties. Zo wijdt Morley in zijn boek een paragraaf in het al dan niet gender-bepaald zijn van computergebruik. Het blijkt door verschillende wetenschappers onderzocht te zijn en allen komen tot de conclusie dat de computer een mannelijke technologie is.⁸⁵

§ 2.5 Evaluering medium-toeschouwer relatie

De gehanteerde onderzoeksmethoden evenals enkele maatschappelijke en technologische ontwikkelingen maken het erg gecompliceerd om inzicht te krijgen in de medium-toeschouwer relatie. Volgens Hanes bestaan er nog geen effectieve en adequate methoden om publiek te onderzoeken. Hij acht de bestaande onderzoeksmethoden ontoereikend omdat deze de wijze van mediumgebruik en de verschillende reacties van toeschouwers op een specifieke tekst niet in ogenschouw nemen. Hij noemt als voorbeeld het registratieapparaat van televisietoestellen dat bijhoudt naar welk kanaal gekeken wordt. Deze methode is zijns inziens ineffectief, daar geen rekening wordt gehouden met de kijkomstandigheden van de toeschouwer: is deze tegelijkertijd andere dingen aan het doen of is hij geconcentreerd aan het kijken?⁸⁶ In Nederland zijn de 2.800 'kastjeskijkers' (mensen die de kijkcijfers bepalen) echter gebonden aan de regel dat ze zich enkel mogen aanmelden als ze ook daadwerkelijk kijken. '*Ze worden zelfs geïnstrueerd zich af te melden als ze even koffie gaan zetten of naar de wc gaan*': aldus Nelly Kalfs van de Stichting Kijkonderzoek (SKO).⁸⁷ Of dit daadwerkelijk gebeurt, is naar mijn idee nauwelijks te controleren; een poging hiertoe zou wel eens tot veel tegenstand kunnen leiden in verband met de privacywetgeving. Het blijft een kwestie van vertrouwen.

Hiernaast doen zich enkele veranderingen voor waardoor de greep op de toeschouwer bemoeilijkt wordt. Twee van de factoren zijn de vermenigvuldiging van mediakanalen (en daarmee de uitbreiding van het aanbod) en de toenemende individualisatie van receptie en gebruik (en daarmee het losraken van vaststaande en verantwoordelijke distributiesystemen). Daarnaast speelt de ontwikkeling van interactieve media (via computers en kabel) een rol. Deze leidt tot meer keuzemogelijkheden, fragmentatie en specialisatie van mediagebruik en – letterlijke - activiteit van de toeschouwer.⁸⁸ Mede door deze ontwikkelingen zullen publieksformaties steeds meer gefragmenteerd raken en zullen de toeschouwers hun nationale, locale of culturele identiteit verliezen.

Waar het de mediumplatformen betreft, ontstaat door toedoen van de (interactieve) technologische vooruitgang een steeds duidelijker waarneembaar verschil in consumptie van televisie en internet enerzijds en film anderzijds. De eerste twee kenmerken zich door een sterker persoonlijk, fragmentarisch gebruik, de toeschouwer kan zelf beslissen wat hij wanneer en met wie kijkt; consumptie vindt plaats in de huiselijke context en de (letterlijke) activiteit tijdens consumptie is groter, met name bij het gebruik van internet.

⁸⁵ Morley, *Television, audiences & cultural studies*, 232-235.

⁸⁶ Hanes, 'The advantages and limitations of a focus on audience in media studies', 4-5.

⁸⁷ Maud Effting en Gerard Reijn, 'De heilige kijkcijfers', *De Volkskrant* 10-01-2004.

⁸⁸ McQuail, *Mass communication theory*, 224-226.

Ook blijkt de mediumkeuze deels bepaald te worden door 'gender'; hoewel het in het onderscheid zoals gemaakt in bovenstaand overzicht ontbreekt aan nuancering, kan gesteld worden dat televisie en internet typische mannenmedia zijn. De vrouw daarentegen ervaart een avondje uit eerder als ontspannend. Hierbij wil ik wel de kanttekening plaatsen dat bij consumptie van documentairefilm meer verwachtingen en ervaringen meespelen dan enkel ontspanning. Ter aanvullende argumentatie blijkt uit een studie van Morley dat verschillende gezinsleden de huiselijke omgeving erg verschillend ervaren. De man ziet het echt als een plaats waar vrije tijd wordt besteed, terwijl de vrouw, zelfs als zij fulltime werkt, het ziet als een werkomgeving.⁸⁹ Thuis blijven bij de televisie of naar de bioscoop gaan, heeft voor de man en vrouw kennelijk een andere connotatie.

Naast het verschil in beleving tussen man en vrouw, zullen ook verschillende sociale groepen iedere vertoningsplaats verschillend ervaren⁹⁰ (gelijk als dat ze verschillende betekenisproducties tot stand zullen brengen). Daarbij is de maatschappij niet een statisch gegeven en zullen ervaringen met onderdelen van die maatschappij zoals culturele objecten (mediumplatformen) in de loop der tijd veranderen. De positie van de toeschouwer ten opzichte van het mediumplatform is dus, zoals ik ook eerder bij de toeschouwerstheorieën heb geconstateerd, aan historische verandering onderhevig. Hieronder heb ik de invloedsfactoren en de daarmee samenhangende mediumkenmerken schematisch weergegeven.

⁸⁹ Jancovich and Faire with Stubbings, *The place of the audience*, 20.

⁹⁰ *Ibidem*, 17.

Tabel 2. Invloedsfactoren op medium-toeshouwer relatie

Factor	Televisie	Film	Internet
Ruimtelijke context	Huiselijke omgeving (openlijk tonen van emotie)	Publieke ruimte (inhouden van emotie)	Huiselijke omgeving
Motief	Entertainment, tijdverdrijf, ontspanning. Informatie/educatie, ontspanning/ontsnapping, verveling/eenzaamheid en kijk op de wereld	Avondje uit	Entertainment, tijdverdrijf. Informatie, 'social escapism', interactieve mogelijkheden, sociale contacten, privacy en economische motieven, persoonlijke identiteit.
Sociale samenstelling	Gezin / individueel	Groepsverband	individueel
Kijkgedrag	Fragmentarisch kijken (glance)	Hypnotisch effect (gaze)	
Machtspositie	Relatief machtige positie	Machteloze positie	Machtige positie (interactief)
Mate van interactiviteit	Mogelijk interactief (ITV, video, hybride vormen in combinatie met gsm -> m.b.t. documentaire niet echt van toepassing)	Passief (in de betekenis van 'het over je laten komen')	Interactief
gender	man	vrouw	man
Technische eigenschappen	Klein beeld, veel zenders	Groot scherm, 35 mm film (m.u.v. DocuZone -> digitaal)	Klein scherm, digitaal, veel verschillende impulsen op eenzelfde moment waardoor minder informatie blijft hangen

§ 2.6 Documentairefilm, medium en toeschouwer

Uit de verschillende besproken benaderingen, de specifiek aan documentairefilm gerelateerde kenmerken en de mediamanalyse, is een drietal categorieën af te leiden die van belang zijn: tekst, toeschouwer en medium. Na inventarisatie van alle invloedsfactoren op de documentairefilm-toeschouwer relatie, ben ik tot het volgende overzicht gekomen, welk fungeert als een raamwerk voor hoofdstuk vier:

Tabel 3: invloedsfactoren op documentairefilm-toeschouwer relatie

TOESCHOUWER	TEKST	MEDIUM
Onderbewuste verlangens (tot weten)	Narrativiteit	Functie in het dagelijkse leven
Onderbewuste verwachtingen/aannames (t.o.v. geloofwaardigheid)	Genre codes	Technologische eigenschappen
Persoonlijkheid	onderwerp	Ruimtelijke context
Interpretatiekader (groepsideologie/identiteit versterken, culturele codes)		Mate van interactiviteitsmogelijkheden
Mate van (letterlijke) macht		
gender		
Consumptiemotief		
Relatie met de werkelijkheid		
Intensiteit van afhankelijkheidsrelatie		
Kijkgedrag (gaze / glance)		
Historische omstandigheden		
Sociale groepssamenstelling		

Hoofdstuk 3. Financiële infrastructuur

Een origineel script is het begin van een maanden- tot soms jarenlang productietraject van een documentaire. Helaas is het hebben van een goed script alleen niet voldoende. Minstens even belangrijk is de steun van financiers en een goede distributie van de film. De kosten van het complete productieproces kunnen flink oplopen. De gemiddelde documentaire voor televisie van ruim vijftig minuten kost een ton,¹ om over het prijskaartje van een lange documentaire - doorgaans bestemd voor het grote doek - maar te zwijgen. De financiering van het overgrote deel van de documentaires komt tot stand met steun van de Publieke Omroep (samenwerkingsorgaan van de publieke omroepen) en verschillende fondsen. In dit hoofdstuk zal aan de orde komen welke rol de omroepen spelen, wat het overheidsbeleid in dezen is, welke fondsen zich met de Nederlandse documentaire bezighouden en hoe het distributie- en promotiebeleid functioneert.

§ 3.1 Hedendaags financieringsklimaat

Ondanks het gegeven dat de populariteit van de documentaire op het moment groter lijkt dan ooit tevoren, vormt het eeuwige gebrek aan geld nog altijd een bedreiging voor het genre. Het vergaren van voldoende financiële middelen is een lastige opgave. Ten eerste verloopt het financieringsproces in verschillende fases en moet vaak voor elk onderdeel afzonderlijk financiering aangevraagd worden (ontwikkeling, afwerking, aanvullend etc), waardoor de realisatie lang in het ongewisse blijft. Ten tweede is het rondkomen van de begroting afhankelijk van financiële toezegging van meerdere partijen (publieke omroepen en fondsen). Na toekenning door één fonds is het nog lang niet zeker dat de documentaire daadwerkelijk gerealiseerd gaat worden, één zwaluw maakt immers nog geen zomer.

§ 3.1.1 Rol van de omroepen

Op het moment is het produceren van een documentaire voor de televisie gemakkelijker dan voor het grote doek. Dit komt doordat televisie een grote afzetmarkt is, maar ook doordat het huidige financieringsklimaat sterk leunt op de publieke omroepen. Er wordt in Nederland zelden een documentaire gemaakt zonder financiële betrokkenheid van één of meerdere publieke omroepen. *'Het lijkt er sterk op dat televisie voornamelijk participeert in theaterrelease annex Filmfondsfilms om hun financieringsplan rond te krijgen'*:² aldus Paul de Bont (DocuZone). Ook een samenwerking tussen de omroepen onderling komt steeds vaker voor, het maakt het bijeenbrengen van de financiële middelen makkelijker en waarborgt de continuïteit en kwaliteit. De omroepen financieren 80% van de documentaires en zenden per jaar meer dan 1500 documentaires uit. Samen vullen deze ongeveer 6% van de totale zendtijd.³ De gemiddelde bijdrage van een omroep bedraagt ongeveer € 40.000,- (uurbedrag).⁴ Hoewel in de afgelopen tien jaar meer geld beschikbaar is gekomen voor de

¹ Jos van der Burg, Mark Duursma en François Stienen, *Feit Fictie Fake. Documentaire in beweging* (Amsterdam 1997) 68.

² Matthijs Koenen, 'Het einde van DocuZone?', *Nieuwsbrief DIFA* 48, 8-10 (2004) 9.

³ portal.omroep.nl/nossites?nav

⁴ 'Einde document junior in zicht', www.documentaire.nl/doc.asp?oID=606, bron: Spreekbuis, 26 mei z.j. (2003?)

documentaire, is in het huidige financieringsklimaat een zwak element het gelijk blijven, of zelfs verkleinen van de omroepbijdragen, terwijl de kosten wel voortdurend stijgen.⁵

De kijkcijfers spelen in het financieringsplaatje een allesoverheersende rol: zij bepalen het voortbestaan en de vorm van een programma door de evenredigheid met reclame-inkomsten. Ze zijn de norm voor de televisiemakers ter beoordeling van het succes van een film en bepalen zowel de programmering als de beschikbaarheid en hoogte van de budgetten. Hoe hoger de kijkcijfers (die iedere paar minuten gemeten worden), hoe meer mensen de aansluitende reclameboodschappen zien. Aangezien de helft van de inkomsten van de Publieke Omroep – in 2000 was dat € 350 miljoen - uit reclamezendtijd afkomstig is,⁶ is dit een niet te geringschatten factor. De omroepen zullen daarom niets aan het toeval overlaten en doen hun uiterste best een zo breed mogelijk publiek aan zich te binden. Dit komt tot uitdrukking in het aanbieden van 'lichte kost'; de begrijpelijkheid van een programma staat voorop en de (artistieke) vorm wordt naar de achtergrond verdreven. Het zal duidelijk zijn dat de druk van de kijkcijfers niet ten goede komt aan de creatieve documentaire.

Op het moment staan de omroepen onder zware druk en moet over de hele linie bezuinigd worden. Het omroepbestel zoals we dat nu kennen wordt heftig bediscussieerd en zal mogelijk een ingrijpende metamorfose ondergaan. Welke gevolgen dit zal hebben voor de documentaire is niet te zeggen. Een feit is dat alles goedkoper moet worden. In de ogen van de financiële afdelingen betekent dit sneller⁷ en dat kan uiteindelijk alleen maar ten koste gaan van de kwaliteit. Het probleem met kwalitatieve, creatieve documentaires is namelijk de hoeveelheid tijd dat een gedegen research kost. Een documentaire als het Amerikaanse *Bowling for Columbine* (publieksprijs IDFA 2002) kostte de maker, Michael Moore, drie jaar aan research. Hij ging te werk zonder uitgeschreven scenario. Welke Nederlandse omroep zou bereid zijn een dergelijk project te financieren?

Naast geldschieter, is een publieke omroep de sleutel tot bepaalde fondsen. Bij één van de belangrijkste fondsen, het StiFo, kan het indienen van een aanvraag namelijk alleen door een omroep gedaan worden. Tevens zijn andere fondsen toeschietelijker als een producent de steun geniet van een omroep. Deze gang van zaken werkt een grote afhankelijkheid in de hand van de producent ten opzichte van een omroep. Zonder omroep is het immers haast onmogelijk de financiering rond te krijgen, ook voor producties bestemd voor bioscoop- of filmtheaterroulatie. Toch is zelfs met steun van een omroep de producent nog niet verzekerd van een daadwerkelijke realisatie van een documentaire.

§ 3.1.2 Rol van de overheid

De overheid heeft als hoeder van de samenleving tot taak het culturele leven te stimuleren. Dit gebeurt door het verstrekken van subsidies aan fondsen of evenementen die op hun beurt zorg dragen voor de juiste besteding van de toelagen. Het vigerende rijksoverheidsbeleid is gebaseerd op de taakverdeling waarbij de rijksoverheid zorg draagt voor het aanbod en de lagere overheden voor de afname c.q. vertoning. Vanuit het Ministerie van OCenW worden de twee zelfstandige bestuursorganen het

⁵ 'Filmbeleid: zo doe je dat', document ter begeleiding van debat tijdens NFF 25 september 2003, www.filmbelangen.nl.

⁶ Pieter Fleury, 'Angst voor het zap-moment', *NRC Handelsblad*, 29-11-2002.

⁷ 'Column Jan Heijs', <http://www.filmkrant.nl/av/org/filmkran/home.ntml>, 252 (februari 2004).

Nederlands Fonds voor de Film (Filmfonds) en het Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties (StiFo) gesubsidieerd. Het Filmfonds richt zich op de film bestemd voor het grote doek en het StiFo houdt zich bezig met producties bestemd voor televisie. Vanuit het Filmfonds is met extra subsidie van de overheid DocuZone opgericht ter bevordering van de distributie van de documentaire – hierop zal ik in hoofdstuk 4 terugkomen. Verder verstrekt de overheid meerjarige subsidies via de Cultuurnota aan grote filmfestivals als het IDFA (International Documentary Filmfestival Amsterdam), het NFF (Nederlands Film Festival) en het IFFR (International Film Festival Rotterdam), waar ook documentaires vertoond worden. Ter versterking van de positie van filmtheaters en filmhuizen in de stedelijke en regionale infrastructuur is via de Cultuurnota 2001-2004 het budget voor incidentele filmfestivals en filmmanifestaties opgeschroefd van € 440.000,- naar € 880.000,-, en dat van investeringssubsidies van € 440.000,- naar € 660.000. Dit ter versterking van de programmering, de kwaliteit van de filmcultuur en het bereik van nieuwe doelgroepen. Daarnaast is er meer ruimte vrij gekomen voor de subsidiëring van investeringen in filmtheaters.⁸

Omdat voor innoverende (film)projecten voor visuele vertoningskanalen als de computer en internet, geen apart fonds bestaat, is het Ministerie van OCenW in 2001 een samenwerkingsverband aangegaan met vijf fondsen⁹ om multidisciplinaire projecten een kans tot ontplooiing te bieden; hieruit is de zogenaamde Interregeling geboren. Deze regeling heeft als doel film een open en levendig medium te laten zijn dat de dialoog met culturele ontwikkelingen op het gebied van nieuwe mediatechnieken aangaat door het ontwikkelen van een nieuwe beeldtaal en innoverende verteltechnieken.¹⁰ Voor het experiment met een looptijd van twee jaar (tot september 2003) werd door de fondsen en het ministerie samen € 1.8 miljoen bijeen gebracht. Met dit geld werden ideeën die door hun interdisciplinaire karakter buiten de bestaande categorieën van de fondsen vallen, toch financieel gesteund¹¹. Naast de noodzaak tot het stimuleren van technologisch innoverende projecten is op overheidsniveau inmiddels ook het besef doorgedrongen dat de aspecten marketing, promotie, distributie en vertoning een cruciale rol spelen in het verbeteren van het publieksbereik van de documentaire. In de Cultuurnota 2001-2004 wordt aan deze aspecten dan ook veel aandacht besteed om zo de succesansen van de stimuleringsmaatregelen te vergroten.¹²

Volgens Hans Beerekamp (recensent NRC Handelsblad) moet de overheid keuzes durven maken. Documentaires die het niet op de televisie zullen doen moeten volgens hem toch gemaakt kunnen worden. Hier ligt volgens hem een belangrijke taak bij de overheid middels de filmfondsen.¹³

§ 3.1.3 Fondsen

Ter bevordering van het documentaireklimaat in Nederland bestaat een aantal fondsen. Sommige ontvangen subsidie van de overheid, andere vergaren hun inkomsten elders. Het gegeven dat er

⁸ 'Brief van minister van OC&W aan de Tweede Kamer', 27420, 4 juli 2001, <http://www.minocw.nl/brief2k/2001/274201.doc>.

⁹ Mondriaan Stichting, het Filmfonds, het Fonds voor Beeldende Kunsten, Bouwkunst en Vormgeving, het Stimuleringsfonds voor Architectuur en het Stimuleringsfonds voor Nederlandse culturele omroepproducties

¹⁰ 'Van marginaliteit naar volwassenheid. Kwaliteit, verscheidenheid, zichtbaarheid', Kunstenplan 2005-2008 Nederlands fonds voor de film, 31.

¹¹ 'Jaarverslag 2002', www.stimuleringsfonds.nl.

¹² 'Brief 27420'.

¹³ 'Voor de vorm: de toekomst van de documentaire. Fragment uit verslag van de documentairelezing van Hans Beerekamp', *Het fonds in* (november 2003) op: <http://www.stimuleringsfonds.nl/>

meerdere grote en vele kleine fondsen bestaan waarop een maker of producent een beroep kan doen, heeft voor- en nadelen. Enerzijds maakt het de financiering tot een ingewikkeld, langlopend bureaucratisch traject, anderzijds is door deze constructie niet alles verloren als één fonds het voorstel afwijst: er zijn immers nog andere spelers in het veld. Dit voordeel wordt echter teniet gedaan als de fondsen elkaar als keurmerk zien, wat al enigszins het geval is; een project maakt in dat geval weinig kans op steun van het ene fonds (bijvoorbeeld het CoBO) als het andere (bijvoorbeeld het Filmfonds) het voorstel al heeft afgewezen. Welke de belangrijkste fondsen zijn, wat ze beogen en wat hun inkomstenbron is, zal hieronder aan de orde komen.

Het Nederlands Fonds voor de Film

Het Nederlands Fonds voor de Film (Filmfonds) is één van de cultuurfondsen die de overheid in het leven heeft geroepen om culturele activiteiten te stimuleren. In 1993 is het ontstaan uit een fusie van het Productiefonds van de Nederlandse film en het Fonds voor de Nederlandse film. De kernactiviteit van het Fonds is het bevorderen van een op kwaliteit gerichte nationale cinema door middel van sturing, selectie en het stimuleren van talent. Dit komt tot uitdrukking in de tweeledige missie: het stimuleren van de filmproductie in Nederland, met nadruk op kwaliteit en diversiteit; en het bevorderen van een goed klimaat voor de Nederlandse filmcultuur. Om dit te bereiken geeft het Filmfonds filmmakers financiële ondersteuning bij het ontwikkelen, realiseren en distribueren van films. Naast de documentairefilms houdt het zich ook bezig met lange speelfilms, experimentele films, korte films, animatiefilms en steunt het tevens bijzondere activiteiten op het gebied van film.¹⁴

Naast een subsidie van het Ministerie van OCenW ontvangt het Filmfonds een dotatie van het NFC (Nederlandse Federatie voor de Cinematografie). In 2003 bedroeg het project- en activiteitenbudget van het Fonds in totaal € 11,2 miljoen. Hiervan was € 2,4 miljoen gereserveerd voor de documentairefilm. Vreemd genoeg ligt het maximaal te verkrijgen bedrag voor een documentaire vele male lager dan voor een speelfilm, terwijl het produceren van een documentaire niet goedkoop is. Aanvullende eisen: de aanvrager van een financiële bijdrage moet een in Nederland gevestigde producent zijn. Een individuele regisseur of auteur kan daarom niet zonder de steun van een producent, tenzij het betreffende project binnen de categorie Onderzoek & Ontwikkeling valt: hiervoor gelden namelijk afwijkende regels. Individuele filmmakers en instellingen op filmgebied kunnen wel voor bijzondere activiteiten - zoals cursussen, workshops, publicaties en manifestaties - bij het Filmfonds financiële steun aanvragen. De aanvragen worden beoordeeld door een adviescollege van deskundigen en het bestuur beslist uiteindelijk over het toekennen van bijdragen.

De steun van het Filmfonds aan de documentairefilm is noodzakelijk omdat de commerciële exploitatiemogelijkheden in Nederland beperkt zijn. Ook maakt toekenning van een realiseringbijdrage door het Filmfonds de weg naar verdere financiering makkelijker; steun van het Filmfonds wordt namelijk als een keurmerk gezien dat andere fondsen over de streep kan trekken. In 2001 heeft het fonds

¹⁴ www.filmfund.nl

besloten het documentairebeleid in Nederland een nieuwe impuls te geven. Het stelde daartoe filmproducent Kees Rijninks aan voor het actief opsporen en ondersteunen van meer bijzondere en interessante documentaireprojecten. Daarnaast besloot het fonds tot het stimuleren van nieuwe vertoningsinitiatieven (onder meer het project DocuZone, waarover in hoofdstuk 4 meer) om zo het publieksbereik van de documentaire te vergroten.¹⁵ In het beleidsplan van het Filmfonds 2001-2004 nam het fonds zich voor uitbreng in de bioscoop genuanceerder te zullen benaderen, onder meer door incidentele, 'evenementachtige' programmering te stimuleren. Ook was het fonds voornemens meer te investeren in marketing en promotie van documentaires.¹⁶ Onlangs heeft het Filmfonds besloten tot een beperkte verhoging van het huidige budget.¹⁷

In de afgelopen jaren heeft het Filmfonds flink gezwabberd in aanpak en wist het niet goed welk beleid het meest geschikt is voor het genre documentaire. Regelmatig organiseert het fonds bijeenkomsten waarbij alle betrokkenen (makers, fondsen, omroepen) kunnen meepraten over de koers die het Filmfonds zou moeten volgen. Voorop staat nog altijd de vorm van de documentaire en de mogelijkheid tot het trekken van een groot publiek. De aandacht van het fonds zal daarbij gericht blijven op de lange 'essayistische' documentaire. Het fonds prefereerde dus tot voor kort lange documentaires, gemaakt voor uitbreng in de bioscoop. Afgelopen jaar is echter besloten tot een competitie voor korte documentaires van 15 tot 20 minuten. De winnende voorstellen ontvingen een maximale bijdrage van € 55.000 en werden als voorprogramma in DocuZone vertoond (ter compensatie van de te korte lange documentaire, hoe ironisch). Door de competitie, die dit jaar weer wordt gehouden, worden regisseurs aangemoedigd die nog nooit een reguliere theateruitbreng met hun films hebben gehad, maar wel minstens één televisiedocumentaire in de afgelopen vijf jaar op hun naam hebben staan. De onderwerpen moeten zoveel mogelijk beeldend benaderd worden met een minimum aan gesproken informatie. Dit visuele denken past bij het grote doek. In tegenstelling tot dit project, hebben steeds meer documentaires die medegefinancierd worden door het Filmfonds niet die specifieke bioscooptaal. Dit komt onder andere door de financiële constructie. In praktijk blijken documentaires die het Filmfonds subsidieert namelijk veelvuldig medegefinancierd te worden met omroepgeld.¹⁸ Dit kan leiden tot het moeten sluiten van compromissen op het gebied van lengte (omdat de documentaire op televisie in een bepaald tijdslot uitgezonden moet kunnen worden) en de televisie-esthetiek andere eisen stelt. Het probleem van tijdsduur hoeft echter niet per definitie tot problemen te leiden, zolang de editor erin slaagt twee versies te maken die hetzelfde uitdragen, wat mijns inziens niet realistisch is.

Stichting Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties

De Stichting Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties (StiFo) is in 1988 in het leven geroepen naar aanleiding van artikel 170 van de Mediawet. Het doel van het StiFo is het bevorderen van de ontwikkeling en de productie van culturele radio- en televisieprogramma's. De programma's dienen van bijzonder culturele waarde te zijn, een hoogwaardig artistiek gehalte te hebben en van overwegend

¹⁵ 'Producent Kees Rijninks in dienst van het Filmfonds', 22 september 2000, <http://www.filmfund.nl/nieuws/017.htm>

¹⁶ 'Beleidsplan 2001-2004', 20 februari 2000, <http://www.filmfund.nl/nieuws/010.htm>

¹⁷ 'Kunstenplan 2005-2008'.

¹⁸ Emile Fallaux 'Bevrijd de filmer. De documentaire behoeft vooral intuïtie', *NRC Handelsblad* 06-12-2002.

Nederlandse origine te zijn. De programma's worden vervolgens door de publieke of regionale omroepen of de Wereldomroep uitgezonden. Het StiFo ontvangt een jaarlijkse schenking van het Ministerie van OCenW die ten minste gelijk is aan 1/16e deel van de inkomsten van de Stichting Etherreclame van dat jaar.

Voor het genre documentaire kunnen zowel publieke omroepinstellingen als particulieren ontwikkelingssubsidie aanvragen, de productiesubsidie daarentegen is alleen voorbehouden aan de omroepen. Particulieren kunnen wel in aanmerking komen voor een tegemoetkoming van het collegegeld voor het Maurits Binger Film Instituut of voor beurzen voor bijzondere buitenlandse opleidingen. Naast het toekennen van geldelijke steun voor programma's en opleidingen, stimuleert het StiFo het Nederlandse documentaireklimaat door sponsoring van verschillende losse initiatieven zoals Kids & Docs (in hoofdstuk 4 kom ik hierop terug), conferenties, trainingen en workshops - zoals de IDFA scenarioworkshop; het StiFo stelt € 125.000 ter beschikking voor de productie van het winnende script. Ook op het multimediale vlak organiseert het StiFo in samenwerking met het Sandberg Instituut in Amsterdam nieuwe mediatrainingen voor documentairemakers (ook hierover in hoofdstuk 4 meer).¹⁹ Ook subsidieert het StiFo innovatieve nieuwe mediaproducties. Hierbij geldt wel de beperking dat er een aantoonbaar verband moet zijn met een afgebakend televisie- of radioprogramma.²⁰

Tijdens een conferentie in de Rode Hoed in maart 2002 met makers, producenten en fondsmedewerkers, bleek de algemene opinie dat door het werk van het StiFo het vakmanschap onder documentairemakers is vergroot. Dit vanwege de criteria die het fonds hanteert: de makers moeten namelijk duidelijk formuleren wat ze willen en hoe ze dat denken te bereiken.²¹ Een nadeel is dat documentairemakers geneigd zijn te kiezen voor de duidelijkheid en veiligheid van vormen die in het verleden succes hebben geogst bij het StiFo, dit gaat ten koste van innovativiteit en creativiteit. Jaarlijks worden ongeveer 600 plannen ingediend, terwijl er maar plek is voor 80.²² Dit hoge aantal aanvragen dwingt het StiFo tot het hanteren van een streng pakket criteria om een zo rechtvaardig mogelijke verdeling te maken van het beschikbare geld. De beoordeling geschiedt via het filmplan dat een paar pagina's mag beslaan (tot voor kort moest dat een uitgeschreven scenario zijn).

Stichting Coproductiefonds Binnenlandse Omroepen

Stichting Coproductiefonds Binnenlandse Omroepen (CoBO) bestaat sinds 1986 en steunt, zoals de naam al doet vermoeden, coproducties. Eén van de betrokken partijen dient altijd een Nederlandse publieke omroepvereniging te zijn, de coproducent kan een onafhankelijke filmproducent, instellingen die werkzaam zijn op het gebied van de podiumkunsten en/of de Vlaamse of Duitse publieke omroep zijn. De inkomsten bestaan voornamelijk uit auteursrechtelijke omroepvergoedingen die door Belgische en Duitse kabelexploitanten worden betaald voor de gelijktijdige doorgifte van de drie Nederlandse publieke zenders in het ontvangstgebied. Het doen van een aanvraag is enkel voorbehouden aan een landelijke

¹⁹ www.stimuleringsfonds.nl

²⁰ 'Brief van de staatssecretaris van onderwijs, cultuur en wetenschappen, dr F. van der Ploeg, 22 april 2002 kenmerk MLB/M/2002/14.192' op: www.minocw.nl/brief2k/2002/doc/14192.doc

²¹ Willemien Sanders, 'Een röntgenfoto van de maatschappij. De maatschappelijke documentaire', in: *Het fonds in* (april 2002)

²² Fleury, 'Angst voor het zap-moment'.

publieke omroep. De productiekosten van het in te dienen project worden als basis genomen voor de bijdrage van het fonds. Hierbij wordt een omroep geacht minstens 50% van het aan CoBO gevraagde bedrag te investeren. De maximum bijdrage van CoBO bedraagt 20% van het budget met een maximum van € 181.512. Voor een producent is een samenwerking met een omroep in dit verband dus noodzakelijk. Een voorwaarde voor bijdrage van het CoBO-fonds is dat de eventueel met behulp van deze bijdrage gegenereerde inkomsten zullen moeten terugvloeien naar het fonds.²³

Het CoBO heeft een overeenkomst met het Filmfonds en de NOS (namens alle publieke omroepen). Dit behelst dat de producent in de meeste gevallen kan rekenen op aanvulling door het CoBO-fonds als het Filmfonds al een aanvraag heeft gehonoreerd. Mocht het Filmfonds participeren dan gelden de in de overeenkomst bepaalde bedragen, de zogenaamde staffelbedragen. Het CoBO en het Filmfonds dragen evenredig bij. Een extra bijdrage is mogelijk indien het Filmfonds gelijkwaardig participeert en het gaat om documentaires met een budget boven de € 226.890.²⁴

Thuiskopie Fonds

In 1993 is het Thuiskopie Fonds ingesteld door Stichting de Thuiskopie. Het Thuiskopie Fonds verstrekt op aanvraag bijdragen ten behoeve van sociale en culturele projecten die beogen de Nederlandse muziekcultuur en/of Nederlandse audiovisuele cultuur in breedste zin te bevorderen. De beschikbare gelden zijn afkomstig van een gedeelte van de wettelijke Thuiskopievergoeding die geheven wordt op onbespeelde audio- en videobanden en ander opnamemateriaal. Een onafhankelijke commissie adviseert het bestuur over de te honoreren projecten.²⁵

Overige fondsen

Naast de vier bovengenoemde fondsen, bestaat nog een groot aantal kleinere fondsen waar een beroep op gedaan kan worden. Deze hanteren criteria als plaatsgebondenheid, sekse van de maker en niet in de laatste plaats het onderwerp van de film. Op internationaal niveau maakt het World Documentary Fund (WDF) zich sterk. Het fonds stelt € 2,1 miljoen ter beschikking om de theatrale documentaire te steunen. Verder is op nationaal niveau het Prins Bernhard Cultuurfonds actief. Het fonds blijkt de cinema steeds meer als een volwaardige cultuuruiting te beschouwen. In 2002 vonden verschillende filmtheaters, filmmakers en festivals bij dit fonds financiële steun. Onder meer Stichting Shadow, documentaire festival Rotterdam en de documentaire *Familie van Lier* zagen hun aanvragen gehonoreerd.²⁶ Ook het VSB-fonds is belangrijk voor de documentaire in Nederland. Voorts zijn er lokale plaatsgebonden fondsen: alleen een in Rotterdam gevestigde producent kan bijvoorbeeld een aanvraag indienen bij het Rotterdams fonds voor de film en audiovisuele media. Naast deze fondsen bestaan nog talloze specifieke organisaties. Mama Cash is een voorbeeld van een organisatie die initiatieven van vrouwen in de hele wereld financiert, zo ook van vrouwelijke documentairemakers. Niet in de laatste plaats zijn er de fondsen die te benaderen zijn op basis van het onderwerp.

²³ <http://sites.omroep.nl/cobofonds/index.html>

²⁴ Ibidem.

²⁵ <http://www.cedar.nl/thuiskopie/thuiskopiefonds.html>

²⁶ 'Prins Bernhard Cultuurfonds ondersteunt de cinema', op: www.filmtheaters.nl

Ireen van Ditschuyzen (TV DITS) maakt voornamelijk maatschappelijk documentaires en maakt veel gebruik van de kleinere fondsen. Door de hoge kosten, vanwege de research, vaak lange draaiperiodes en gebrek aan artistieke kwaliteit, vist ze namelijk vaak achter het subsidienet van de grotere fondsen. Ze pleit daarom voor een apart fonds voor de maatschappelijke documentaire. De toenmalig staatssecretaris Rik van der Ploeg zag het belang van de maatschappelijke documentaire ook in en maakte in 2001 een extra bedrag vrij voor het StiFo dat aan deze documentaires besteed moest worden. Voorwaarde was wel dat deze van hoogwaardig artistiek gehalte dienden te zijn, en daarin blijft dit subgenre vaak achter. Om dit probleem te ondervangen stond de omroepen na overleg tussen Van der Ploeg en de NOS een extra bedrag ter beschikking voor de maatschappelijke documentaire die niet aan de eisen van het StiFo tegemoet kwamen.²⁷ Het StiFo en de NOS (geld afkomstig uit het Fonds Omroepreserve) hebben vervolgens extra geld ter beschikking gesteld om de positie van de omroepen op dit terrein verder te versterken.²⁸ Er is dus niet een apart fonds opgericht, maar via de al bestaande kanalen wel meer geld vrij gemaakt.

§ 3.1.4 Rol van de producent

De omroepen zijn bij wet verplicht 25% van de programma's uit te besteden aan een onafhankelijke producent. De documentaires die niet binnen de omroep zelf geproduceerd worden, zijn in handen van de documentairemaker in eigen persoon of een onafhankelijke producent. De rol van deze producent in de totstandkoming van de financiële garanties is van groot belang. Vooral een debuterende filmmaker is gebaat bij een producent die de verschillende omroepen – en betrokken personen – kent en vertrouwd is met de financieringsmogelijkheden die de verschillende fondsen bieden.²⁹ Bovendien is de rondgang langs deze verschillende 'loketten' een tijdrovende klus. Het is de taak van de producent om de fondsen te overtuigen van de meerwaarde die een documentaire kan leveren aan het filmklimaat in Nederland.

De onafhankelijke producent is pas sinds een jaar of tien nadrukkelijk aanwezig. Steeds meer productiemaatschappijen leggen zich toe op de documentaire en sommige specialiseren zich zelfs in bepaalde subgenres. TV Dits richt zich bijvoorbeeld op de maatschappelijke documentaire en Lemming b.v. is inmiddels een specialist op het gebied van de kinderdokumentaire. Niet al te lang geleden produceerden de omroepen nog voornamelijk binnenshuis. Om iets losser te staan van het strakke keurslijf van de omroep kan het echter voor een documentairemaker zinvol zijn een 'eigen' producent te hebben. Het is overigens niet altijd vanzelfsprekend dat de documentairemaker een producent benadert. In sommige gevallen is het juist andersom: de producent (of omroep) heeft een idee en zoekt vervolgens een geschikte regisseur. Toch heeft het hebben van een 'eigen' producent ook een keerzijde. Hij heeft namelijk in meer of mindere mate ook op inhoudelijk en esthetisch vlak zeggenschap over het project. Nu moeten dus drie partijen (regisseur, producent, omroep) tot overeenstemming zien te komen.

²⁷ Sanders, 'Een röntgenfoto van de maatschappij'.

²⁸ 'Brief 27420'.

²⁹ Van der Burg, *Feit Fictie Fake*, 67.

§ 3.2 Distributie en vertoning

Op het ogenblik zijn de voornaamste distributie- en vertoningsmogelijkheden van de documentaire het grote doek en de televisie. Veruit de meeste films vinden hun weg naar het publiek via de televisie. Dit heeft verschillende redenen: televisie biedt meer ruimte voor het genre; de visuele eisen zijn minder hoog, waardoor de productiekosten lager blijven; de financiering is eenvoudiger rond te krijgen; en het gebrek aan distributeurs die bereid zijn zich in te zetten voor een commercieel marginaal product voor het grote doek.³⁰ Het bioscooproulement van de enkele films die de filmtheaters wel halen, wordt meestal gevolgd door televisievertoning. Dit mede doordat de financiering bij zowel het Filmfonds als de televisie vandaan komt. Desalniettemin doet zich geleidelijk aan een herdefiniëring van de distributie- en vertoningssituatie voor. Het afgebrokkelde distributieklimaat en de technologische veranderingen zorgen voor een nieuwe marktordening waarin DocuZone een belangrijke rol naar zich toe heeft getrokken en alternatieve vertoningskanalen, zoals het internet, een plaats aan het verwerven zijn.

Hoe moeilijk het is een distributeur te vinden voor een Nederlandse documentaire blijkt maar weer uit het bericht over John Appels nieuwste documentaire: *De laatste overwinning*. De film wordt in juni dit jaar uitgebracht, niet in Nederlandse, maar in Britse bioscopen;³¹ voor roulatie in Nederlandse bioscopen heeft de maker namelijk nog geen distributeur gevonden. De gesubsidieerde distributeur (b.v. het Filmmuseum) is vrijwel geheel van het toneel verdwenen na bezuinigingen. In de Cultuurnota 2001-2004 wordt dit beleid gedeeltelijk herzien door Contact Film extra subsidie te verstrekken voor vertoning en distributie van kwaliteitsfilms met een hoog risico. Dit is niet afdoende en daarom hebben de producenten het overgrote deel van de distributietak overgenomen. Pieter van Huystee heeft zijn eigen distributietak (Public Films) zelfs al opgericht, die overigens inmiddels ook door DocuZone buiten spel gezet is, aldus Van Nieuwenhuyzen (IDFA).³² De laatste commerciële distributeurs hebben zich een paar jaar geleden al teruggetrokken. Het publiek voor de documentaire was te klein en maar weinig documentaires rechtvaardigden een theatrale uitbreng.³³ De markt was voor hen kennelijk niet lucratief. Het tij lijkt echter te keren. Zeer recentelijk is het commerciële A-film de uitdaging aangegaan door zich op te werpen als distributeur van maar liefst twee documentaires: *Dame la mano* en *Johan Cruiff – en un momento dado*. Verder distribueren andere partijen, zoals filmfestivals (b.v. IDFA) incidenteel een documentaire. De grootste speler in het spel is op het moment DocuZone. Dit initiatief van het Filmfonds heeft in 2002 een groot deel van de distributiemarkt overgenomen. DocuZone brengt documentaires op DVD uit en voorziet de aangesloten theaters in het gebruik van digitale projectieapparatuur. Bovendien verzorgt DocuZone een groot gedeelte van de promotionele activiteiten. Dit initiatief lijkt nu echter geen lang leven meer beschoren. Hoewel het eerste jaar van het project erg succesvol werd bevonden,³⁴ laat Paul de Bont (mede-initiator) nu doorschemeren het experiment na drie jaar als mislukt te beschouwen

³⁰ Ibidem, 70.

³¹ 'Nederlandse documentaire in Britse bioscopen', <http://www.planet.nl/planet/show/id=75051/contentid=441432/sc=88da8b>, 29 januari 2004.

³² Caspar Sonnen, 'Discussie over een jaar docuzone. Podium voor kwaliteit of afwerkplek voor kneusjes?', *Skrien* jaargang 35, 2, 23-25 (maart 2003) 25.

³³ 'Beroerd, maar veel te winnen', *Nieuwsbrief* van het Nederlands fonds voor de film, 3 (september 2001) 10.

³⁴ Uit gesprek met Monica Wissing, projectmedewerker documentaire bij het Filmfonds.

(zie hoofdstuk 4). Het Nederlandse project³⁵ wordt afgebouwd en de markt blijft berooid achter; dit project is namelijk ten koste gegaan van het aantal 35mm prints. Ook Jan Heijs concludeert dat de documentairemakers het slachtoffer worden en achterblijven met de brokstukken.³⁶

Naast de gebrekkige distributie (m.u.v. DocuZone) heeft het logistieke probleem van het 'doekentekort' de documentaire jarenlang klem gezet. De documentairefilm heeft het in de strijd om het doek vaak moeten afleggen tegen de commerciële film. Omdat een niet vertoonde film weinig reden voor bestaan heeft, worden sommige filmtheaters – weliswaar niet allemaal even zwaar - gesubsidieerd. De minder zwaar gesubsidieerde programmeren uit noodzaak meer grote publiekstrekkingen en minder risicovolle kwaliteitsfilms. Hierdoor draait de documentaire in verhouding kort, op slechte tijdstippen en in kleine en vaak inferieure vertoningszalen. Het effect van het sporadisch vertonen van documentaires, is dat de band tussen het publiek en het genre klein is. Aan de andere kant zal een uitbreiding van het aantal doeken niet per definitie een garantie zijn voor een verbetering van de huidige vertoningssituatie.³⁷

Een ander knelpunt is het aantal kopieën (35mm prints) waarin de films worden uitgebracht. Een documentaire uitbrengen in de filmtheaters is aanzienlijk kostbaarder dan op televisie. Slechts een gedeelte van de documentaires kan financiering vinden om afgewerkt te worden op 35mm en dan nog wordt een beperkt aantal prints, meestal twee, gemaakt. Dit houdt in dat de films serieel moeten worden uitgebracht, waardoor de publiciteitcampagnes lastig en kostbaar worden met een minimaal effect. De films gaan in première in de randstedelijke filmtheaters en tegen de tijd dat ze in de rest van het land draaien, vaak een half jaar later, is het publiciteitseffect al weggeëbd. Het feitelijke publieksbereik is hierdoor veel minder groot dan het potentiële. DocuZone heeft voor deze twee knelpunten een (dubieuze) oplossing gebracht door documentaires in een veelvoud van DVD kopieën uit te brengen (zie hoofdstuk 4).

Naast het aantal kopieën is de timing van uitbreng belangrijk. De weinige films die het grote doek halen zijn allerm minst gebaat bij onderlinge concurrentie. Het Filmfonds ziet zijn opvatting bevestigd dat theaterdocumentaires meer in zwang kunnen raken bij een groter publiek, mits ze (naast het hebben van een goed onderwerp) in goed overleg worden uitgebracht.³⁸ Dit laatste gebeurt (m.u.v. DocuZone) niet. Alle documentaires die in een jaar gerealiseerd zijn, wachten op een première tijdens het IDFA. Na de première willen de producenten of distributeurs de films direct uitbrengen. Dit betekent dat ze elkaar beconcurreren in plaats van samen een front vormen.

Uit bovenstaande komen verschillende knelpunten op het gebied van distributie naar voren: het tekort aan distributeurs en doeken, te weinig kopieën per film en de onderlinge concurrentie na het IDFA. DocuZone heeft getracht een groot deel van deze problemen op te lossen middels de digitale distributie en vertoning van DVD's. Toch blijkt de filmwereld en het publiek hier niet al te enthousiast over te zijn. De documentaire zal dus op zoek moeten naar nieuwe distributie- en vertoningsmogelijkheden. Nieuwe

³⁵ Een Europese versie is al in vergevorderd stadium en hoopt binnenkort van start te gaan.

³⁶ 'Column Jan Heijs', 252.

³⁷ 'Brief 27420'.

³⁸ 'Kunstenplan 2005-2008', 17.

media, en in het bijzonder het internet bieden een kans. Het web als platform vereist echter wel een andere benadering en hoewel het vrij toegankelijk is, blijkt het publiek zijn weg nog niet helemaal te kunnen vinden. In hoofdstuk 4 zal het internet als platform, evenals andere nieuwe mediavormen, uitgebreid aan bod komen. Naast deze nieuwe technologie, kan het erg nuttig zijn om juist terug te kijken naar de oorspronkelijke vertoningsplaatsen van de documentaire. Aan 'het zaaltje achteraf' kan wellicht een nieuwe betekenis toegekend worden. De vertoningen hadden een incidenteel karakter en de bezoeken drempel was laag. De documentaire naar het publiek brengen is wellicht effectiever dan het publiek naar de documentaire laten komen. Door het onderwerp en de vorm van de film als uitgangspunt te nemen, kan de distributeur, producent of maker tot alternatieve –in sommige gevallen onorthodoxe – distributiemanieren komen. Om maar een suggestie te doen: een film over naastenliefde kan bijvoorbeeld vertoond worden in kerken, en als de vorm het toelaat en het onderwerp is een jongere, kan de film wellicht geïntegreerd worden in een onderwijspakket op scholen. Uit een oriënterend onderzoek van Willemien Sanders naar jeugddocumentaire is namelijk gebleken dat het nog het meest effectief is om de films naar de kinderen toe te brengen.³⁹

§ 3.3 Publiciteit, promotie en marketing

Promotie en marketing zijn belangrijke aspecten van het productieproces voor zowel de televisiedocumentaire als de film bestemd voor het theater. Door het ontbreken van voldoende financiële middelen zijn ze helaas tot op heden een ondergeschoven kindje geweest: publiciteit wordt maar al te vaak gebruikt als sluitpost op de begroting. De uitgebreide marketingcampagne voor een bioscoopfilm is voorbestemd aan de publieksfilm, de documentairefilm moet vooralsnog met mond tot mond reclame genoeg nemen. Frappant, daar een kwalitatief minderwaardige documentaire gesteund door een goede publiciteitscampagne opmerkelijk beter scoort (qua bezoek- en kijkcijfers) dan een kwalitatief goede film die promotie ontbeert. Promotie is alles. *Bowling for Columbine* laat dit ook weer duidelijk zien. Deze film wordt als publieksfilm op de markt gezet, wat een goede beslissing is geweest. Uit het publieksonderzoek uitgevoerd in opdracht van het Filmfonds bleek namelijk dat het imago van een publieksfilm beter past bij de verwachting van bioscoopbezoek, namelijk 'een gezellig avondje uit'. Ook blijkt uit het onderzoek dat de meerderheid van het publiek meer informatie over het aanbod wenst.⁴⁰ Gelukkig worden tegenwoordig steeds meer filmmakers en producenten doordrongen van het belang van promotie en wordt over trailers, posters, 'free publicity', marketing en testvertoningen veel intensiever nagedacht. Ook is dit gegeven inmiddels op overheidsniveau doorgedrongen en stimuleren de filmfondsen deze tendens via hun beleid. Het Filmfonds eist nu dat een bepaald percentage van de begroting wordt besteed aan dit doel. Voor de niet-publieksfilms, waar enkele documentaires zeker toe behoren, stelt het Filmfonds tevens een bijdrage beschikbaar die door de producent verdubbeld dient te worden.⁴¹ Het belang van marktgericht denken dringt langzaam door in de systemen van de niet-commerciële geesten.

³⁹ Uit gesprek met Willemien Sanders d.d. 18-03-2004.

⁴⁰ Paul Verstraeten, *De zee die denkt... Gaat dat over Greenpeace? Marktonderzoek naar de theateruitbreng van Nederlandse documentaires* (augustus 2001) 4,5.

⁴¹ 'Kunstenplan 2005-2008', 17.

Niet alleen tijdens de postproductiefase zijn promotie en marketing van belang. Zeker in de ontwikkelingsfase en het preproductieproces is het cruciaal voor een producent, maar in een voorafgaand stadium misschien nog wel belangrijker voor de filmmaker tijd, geld en energie te investeren in deze aspecten. Persoonlijke contacten en goede communicatie zijn van vitaal belang. Dit werd zeker duidelijk tijdens de Industry Meeting van het IDFA 2003. Voor de filmmaker die zijn film gefinancierd wil zien, blijkt het opbouwen van een relatie met producenten van cruciaal belang, al duurt het jaren. Producenten willen zeker weten dat een maker genoeg passie heeft voor het te vertellen verhaal. Tijdens de 'pitch' verkoopt de maker in feite zichzelf, omdat het om zijn kijk op de wereld gaat. Met creativiteit en een duidelijke visie krijgt een documentairemaker zijn idee niet uitgevoerd; een vlotte sympathieke babbel en daaraan gelieerd, een goed netwerk, en een flinke dosis geluk zijn minstens even belangrijk. De importantie van deze pitchsessies (tijdens het IDFA, maar ook tijdens andere filmfestivals) blijkt uit de speciale pitchtraining die het Sandberg Instituut aanbiedt voor filmmakers.

Één van de gelegenheden om te pitchen is het 'FORUM for international co-financing of documentaires': een tijdens het IDFA gehouden driedaagse markt voor internationale cofinanciering van documentaires.⁴² Het evenement is georganiseerd door de Foundation Forum Netherlands, in samenwerking met the European Documentary Network, en is mogelijk gemaakt door financiële steun van het MEDIA programma⁴³ en het Ministerie van OCenW. De filmmakers die hun voorstel willen pitchen, zijn gebonden aan een aantal regels. Zo moet hun film al ten minste voor 25% (maar niet meer dan 75%) gefinancierd worden door een omroep. Verder moet deze omroep deel uitmaken van het MEDIA programma (hooguit 15% van alle deelnemers mag bestaan uit deelnemers die niet deel uit maken van het MEDIA programma).⁴⁴ Medewerking van een omroep is ook in dit geval onontbeerlijk wil een producent of een zelfstandige filmmaker zijn voorstel pitchen.

Zoals al eerder vermeld, ligt een sleutel tot financiering bij de omroepen, of beter gezegd bij het Hoofd Documentaire als persoon. De documentairemaker doet er goed aan deze personen te vriend te houden, daar zij de poortwachters zijn van de omroepen en een film kunnen maken of breken. Als coproducent, moeten zij nauw bij het productieproces betrokken worden. Dit kan wel eens tot spanningen leiden met de zelfstandige producent, die uiteindelijk altijd aan het kortste eind trekt. Omdat het Hoofd Documentaire zo veel invloed heeft op het productieklimaat, wordt in documentairekringen wel eens de wens geuit om een soort 'zeteltermijn' voor deze eindverantwoordelijken in te voeren. Tot op heden blijft de roep echter ongehoord. Het persoonlijke netwerk van een producent en filmmaker, en met name een goede verstandhouding met de eindverantwoordelijken van de omroep, is een grote overlevingsfactor in documentaireland.

§ 3.4 Toekomstig financieringsklimaat

Het huidige financieringsklimaat wordt gedomineerd door de omroepen en fondsen, met de omroepen aan kop. Zij beheersen het grootste vertoningsplatform van de documentaire: de televisie. *'Het lot van de*

⁴² Van der Burg, *Feit Fictie Fake*, 69-70.

⁴³ Een initiatief van de Europese Unie.

⁴⁴ Anja J. Koring 'Internationale samenwerkingsverbanden op het gebied van oorlogsverslaggeving' Een wetenschappelijk essay in het kader van de cursus 'Televisie als mondiaal medium' (website onbekend).

documentaire ligt in handen van de Hoofden Documentaire': aldus Fallaux. 'De documentairemaker c.q. producent wordt gedwongen een levenslange relatie met hem aan te gaan, en een gedwongen huwelijk is niet bevorderlijk voor de creatieve documentaire.'⁴⁵ Wie niet wil toegeven aan de eisen van de tv-schema's of tv-programmeurs, moet geld vinden buiten de invloedssfeer van de omroepen. Dat is onbegonnen werk. In de praktijk blijken de documentaires die het Filmfonds subsidieert namelijk veelvuldig medegefinancierd te worden met omroepgeld; en zonder omroep, grijpt de filmmaker vervolgens ook mis bij het CoBO en het StiFo.

Deze huidige wijze van financiering staat nu flink op de tocht. De aangekondigde grootschalige bezuinigingen binnen de omroepen zullen niet ongemerkt aan de documentaire-afdelingen voorbijgaan. Sterker nog, nu de heftige discussie rond het huidige omroepenbestel is losgebarsten, zal de onzekerheid over de toekomst van de documentaire alleen maar toenemen. Volgens Karin Wolfs zal dit alles weinig verschil maken. Zij is van mening dat steun van een omroep noch bij de ontwikkeling, noch bij de realisering van een documentaire een voorwaarde is.⁴⁶ Makers zijn inderdaad soms bereid tot het investeren van eigen kapitaal; Jessica en Frank Gorter hebben dit deels gedaan bij hun lange documentaire *Piter*, de ontwikkelingskosten hebben zij overigens wel gesubsidieerd gekregen van het Filmfonds.⁴⁷ Jacqueline van Vugt en Gregor Meerman hebben uit eigen zak de blow-up van *Toda una vida* betaald.⁴⁸ Makers en producenten zien zich door het huidige financieringsklimaat genoodzaakt creatief en inventief te werk te gaan bij het zoeken naar financiële middelen. Het aangaan van, al dan niet internationale, coproducties of het oprichten van een dependance in een andere stad - om zo in aanmerking te komen van de plaatsgebonden gemeentelijke subsidies - zijn manieren om de eigen mogelijkheden te vergroten.

Het Filmfonds breidt het documentairebeleid de komende jaren verder uit. Alle maatregelen zijn gericht op een verhoging van het aantal producties, noodzakelijk om jaarlijks minimaal vier tot zes bioscoopsuccessen te kunnen garanderen. Nieuwe initiatieven – zoals een korte documentairecompetitie voor jong talent – maken duidelijk dat het fonds zich niet meer uitsluitend op de lange documentaire richt, al is dit wellicht een noodgreep om het tijdsgat te dichten dat ontstaat door de te korte lange documentaire in DocuZone. Uitbreiding van gerichte talentontwikkeling, aansporen tot internationale samenwerking en profilering en stimulering van digitale productie, distributie en vertoning zijn andere voornemens van het Filmfonds. Ook wil het fonds meer aandacht voor Nederlandse thema's.⁴⁹ Het Filmfonds is tevens voornemens het eigen digitale netwerk, in een vervolg project van DocuZone, uit te breiden naar 25 tot 35 theaters (hierover in hoofdstuk 4 meer). Dit maakt uitbreng van documentaires nog eenvoudiger. Ook zal een basisorganisatie zorg dragen voor uitbreng van films die distributeurs laten liggen. Zo kan voor elke film een gepaste uitbreng worden gegarandeerd, met zicht op verbeterde bezoekercijfers in de toekomst. De kosten voor apparatuurinvestering en infrastructuur zullen gelijkelijk over alle partijen worden verdeeld (fondsen, theaters en distributeurs).⁵⁰ We zullen zien.

⁴⁵ Fallaux 'Bevrijd de filmer'.

⁴⁶ Karin Wolfs, 'Politieke documentaires', *De Filmkrant*, 252 (februari 2004) op: <http://www.filmkrant.nl/av/org/filmkran/home.html>.

⁴⁷ Ingeborg Jansen, 'Een verhaal van volhouden', *Nieuwsbrief DIFA*, 48 (2004) 7.

⁴⁸ 'Column Jan Heijs', 252.

⁴⁹ 'Van marginaliteit naar volwassenheid', 29.

⁵⁰ *Ibidem*, 32.

Op het gebied van nieuwe media, kan de eerder genoemde Interregeling benut worden. Deze regeling geeft financiële steun aan experimentele initiatieven en stimuleert interdisciplinaire projecten en kruisbestuivingen tussen filmkunst en andere disciplines. Voor de documentaire is dit een mooie gelegenheid te experimenteren met nieuwe technologische toepassingen. Het genre kan zich zo verder ontwikkelen, bijvoorbeeld richting interactieve internetvarianten of website aanvullingen op documentaires. De fondsen hebben al aangegeven het project voort te willen zetten, het wachten is nu op een beslissing van het Ministerie van OCenW. Het zou jammer zijn als dit initiatief een vroege dood zou sterven.

Het waarborgen van continuïteit en kwaliteit is een gemeenschappelijke zorg van zowel de televisie- als de filmwereld. Tussen de verschillende partijen, makers, producenten, omroepen en fondsen, doen zich echter allerlei gecompliceerde afhankelijkheidsrelaties voor: makers zijn afhankelijk van producenten en producenten op hun beurt van omroepen. De omroepen, in de persoon van het Hoofd Documentaire, staan bovenaan de ladder. Zij zijn geldschieter en sleutel tot fondsen tegelijkertijd. Deze positie, gesterkt door de verweven financiële constructie waarin omroepen, gelieerde fondsen en het Filmfonds vaak betrokken zijn bij dezelfde projecten, vormt een zwakke plek binnen het documentairebeleid in Nederland. De door kijkcijfers geregeerde televisie-esthetiek bepaalt hierdoor de norm. Maar weinig documentaires verdienen hierdoor theateruitbreng. DocuZone heeft met de digitale distributie de kwantiteit van theaterdocumentaire een enorme impuls gegeven, maar de kwaliteit allerminst. Na afloop van dit experiment is het ook nog maar de vraag of de filmtheaters zich willen wagen aan een vervolg. Zij hebben immers weinig belang bij een vrijwel lege zaal. De uiteenlopende belangen van filmtheaters, distributeurs en geldschieters komen de samenwerking niet ten goede. De uitbreng zou beter op elkaar afgestemd moeten worden, zodat kwalitatief hoogwaardige documentaires, die zich duidelijk onderscheiden van de televisiedocumentaires, elkaar niet onderling beconcurreren. Aan een dergelijke uitbrengstrategie zou tegelijkertijd een gedegen publiciteitscampagne moeten hangen. De waarde hiervan wordt nog te vaak onderschat. Het Filmfonds is zich meer gaan toeleggen op dit aspect, marketing en promotie. Dat is mijns inziens een goede tendens.

Hoofdstuk 4. Vertoningsplatformen en distributiekkanalen

In hoofdstuk 2 zijn al kort de drie voornaamste vertoningsplaatsen, televisie, het grote doek (film) en internet in relatie met de toeschouwer aan bod gekomen. In dit hoofdstuk wordt de relatie tussen het platform en de documentaire in kaart gebracht. Gedwongen door de beperkte commerciële exploitatiemogelijkheden en onder invloed van technologische ontwikkelingen en de drang naar vernieuwing zoekt de documentaire naar nieuwe wegen. Dit doet het genre via de traditionele media, televisie en het grote doek, maar ook via nieuwe (interactieve) toepassingen. Na de uiteenzetting van de - soms moeizame - relatie met de verschillende distributiekkanalen zullen de consequenties van die relaties voor de vorm en inhoud van de documentaire worden onderzocht.

§ 4.1 Televisie

'Het gaat goed met de documentaire op televisie!' Zo luidt de conclusie van een onlangs verschenen rapport van de publieke omroep. Dit rapport baseert zich echter op kwantitatieve gegevens en vergeet dat de toename van het aantal documentaires te verklaren is uit de ruimere definitie van het begrip en de verscheidenheid aan criteria die de verschillende omroepen stellen aan het genre.¹ Desalniettemin heeft de televisie een grote rol gespeeld in de ontwikkeling van het genre. De documentaires op hun beurt zouden moeten bijdragen aan de identiteit en pluriformiteit van de publieke omroepen. Op het moment fungeert het vertoningsplatform televisie als voornaamste vertoningsplaats en de grootste (co)producent van de documentaire. Met name de publieke omroepen (waartoe ik mij in dit onderzoek beperkt heb) leveren een belangrijke bijdrage aan de productie en verspreiding van het genre. Veel documentaires komen immers, zoals in hoofdstuk 3 al vermeld, niet tot stand zonder participatie van een omroep. Van overheidswege is de omroep gedwongen 25% van het budget aan culturele en 12,5% aan kunstzinnige programma's uit te geven. De NPS heeft een bijzondere positie en moet meer dan bovengemelde percentages besteden.

Om aan de eisen tegemoet te komen en om de kijker zo goed mogelijk van dienst te zijn, hanteert het merendeel van de omroepen (soms in samenwerking, wat de pluriformiteit van de omroepen niet ten goede komt) een documentaireslot. Dat is een vaak langlopende serie die op een vaststaand tijdstip wordt uitgezonden. De (binnen- of buitenlandse) documentaire die deel uitmaakt van deze serie moet passen in het format; dit dwingt de film tot een vaststaande lengte en een specifieke vorm of thematiek (zie bijlage voor een overzicht van deze tijdslots). De programmaformat wordt door veel critici en makers gezien als een keurslijf dat niet alleen de creativiteit en artistieke vrijheid van de maker danig beperkt, maar bovendien kan leiden tot zelfcensuur. Om de financiële haalbaarheid te vergroten zullen regisseur en producent namelijk snel geneigd zijn het filmplan op het format af te stemmen.² In tegenstelling tot de beperkingen die het tijdslot de maker oplegt, biedt het de kijker juist een houvast. De tijdslots zorgen voor regelmaat en herkenbaarheid, hetgeen belangrijke pijlers zijn in

¹ 'Publieke omroep produceert 2/3 documentaires zelf', www.documentaire.nl, 24 oktober 2003(?), bron: Spreekbuis

² Pieter Fleury, 'Angst voor het zap-moment', *NRC Handelsblad*, 29-11-2002.

het trekken en vasthouden van een publiek. Zoals hoofdstuk 3 laat zien, weet de toeschouwer wat hij kan verwachten ten aanzien van onderwerp en vorm van een binnen een bepaald tijdslot uitgezonden documentaire, waardoor eventuele sociale en psychologische behoeften bevredigd worden. Cees van Ede (eindredacteur Documentaire NPS) verdedigt de tijdslots met het argument dat het juist wel bijdraagt aan de creativiteit. Ze creëren namelijk een ruimte voor de auteursdocumentaire. De ruimte voor dit subgenre, waarbij de 'handtekening' van de maker duidelijk zichtbaar is, wordt afgedwongen door vertoning van toegankelijke documentaires binnen het tijdslot. *Het uur van de wolf* hanteert een dergelijke strategie. Veel makers zien het tijdslot niettemin als een beperking. Het keurslijf van de maker is de gids van de kijker.

Een andere factor die tot veel beroering leidt, is het systeem van de kijkcijfers dat als financieel pressie-instrument op de schouders van de omroepen drukt. In hoofdstuk 3 stelde ik dat de afhankelijkheid van deze cijfers de creativiteit en vernieuwing van de documentaire niet ten goede komen; ze dwingen de omroepen tot commercieel denken. In contrast met dit commerciële denken staat de publieke functie, waar de omroepen zich aan te houden heeft. De omroepen bevinden zich hierdoor in een onwerkbaar spagaatpositie. Hoezeer ze zich ook zullen inspannen, het behalen van beide doelen, boeken van commercieel succes en zorg dragen voor de publieke functie, is haast onmogelijk. Een maatregel die de druk van de ketel zou kunnen halen is de vervanging van het meetinstrument 'kijkcijfers' door 'bereikcijfers'. Waar de kijkcijfers betrekking hebben op het marktaandeel, hebben bereikcijfers betrekking op doelgroepen. Als een documentaire een bereik haalt van 400.000 kijkers op 'prime time' tegen 200.000 laat op de avond, wordt hij gegeven de huidige meetmethode bij voorkeur op een laat tijdstip geprogrammeerd, vanwege het grotere marktaandeel. In absolute zin trekt de film echter op 'prime time' een groter publiek. Door het huidige kijkcijfermechanisme, loopt de documentaire dus heel wat potentieel publiek mis.

De omroepen zijn afhankelijk in inkomsten van kijkcijfers, maar op een ander niveau zijn de documentairemakers c.q. producenten op hun beurt afhankelijk van de omroepen, zoals ik in hoofdstuk 3 reeds heb toegelicht. Deze afhankelijkheidspositie vormt de derde invloedrijke factor op de relatie tussen documentaire en televisie. De eindredacteuren van de verscheidene documentaire-afdelingen hebben de macht in handen. De televisie, die weliswaar voor een krachtige impuls voor de ontwikkeling en opleving van het genre heeft gezorgd, dreigt de esthetiek en creativiteit van het genre nu te beklemmen door de restricties van tijdslots, kijkcijfers en afhankelijkheidsposities.

§ 4.2 Het grote doek

*'In 2000 werd nog getwijfeld of documentaires wel op het witte doek thuishoren: intussen is duidelijk dat ook met documentaires relatief hoge bezoekerscijfers te halen zijn.'*³ Dit constateerde het Filmfonds in het nieuwe jaarplan, gebaseerd op de gegevens van DocuZone. In zekere zin klopt deze stelling, ware het niet dat het halen van hoge bezoekerscijfers slechts aan enkele uitzonderingen is voorbehouden. Het betreft de buitenlandse producties: *Bowling for Columbine* en *Être et avoir*. Voor de Nederlandse

³ Nederlands fonds voor de film, 'Kunstenplan 2005-2008', www.filmfund.nl, 12.

producties geldt dat slechts een handvol het grote doek weet te halen - op 35mm print - en een enkeling tot het gewenste bezoekersaantal komt. Het Filmfonds heeft getracht hier verandering in te brengen door oprichting van een alternatief digitaal circuit: DocuZone. In deze paragraaf zal bekeken worden in hoeverre dit distributiekanaal bijdraagt in het bereiken van een potentieel publiek. Ook de filmfestivals fungeren als distributiekanaal en vertoningsplatform, maar voorafgaand komt het filmtheater aan bod. Tot slot worden de hoofdzaken met betrekking tot de relatie tussen de documentaire en het grote doek in het kort gerecapituleerd.

§ 4.2.1 Filmtheater

Het filmtheater vertoont overwegend culturele en minder commerciële films. Circa 90 tot 95 % van de documentaires bestemd voor het grote doek wordt uitsluitend vertoond in deze filmtheaters. Gemiddeld één a twee keer per jaar is een documentaire te zien in arthouses en in zeer uitzonderlijke gevallen in de bioscoop. Het filmtheater is namelijk de aangewezen vertoningsplaats omdat het publieksbereik grotendeels samenvalt met de meest kansrijke publieksgroep voor documentaires. Bovendien kan een (non-profit) filmtheater zich programmering van de documentaire veroorloven door de subsidiering die het ontvangt van de lokale overheid - die overigens niet voor ieder theater gelijk is. Naast de mogelijkheden die dit schept om risicovoller dan de commerciële filmhuizen te programmeren, voelt het zich daarnaast verantwoordelijk voor afname van gesubsidieerde producties.

Ter bevordering van de marktpositie zoeken de non-profit filmtheaters gedwongen door de concurrentie met de commerciële bioscopen naar uitbreiding van de vertoningsmogelijkheden en manieren om het bezoekersquotum van de documentaire te maximaliseren. Het uitbreiden van vertoningsmogelijkheden kan op twee manieren. Niet alleen middels het creëren van meer ruimte binnen de programmering of het uitbreiden van het aantal doeken binnen het filmtheater. Maar ook door schaalvergroting: het realiseren van nieuwe vertoningsplaatsen in de vorm van zogenoemde artplexen.⁴ LUX in Nijmegen bestaat al even, maar ook in Utrecht zijn op het moment twee van dit soort initiatieven in ontwikkeling. Helaas heeft de capaciteitsuitbreiding nog niet geleid tot meer documentaire voorstellingen.⁵ Toch doen de filmtheaters er wel alles aan het bezoekersquotum van de documentaires die wel draaien te maximaliseren. Dit doen ze door (net als de omroepen) vaste tijdslots in te stellen: dit komt neer op een vaste dag in de week waarop een documentaire wordt vertoond. Enkelen voerden dit beleid al voor de komst van DocuZone, maar sinds dit digitale experiment is het ook voor de anderen beleid geworden.⁶ Daarnaast verzorgen sommige theaters als extra stimulans een randprogramma, bijvoorbeeld een interview met de makers of een publieksdiscussie na afloop. Uit het marktonderzoek van Verstraeten bleek dat 60% van de ondervraagden een randprogrammering als meerwaarde ziet.⁷ Het Amsterdamse Rialto hanteert een dergelijke formule in de vorm van de DocuZone Special (voorheen DocuSalon). In samenwerking met DIFA (Dutch Documentary & Independent Film Association) ontstond

⁴ Brief van minister van OC&W aan de Tweede Kamer 27420', 4 juli 2001, <http://www.minocw.nl/brief2k/2001/274201.doc>

⁵ Paul Verstraeten, *De zee die denkt... Gaat dat over Greenpeace? Marktonderzoek naar de theateruitbreng van Nederlandse documentaires* (augustus 2001) 4.

⁶ Jos van der Burg, 'Documentaires: de ene dvd is de andere niet', *Het Parool*, 2-4-2002.

⁷ Verstraeten, *De zee die denkt...*, 5.

dit initiatief in 1999 om een ontmoetingsplaats te creëren voor makers en geïnteresseerden. De formule - aanwezigheid van de regisseur en publieksdiscussies - is erg succesvol en haalde in 2002 een gemiddeld bezoekersaantal van ruim 65 per voorstelling.⁸

Een randprogrammering wordt dus door het publiek als een stimulans gezien. Verder blijkt de bezoeker de documentaire vooral op basis van het onderwerp of thema uit te kiezen en heeft hij bepaalde verwachtingen ten aanzien van de documentaire in het filmtheater: de film moet hem emotioneel raken, humor bevatten, relativerend zijn, maar ook een voldoende informatief gehalte hebben. Voor zover een film bovengemelde elementen bevat, is het van belang dat dit goed wordt overgebracht naar het publiek. Dit blijkt niet altijd eenvoudig, de toeschouwer geeft namelijk aan dat het filmtheater regelmatig in gebreke blijft als het aankomt op informatievoorziening.⁹ De marketing en promotie laten nog veel te wensen over. Het ontbreekt de filmtheaters simpelweg aan middelen en capaciteit om de specifieke doelgroepen, waartoe documentaires door hun onderwerpen uitnodigen, te werven. Het Filmfonds heeft met de oprichting van DocuZone getracht ook op dit gebied één en ander te verbeteren.

§ 4.2.2 DocuZone

Met het doel de documentairevertoning in de filmtheaters veilig te stellen is in februari 2002 het distributiecircuit DocuZone in het leven geroepen.¹⁰ Dit 3-jarig experiment is ontwikkeld door het Filmfonds in samenwerking met het CoBO, de Associatie van Nederlandse Filmtheaters, het Ministerie van OCenW, de Werkgroepen Documentaire Publieke Omroepen, Stichting DOEN en Paul de Bont Film & Advies. Dit initiatief was hoognodig, want ondanks het gegeven dat (Nederlandse) documentaires goed aanslaan bij het festival- en televisiepubliek en afgezien van de incidentele successen, is er bij het filmtheaterpubliek weinig animo voor dit genre.¹¹ Door DocuZone draait ten minste tweemaal per week in inmiddels 15 filmtheaters verspreid over het land een documentaire. Tien van de aangesloten filmtheaters zijn door DocuZone uitgerust met geavanceerde digitale projectie apparatuur voor vertoning van DVD. Vanwege de lage kopie- en distributiekosten, kan het aantal vertoningen van documentaires behoorlijk stijgen; ook kan een documentaire door dit procédé op verschillende plaatsen in première gaan. De filmtheaters reserveren minimaal 6% van hun totaal aantal voorstellingen voor documentaires. Dat is in vergelijking met de jaren voor het bestaan van DocuZone aanzienlijk meer. Naast kosten- en distributievoordelen, biedt het ook op het gebied van marketing en publiciteit voordelen. DocuZone verzorgt een gedeelte van de marketing centraal en daarnaast functioneren de medewerkers als klankbord voor producenten die eventueel verdergaande marketing- en publiciteitsplannen willen ontwikkelen. In sommige gevallen, als de documentaire een weekprogrammering krijgt met een totaal van minimaal vijftig voorstellingen, verzorgt DocuZone een randprogramma. Bovendien voorkomt een

⁸ Herlinde Gerrits, 'Docuzone, een maand na de aftrap' (April 2002) www.filmbelangen.nl/nieuwsbrief/mei2002/docuzone_content.html.

⁹ Verstraeten, *De zee die denkt...*, 5.

¹⁰ Nederlands fonds voor de film, *Jaarverslag 2002*, 23.

¹¹ 'Theatrale uitbreng documentaires. De digitale voorstellingen', *Nieuwsbrief Nederlands fonds voor de film*, 2 (juni 2001) 5-7.

door DocuZone landelijk afgestemd vertoningsbeleid een concurrentiestrijd tussen twee krachtige documentaires, die anders op eenzelfde moment zouden worden uitgebracht.

Al deze voordelen leidden in het eerste jaar tot een veelbelovend gemiddelde van 22 bezoekers per voorstelling - tegen 16,5 in 2000¹². Het streven was 30, wat erg optimistisch was aangezien een speelfilm in het filmtheater gemiddeld 24,5 bezoekers¹³ trekt. Na het eerste jaar is het bezoekersaantal echter teruggelopen. Desondanks heeft DocuZone zeker bijgedragen aan een opleving van de documentairesector¹⁴ en kan over het geheel gesteld worden dat de aandacht voor het genre is toegenomen en het publieksbereik is vergroot. Ook hebben, naast de publiekstrekkingen, kunstzinnige documentaires en films met een moeilijker toegankelijk onderwerp een kans gekregen.

Evenwel is het project van meet af aan onderwerp van discussie geweest. Eén van de aspecten die op veel weerstand stuitte, was de digitale projectie van DVD. Ondanks de hoge kwaliteit van het type beamer, is de projectie duidelijk inferieur aan die van 35mm film en doet deze vertoningsvorm - die een streperig in plaats van een korrelig beeld geeft - volgens sommigen aanzienlijk af aan de beleving van de film.¹⁵ Bovendien loopt de kwaliteit van de verschillende DVD's enorm uiteen, maar dat schijnt te komen door het materiaal waarop gedraaid is;¹⁶ eenmaal was deze zelfs zo slecht dat Rialto besloot tot vertoning van de 35mm print van *First Kill* uit onvrede over de DVD-kwaliteit.¹⁷ De projectie is sindsdien wel verbeterd.¹⁸ Naast de filmische en de kwaliteit kwestie, lijkt ook de grote vrijheid van de operateur tegen de wetten van het vak in te druisen. Door de uitgebreide menu- en instellingskeuze heeft de operateur namelijk invloed op het artistieke eindproduct. Iedere voorstelling kan anders gedraaid worden, niet alleen wat betreft aanvullende leaders of trailers, maar veel ernstiger, ook wat betreft beeldverhoudingen, kleur en geluid.¹⁹ Een ander punt van discussie, is de - niet ontorechte - ongerustheid over de toekomst van de 35mm blow-up. De vertoning van DVD's zou aanvullend zijn op de vertoning van de 35 mm print, maar nu is echter gebleken dat de 35mm blow-up wel degelijk is teruggedrongen door DocuZone.²⁰ Mede hierom wordt het uitbrengen van documentaires buiten DocuZone lastiger. Een bijkomend negatief effect is de restrictie. Er worden distributiecontracten aangegaan die vertoning in andere filmtheaters uitsluit.²¹ Als gevolg van DocuZone hebben de laatste (gesubsidieerde) distributeurs die zich met documentaires bezig hielden, zich inmiddels teruggetrokken en heeft DocuZone zichzelf in een monopoliepositie gezet. Hierdoor krijgen films die niet door het Filmfonds gesteund zijn, geen ruimte meer. Het Filmfonds heeft dus realisering en distributie in handen. Met het naderende einde van DocuZone is het nog maar afwachten hoe de markt zich verder ontwikkelt.

In navolging en als opvolger van DocuZone wordt naar verwachting in september dit jaar het Digitaal Netwerk Nederland (DNN) gelanceerd. Dit zal deel gaan uitmaken van het eveneens binnenkort te starten European DocuZone (EDZ), dat de Nederlandse documentaires kansen geeft in de rest van

¹² Gerrits, 'Docuzone'.

¹³ Filmfonds, *Jaarverslag 2002*, 14.

¹⁴ Uit telefoongesprek met Huub Roelvink (leider Docuzoneproject), 4 maart 2004.

¹⁵ Gerrits, 'Docuzone'.

¹⁶ Van der Burg, 'Documentaires'.

¹⁷ Ibidem.

¹⁸ Caspar Sonnen, 'Discussie over een jaar docuzone. Podium voor kwaliteit of afwerkplek voor kneusjes?', *Skrien* 35, 2, 23-25 (maart 2003) 24.

¹⁹ Frank de Neeve, 'Docuzone vanuit de projectiecabine. Een beam in je bioscoop', *Holland Film nieuws* 45 (april 2002) 24.

²⁰ Karin Wolfs, 'Een lesje in filmpolitiek', *Filmkrant* 246 (juli/aug 2003).

Europa. De films die gedistribueerd zullen worden via het DNN, worden niet langer van DVD vertoond, maar via de satelliet rechtstreeks in de harde schijf van een DLP-projector geladen en gescreend. Het voornaamste verschil met DocuZone is de ontkoppeling van techniek en programmering: (lokale) distributeurs, voor zover die er nog zijn, worden dit keer wel bij het project betrokken en theaters worden niet verplicht de aangeboden titels te accepteren, zolang ze maar Nederlandse documentaires vertonen. Verder is de projector van betere kwaliteit²² - met allicht een bijpassend prijskaartje. Het concept borduurt voort op DocuZone, terwijl iedereen kan concluderen - vooruitlopend op de formele evaluering - dat dit project niet tot de verwachte resultaten heeft geleid.

Evaluerend kan gesteld worden dat het experiment in aanvang succesvol leek, maar uiteindelijk toch tegenvallende resultaten brengt. Bovendien geven de cijfers geen transparant beeld van de werkelijke verdeling van het publieksbereik over het land. De twee Amsterdamse filmtheaters, Rialto en Kriterion, trekken de Docu-kar, zo bleek uit de cijfers van 2002.²³ Buiten de randstad zijn de bezoekcijfers opvallend lager. Het tegenvallende resultaat kwam onder meer door het ontbreken van topfilms (waarvan er in het eerste jaar wel een paar waren) en de markt die een paar films oppakte,²⁴ waardoor DocuZone buiten spel werd gezet. Ook speelt de weerstand van makers een rol: *'veel documentairemakers beschouwen DocuZone als een tweederangs circuit waar ze liever niet mee geassocieerd willen worden'*: aldus De Bont. Ook het enthousiasme onder theaters en de omroepen liet te wensen over.²⁵ De hoofdoorzaak van het tegenvallende succes van DocuZone is het tekort aan kwalitatief goede en voor het grote doek geschikte documentaires. De intentie was het vertonen van klassiekers, nieuwe Nederlandse en de beste buitenlandse documentaires, maar gedwongen door het tegenvallende aanbod, programmeert DocuZone ook documentaires die oorspronkelijk voor televisie bedoeld zijn. Dit komt ook door de financiële constructie: de omroepen zijn medefinanciers (in § 4.4.2 kom ik hierop terug) en zodoende fungeert DocuZone niet alleen als podium voor films van het Filmfonds, maar ook als podium voor films van de omroepen.

§ 4.2.3 Filmfestival

Filmfestivals zijn een belangrijk vertoningsplatform voor de documentaire. Tijdens festivals trekken documentaires meer publiek dan tijdens een reguliere vertoning. De publiciteit en erkenning die een festival met zich mee brengt is een zegen voor iedere filmmaker en producent. Selectie is daarom van groot belang. DocuZone heeft de kans op selectie echter nadelig beïnvloed. Om een film in aanmerking te laten komen voor selectie, moet deze namelijk voldoen aan een aantal voor dat festival specifieke eisen (qua onderwerp, lengte, drager, sekse van de maker etc.). Eén van de meest gestelde voorwaarden is dat de filmkopie een formaat heeft van ofwel 35mm print of Beta SP tape. Een DVD wordt, in ieder geval bij de grotere (buitenlandse) festivals, (nog) niet geaccepteerd. Dit is op het

²¹ 10 vragen aan ... Hans Otten', www.filmbelangen.nl/nieuwsbrief/december2003/index.html

²² Karin Wolfs, 'Docu-nieuws', *De Filmkrant* 253 (maart 2004) 23.

²³ Wolfs, 'Een lesje in filmpolitiek'.

²⁴ Uit telefoongesprek met Huub Roelvink (leider Docuzoneproject), 4 maart 2004.

²⁵ Matthijs Koenen, 'Het einde van DocuZone?', *Nieuwsbrief DIFA* 48, 8-10 (2004) 9.

moment een probleem, want de komst van DocuZone is ten koste gegaan van het aantal 35mm blow-ups en belemmert in die zin de documentaires in deelname. Wellicht dat het over niet al te lange tijd geen blokkade meer zal zijn, want ook festivals gaan met hun tijd mee en zullen op den duur ook genoeg nemen met digitale aanlevering. Nu is het echter nog niet zo ver en aangezien de filmfestivals veel publiek trekken en dus een belangrijk vertoningsplatform zijn, kan maar beter niet voorbij gegaan worden aan dit argument.

Filmfestivals fungeren overigens niet alleen als vertoningsplaats, maar dienen tevens als distributiekanaal, ontmoetingsplaats, broedplaats voor nieuw talent en als centrum voor kennis- en ideeënuitswisseling. Het festival is kortom een multifunctioneel platform. Een uitverkochte zaal is natuurlijk vleidend voor de filmmaker, maar nog prettiger is het als zich onder het publiek potentiële kopers bevinden. Op die manier fungeert het festival als distributiekanaal. Niet alleen het onder de aandacht brengen van de reeds gerealiseerde documentaire (via b.v. 'Docs for sale'), maar ook het vinden van geïnteresseerde financiers voor nieuwe projecten is op deze evenementen van belang. Het festival is bij uitstek geschikt om te netwerken en te lobbyen. Niet alleen tijdens de voor dit doel georganiseerde 'meetings' en 'pitch-sessions', maar ook in de wandelgangen en tijdens borrels van premières ontmoeten producenten, sales-agents en scouts van omroepen en festivals elkaar. Naast de waarde die een festival kan hebben voor al gevestigde makers en producenten, fungeert het tevens als kenniscentrum en broedplaats voor nieuw talent. Door de verschillende seminars, workshops en masterclasses kan nieuw talent ontdekt worden en kan opgedane kennis worden doorgegeven. Naar aanleiding van discussiebijeenkomsten kan nieuw beleid ontwikkeld worden maar ook door buitenlandse gasten kan Nederland kennis nemen van (beleids) ervaringen elders.

Het IDFA (International Documentary Festival Amsterdam) is al enkele jaren het grootste en belangrijkste documentairefestival ter wereld²⁶ en speelt een sleutelrol bij het opwekken van de publieke belangstelling voor de Nederlandse documentaire. Naast bovengenoemde functies, heeft het IDFA tevens een vrijwel onbekende docutheek-functie. Een gemiste film kan bij het festival tegen een kleine vergoeding opgevraagd worden. In de toekomst hoopt het festival deze functie uit te breiden naar een uitgebreid verhuursysteem voor DVD.²⁷ Wel wordt het IDFA de laatste tijd verweten te veel veredelde televisiereportages te vertonen; waarmee het festival een (verkeerde) norm zet. Het lijkt de documentaires te selecteren enkel op basis van het onderwerp en niet op vorm. Dit is betreurenswaardig, want juist voor het grote doek is de vorm belangrijk.

§ 4.2.4 Evaluatie

Het theaterpubliek voor de documentaire is klein en zal klein blijven. Dat is een onontkoombaar feit. De filmtheaters beseffen dit terdege en gebruiken hun capaciteit liever voor een publiektrekkende culturele speelfilm. Zij zijn weinig bereid risico's te lopen door programmering van een documentaire. Wel volgen meer theaters de tactiek van de omroepen in het vaststellen van documentaireslots, al dan niet gestimuleerd door DocuZone. Door een randprogrammering wordt getracht meer publiek te trekken,

²⁶ 'Brief 27420'

²⁷ Dit vertelde Ally Derks (directeur IDFA) tijdens de StiFo conferentie 26-03-2004.

waarin sommige filmtheaters erg goed slagen. Het aantal geschikte films voor een succesvolle theaterroulatie is echter minimaal. Veel documentaires worden (door betrokkenheid van een omroep) bepaald door de 'televisie(reportage)stijl'. Dit zou niet uit moeten maken, gegeven het feit dat de bezoeker van het filmtheater zich in zijn keuze voor een documentaire laat leiden door het onderwerp of thema. Toch blijkt het gebrek aan cinematografie een medebepalende factor te zijn geweest voor het tegenvallende resultaat van DocuZone. Het IDFA wordt ook verweten te veel reportageachtige documentaires te programmeren. Desalniettemin heeft het IDFA een grote bijdrage geleverd aan het documentaireklimaat in Nederland. Niet alleen als vertoningsplaats is een festival van belang, maar ook als distributiekanaal, ontmoetingsplaats, broedplaats voor nieuw talent en als kenniscentrum. Toch blijft de kernactiviteit vertoning en omdat niet alle festivals de DVD als vervanging van Beta SP of 35 mm print accepteren, kan een documentaire kans op selectie mislopen. Want ofschoon DocuZone voor een opleving van de documentairesector heeft gezorgd, heeft het tevens tot een afname van 35mm blow-ups geleid, waardoor festivaldeelname bemoeilijkt wordt. Ook heeft het zich een monopoliepositie verworven en zodoende overige (gesubsidieerde) distributeurs en onafhankelijke documentaires van het toneel verdrongen. Naast de kritiek op de digitale kwaliteit is ook teleurstelling over de kwaliteit van de films hoorbaar. Het zijn eerder uitgesmeerde televisiereportages dan creatieve documentaires, die op het grote doek thuishoren. Aan de andere kant heeft het experiment wel de mogelijkheid gegeven het vertoningsbeleid en de marketing centraal aan te pakken, hoewel bij dat laatste te veel de aandacht op DocuZone gericht was, ten koste van de documentaire, waardoor het effect niet optimaal was.

§ 4.3 Nieuwe media

'Worries over authenticity and the evolution of documentary are frequently linked to the increasing sophistication of audio-visual technology', zo stelde Brian Winston vast.²⁸ Ook de toenmalige staatssecretaris Van der Ploeg van OC&W uitte in zijn brief aan de Tweede Kamer in 2001 zijn bezorgdheid over de grote invloed die de (Europese) digitale ontwikkelingen op de gehele filmsector zullen hebben en de bedreiging die ze kunnen vormen voor de (kwetsbare) kwaliteitsfilm.²⁹ Deze huiver voor het onbekende vormt geen uitzondering in het geschiedkundige patroon van reacties op technologische innovaties. Nieuwe uitvindingen zorgen sinds jaar en dag voor onrust totdat de uitvinding zichzelf bewezen heeft en op haar beurt ingehaald wordt door een nieuwere ontwikkeling. Zo ook op het gebied van de documentaire. De nieuwe media bieden nieuwe kansen zowel op het gebied van productie, vorm en distributie. DocuZone probeerde deze 'bedreiging' al in een hoopvolle poging om te vormen in een kracht. De documentaire blijft door zoeken naar grenzen en tornt daarbij aan de bestaande limieten en verhoudingen tussen vorm, inhoud en publiek. De interactieve 'mode' is één van de resultaten van deze zoektocht die past in het postmoderne individualistische tijdperk. In deze paragraaf zullen verschillende media-uitingen aan bod komen die de digitale revolutie ons gebracht heeft. Allen impliceren een aanpassing van de toeschouwer. Deze zal in toenemende mate een (inter)actieve en individualistische rol toebedeeld krijgen.

²⁸ Stella Bruzzi, *New documentary. A critical introduction* (Londen 2000) 5.

²⁹ 'Brief 27420'.

§ 4.3.1 Video en DVD

Nieuwe (digitale) media bieden de documentaire alternatieve, laagdrempelige mogelijkheden in het bereiken van een potentieel (nieuwe categorie)³⁰ publiek. Verspreiding van video en DVD (die de CD-ROM al snel verdrongen heeft) is de beter bekende distributiemethode, al wordt deze momenteel niet ten volle benut. Anders dan televisie en het grote doek kunnen de films via deze dragers naar eigen keuze individueel bekeken worden. Bij vertoning op het grote doek is sprake van een door plaats gebonden publiek; bij vertoning op televisie is ondanks het schijnbaar individuele karakter (mits iemand alleen kijkt) toch sprake van een gemeenschappelijke activiteit, omdat de kijkers door de tijd met elkaar verbonden zijn. Bij video en DVD is geen sprake van één van voornoemde verbintenissen. De toeschouwer gebruikt de band of schijf wanneer, waar en hoe hij wil. De DVD biedt in vergelijking met de video aanmerkelijk meer mogelijkheden voor de toeschouwer om in te grijpen en door de (inter)actieve houding wordt de toeschouwer een gebruiker. De toeschouwer wordt geprikkeld tot het maken van keuzes uit de reeks aangeboden mogelijkheden. Naast het bekijken van de film, kan de gebruiker kiezen voor extra opties. De DVD leent zich namelijk uitstekend voor ontsluiting van nog niet eerder vertoond materiaal, dat anders wellicht in een archiefkast zou verdwijnen. Aanvullend materiaal zoals commentaar van de regisseur en 'the making of' kan via de DVD uitgebracht worden. De zwakke vorm van interactiviteit die de DVD bewerkstelligt wordt ook wel 'lean backward' genoemd.

§ 4.3.2 Internet

Het World Wide Web geniet tot op heden aanmerkelijk minder bekendheid dan video en DVD als vertonings- en distributieplatform. Naast makers die op eigen kracht de mogelijkheden onderzoeken, worden hier en daar initiatieven ontplooid door instituten. Mediamatic verzorgt verschillende workshops om Nederlandse documentairemakers kennis te laten nemen van de interactieve vertel mogelijkheden en maakt daarbij gebruik van het Korsakow System. Het Sandberg Instituut en het StiFo hebben hun krachten gebundeld en organiseren samenwerkingsverbanden tussen filmmakers en internetontwerpers, hetgeen interessante multimediale projecten oplevert. Ook het IDFA besteedt aandacht aan dit subgenre in het Docs Online programma. Daar het lastig is in zijn algemeenheid over 'de' internet documentaire te spreken, vanwege de vele verschillende gedaanten beperk ik mij tot de meest kenmerkende eigenschappen op het gebied van vorm, inhoud en relatie met de toeschouwer.

De documentaire manifesteert zich op het internet in vele gedaanten. Soms wordt het medium puur als vertoningsplaats gebruikt voor de traditionele lineaire documentaire zoals we die op televisie of in het filmtheater zien. Na uitzending op televisie zijn documentaires uit de serie *Tegenlicht* bijvoorbeeld te raadplegen via internet. De grensverleggende maker zal juist de mediaconvergerende en interactieve eigenschappen van internet willen benutten. Door convergentie van verschillende media-uitingen als film, muziek, foto's, tekst, grafische vormgeving, plattegronden, animaties etc. krijgt de maker een veelheid aan mogelijkheden om het materiaal innovatief te verwerken tot een multimediaal geheel. De toeschouwer wordt een gebruiker doordat hij ieder gewenst onderdeel op een willekeurig moment kan

³⁰ 'Cinemas open their doors to documentaires', *Screen international at IDFA / IDFA dagkrant* 5, 5-11-2003, 4.

activeren. Hierdoor ontstaat een non-lineaire structuur, waardoor de vaststaande structuur - begin, midden en eind - niet langer vanzelfsprekend is, wat bij de traditionele documentaire wel het geval is. *'De interactieve manier van vertellen staat dicht bij de manier waarop we de wereld ervaren en de manier waarop we ons levensverhaal vertellen dan een lineair verhaal met een plot..'*: aldus Thalhofer, ontwerper van het Korsakow Systeem.³¹ (zie bijlage) Uiteraard ligt de basisstructuur wel vast en bepaalt de maker welke keuzemogelijkheden er zijn. De overzichtelijkheid van deze structuur is bepalend voor het trekken en vasthouden van de toeschouwer. Door het integreren van meerdere informatielagen, kan de documentaire zo simpel en ingewikkeld ervaren worden als de gebruiker wenselijk vindt. *'Documentaire is bij uitstek geschikt voor interactieve media zoals internet, omdat verschillende perspectieven van een verhaal kunnen worden uitgewerkt'*:³² aldus Klaas Kuitenbrouwer van Mediamatic. Er is blijkbaar niet langer sprake van één door de documentairemaker verbeelde visie, waar in hoofdstuk 1 sprake van is.

Vanwege het interactieve karakter is de macht van de gebruiker vele malen groter dan voorheen. Interactiviteit wordt in deze context overigens niet meer gezien als interactie tussen maker en onderwerp, volgens de definitie van Nichols (hoofdstuk 1), maar als een wisselwerking tussen systeem, documentaire of maker en gebruiker, of gebruikers onderling. De toeschouwer kan kiezen voor het activeren van voor hem interessante elementen. Bij sommige documentaireprojecten gaat de interactiviteit verder en wordt de toeschouwer als het ware tot coauteur verheven. In andere gevallen kan de bezoeker zelf materiaal toevoegen aan de online documentaire in de vorm van foto's, verhalen, een mening etc. en voorziet zodoende ook in inhoud. Deze participerende rol van de toeschouwer heeft een vergaande invloed op het karakter en daarmee de definiëring van het genre documentaire.

Interactiviteit hoeft daarentegen niet in alle gevallen af te doen aan de betekenis van het begrip, zo is te zien in het werk van Jakob Schillinger. In zijn webdocumentaire *Attitude*, waarvan de beelden zijn opgenomen tijdens een demonstratie in Berlijn, spreekt hij de toeschouwer rechtstreeks aan door het stellen van kritische vragen. De toeschouwer wordt aan de hand van die vragen door het documentairelandschap gedirigeerd. Afhankelijk van het antwoord verschijnt een nieuw beeld, waarin nieuwe vragen gesteld worden enzovoorts. Zo leert de toeschouwer spelenderwijs zijn eigen standpunt kennen. De activiteit in de zin van betekenisproductie, zoals bij de traditionele documentaire het geval is, wordt bij de internetdocumentaire voortgezet in interactiviteit, dat in bepaalde gevallen zelfs tot participatie leidt. Internet maakt de documentaire zodoende steeds meer tot een democratisch genre.

Ontsluiting via internet heeft niet alleen invloed op de positie van de toeschouwer, maar ook op de wijze waarop hij bereikt kan worden. In vergelijking met de hoge obstakels die genomen moeten worden om een film op televisie of het grote doek vertoond en gedistribueerd te krijgen, heeft ontsluiting middels het web weinig voeten in aarde. Met de komst van video en DVD werd de verspreiding al goedkoper (door verkoop, verhuur en incidentele vertoningen), maar het web biedt talloze kostensparende mogelijkheden. Althans, als het gaat om de minder interactieve documentaires, de projecten waarbij de toeschouwer deelnemer wordt, brengen meer postproductiekosten met zich mee.

³¹ Florian Thalhofer, 'If... then...', *Dox* 46, 8-10 (2003) 8.

³² RL, 'Interactieve documentaire', *IDFA Dagkrant*, 21-11-2003.

De kosten die gemaakt worden tijdens het productieproces, zullen zich niet terugverdienen, er is bij de online documentaire immers geen sprake van inkomstengenerering. Een bijkomend probleem van distribueren via internet, is de bescherming van de auteursrechten. Tot op heden is het namelijk niet mogelijk de rechten volkomen veilig te stellen.³³ Daarbij komt dat de grensoverschrijdende kracht van internet voor een Nederlandse documentaire niet opgaat vanwege de taalbarrière en een nog relatief klein gedeelte van het potentiële publiek in het bezit is van een computer met voldoende capaciteit. Ook is het onoverzichtelijke, jungelachtige karakter van het web niet bevorderlijk voor de bereikbaarheid. De potentiële toeschouwer, als hij al in het bezit is van een computer met voldoende capaciteit, wordt vaak simpelweg niet bereikt. Hij zal de weg naar deze documentaire gewezen moeten worden via zoekmachines en links op gerelateerde sites, maar beter nog: via een centrale site. Wellicht dat hier een taak ligt voor de documentairesite die onlangs op initiatief van de IKON is gerealiseerd: www.documentaire.nl. Oorspronkelijk richt deze site zich voornamelijk op televisie. Inmiddels zijn het programma van DocuZone en de omroepoepbioscoop, Het Ketelhuis, geïntegreerd en zou het een goede zaak zijn voor het gehele documentaireklimaat als deze site een centrale functie zou krijgen.

§ 4.3.3 Alternatieve platforms

Bij het zoeken naar grenzen op van vorm en inhoud gaat de documentaire met zijn tijd mee. Deels gedwongen vanuit een economische noodzaak maar ook om de eigen grenzen te verleggen en nieuwe stijlen en 'modes' te ontwikkelen.³⁴ De hierboven genoemde internet documentaire is één manier, maar in zijn zoektocht gaat de documentaire ook dikwijls relaties aan met andere mediavormen. Hieruit ontstaan zeer diverse hybride, 'crossover' en symbiotische vormen. Steeds meer mediageoriënteerde bedrijven, instanties en onafhankelijke makers zien de mogelijkheden van digitale media; Luuk Bouwman maakte tijdens zijn reis korte interactieve documentairefilmpjes.³⁵ Maar ook de documentaire van de VPRO *Zeven weken in China* is een resultaat van een nieuwe (cross) media project. Een radiomaker en een journalist reisden afgelopen jaar door China. Wekelijks ontstond hieruit een radiodocumentaire en tevens kon de reis non-stop gevolgd worden via de webdocumentaire (weblog) met reisverslagen, dagboekfragmenten, foto's, soundscapes en ruimte voor reacties. De geschiedenisite van de omroep plaatst de reis in een historische context. Een mooie kruisbestuiving van radio en internet. Ook van 'De slapeloze nacht' is een webdocumentaire gemaakt. Het was een festival met muziek, dans, performance en nog veel meer denkbare culturele uitingen dat in Vredenburg, Utrecht, 27 aaneengesloten uren duurde. Het is een symbiose van drie platformen: het evenement ter plaatste, de radio en het internet.³⁶ Verder kan de webdoc een aanvulling op een al uitgezonden documentaire zijn. Via het internet zie je hoe het de personen uit de documentaire verder vergaat. Een heel andere toepassing van technologische innovatie is een project dat tijdens het IDFA opviel door zijn opvallende vertoningsplaats. Dit was namelijk de gevel van een gebouw op de Overtoom. De documentaire werd daarop vertoond en de toeschouwer kon ieder half uur in een speciaal hiervoor

³³ Sandra Anne Piras, 'Protecting your copyright', *Dox* 49 (november 2003) 13.

³⁴ Richard Kilborn and John Izod, *An introduction to television documentary. Confronting reality* (Manchester 1997) 173.

³⁵ Te zien op www.tropisms.org, samen met andere documentaires en projecten.

³⁶ Roland de Beer, "'Voor veldbedden is geen plaats'", *De Volkskrant*, 17-01-2004.

gecharterde dubbeldekkerbus de film aanschouwen. Het was een experimenteel project van Bus Broadcasting City-tours.³⁷ Wat precies de meerwaarde van dit vertoningsplatform aan de documentaire is, vraag ik mij af.

§ 4.3.4 Evaluatie

De documentaire vindt in de nieuwe (digitale) media een scala aan kansen voor alternatieve expressievormen. Op het gebied van distributie, relatie met de toeschouwer, 'modes of representation', maar ingrijpender, ook wat betreft de traditionele definiëring van het genre en de geldende conventies. De experimentele hybride vormen die ontstaan uit allerlei kruikbestuivingen en de toenemende interactiviteit brengen de documentaire in een nieuwe fase waarin alle bestaande verhoudingen op losse schroeven staan. Eén ding is duidelijk: het digitale domein zet de bestaande verhoudingen tussen maker, documentaire, vorm en toeschouwer danig onder druk en roept om herdefiniëring van het genre.

§ 4.4 Vorm en inhoud

Voorgaand zijn de verschillende distributiekkanalen en vertoningsplaatsen in relatie tot de documentaire en de consequenties daarvan voor de vorm en inhoud uiteengezet. Naast deze, soms verstrekkende, gevolgen voor het genre, zijn ook de in voorgaande hoofdstukken aan de orde gekomen factoren – technologische innovaties en maatschappelijke tendensen, rol van de toeschouwer en de rol van de financiële infrastructuur – van groot belang. In deze paragraaf zal de invloed van al deze factoren op vorm in inhoud samengebracht worden.

Zowel volgens theoretici als volgens mensen uit het veld wordt de toeschouwer een factor van steeds grotere betekenis. Op verschillende manieren komt dit tot uitdrukking: de toeschouwer als statistisch gegeven, het aantal bezoekers in de filmtheaters en de kijkcijfers van televisie; en de toeschouwer als intelligent individu die de beeldtaal kent en herkent en zich daardoor bewust is van de geconstrueerde werkelijkheid. Een film die goed gebruik maakt van de zogeheten 'beeldsophistication' van de toeschouwer is de winnaar van de Zilveren Wolf op het IDFA 2003 *Surplus: terrorized into being consumers* van Erik Gandini. Om de toeschouwer bewust te maken van zijn eigen consumptiegedrag, maakt hij gebruik van de beeldtaal en technieken van reclamespotjes, waartegen zijn boodschap is gericht. Tevens manipuleert hij beelden, maar dit is altijd duidelijk herkenbaar voor de toeschouwer. Het publiek begrijpt de cinematografische codes. Dezelfde film zou vijftig jaar geleden zijn doel voorbij gegaan zijn: het publiek van nu kijkt immers op een heel andere manier dan het publiek van toen. Omdat de toeschouwer de beeldtaal kent, kan de documentairmaker zich steeds meer ingrepen in de werkelijkheid veroorloven. De paternaliserende toon is al lang niet meer van deze tijd en heeft duidelijk plaats gemaakt voor een gelijkwaardige relatie tussen maker en toeschouwer. 'Ironie' is een steeds frequenter voorkomende vorm waarin een verhaal gegoten wordt.³⁸

³⁷ WK, 'z.t.', IDFA dagkrant, 25-11-2003, 5.

³⁸ Kilborn en Izod, *An introduction to television documentary*, 239.

§ 4.4.1 Subgenres

Gebruikmakend van de cinematografische voorkennis van de toeschouwer, uit noodzaak een breed publiek aan te spreken en onder invloed van technologische innovaties ontstaan commerciële mixvormen, subgenres en nieuwe 'modes'. Deels gedwongen door concurrentie op televisie met verschillende reality-formats en door syncretisme met de amusementsbranche zijn bijvoorbeeld de subgenres 'docusoap' en 'fakedocumentaire' ontstaan. De 'docusoap' is een hybride genre dat ook wel 'info-tainment' genoemd wordt: het streeft naar op waarheid berustende beelden en is gegoten in een entertainment format. Het is een subgenre dat is voortgekomen uit de door Nichols in hoofdstuk 1 getypeerde observerende 'mode': makers willen inzicht verschaffen in iemands persoonlijkheid zonder zelf dominant aanwezig te zijn. De stijl heeft zich verder ontwikkeld in een stijl die: '*...prioritise(s) performance, the filmmaker's presence, entertainment.*'³⁹ In de 'fakedocumentaire' - ook wel 'mockumentary' genoemd - wordt de drang naar realisme op de hak genomen: het is een parodie, maar kan desalniettemin een duidelijk serieuze mening uitdragen. Dit was het geval bij de door de VPRO uitgezonden fakedocumentaire in de serie *Het geluk van toen* over goedkope seniorenopvang in Gambia voor minder bedeelde Nederlandse ouderen. Gebruikmakend van de stijlkenmerken toebehorend aan documentaire, maar ook door het onderwerp, wordt de toeschouwer op het verkeerde been gezet. Hier zit nu juist de crux: de kracht van deze reflexieve 'mode' ligt in het feit dat het getoonde de waarheid had kunnen zijn. Dat is des te shockender en aanleiding tot een maatschappelijk debat.

Subgenres ontstaan vanuit een concurrentienoodzaak, maar ook uit doelgroepgerichtheid. Jeugddocumentaires krijgen steeds meer belangstelling. Zo heeft het IDFA in samenwerking met het StiFo en Cinekid het programma *Kids & Docs*, waarin het een programmering aanbiedt voor kinderen van 8-12 jaar met daaraan verbonden een scenarioprijsvraag. De NCRV maakte *Dokument Junior*, dat helaas alweer in het gedrang is gekomen door bezuinigingen. Des te opmerkelijk, omdat de vraag naar jeugddocumentaires toeneemt, aldus Kaisa Kriek, sales manager van de Publieke Omroep.⁴⁰ De toenemende aandacht blijkt ook uit de interesse van de fondsen. De kinderdocumentaire zal namelijk dit jaar tijdens één van de twee open dagen van het StiFo centraal staan. Wellicht dat dit de positie van de kinderdocumentaire een impuls kan geven.

Het gros van de films die het grote doek halen, en dat zijn er maar weinig, zijn portretfilms. Deze films hebben als onderwerp een bekend persoon of groep personen afkomstig uit de amusements- of sportwereld. Denk bijvoorbeeld aan de films over Albert Mol, Gerard Thoolen en Johan Cruijff. De film over André Hazes lijkt een aantal jaren deze trend in gang te hebben gezet. 'De formule werkt, dus waarom iets nieuws proberen?' zal iedereen gedacht hebben. Tijdens de conferentie van het StiFo 26 maart j.l. uitte Ally Derks (directeur IDFA) haar ongerustheid over het ontbreken van de grotere politiek geëngageerde onderwerpen in de afgelopen zeven jaar. Blijkbaar wagen documentairemakers zich niet aan deze journalistieke onderwerpen, omdat de actualiteitenrubrieken met hun reportages het gras voor hun voeten wegmaaien. Een andere reden is de bureaucratie van de financiering, aldus Sunny Bergman. Vreemde argumenten, lijkt mij, gelet op de fundamentele verschillen tussen reportage en

³⁹ Bruzzi, *New documentary*. 98.

documentaire op het gebied van doelstelling en behandeling van het onderwerp. Waar de reportage pure journalistiek is en voorbij gaat aan het filmische aspect, gaat de documentaire de diepte in en biedt de toeschouwer ruimte eigen denkbelden te vormen. Deze discussie is emblematisch voor de in gang zijnde verbreding van het begrip 'documentaire'. Frank van Vree (verbonden aan de UVA) voegt toe dat Nederlandse makers de thema's vaak dicht bij huis zoeken. De vele egodocumenten zijn het gevolg. Ook de thema's uit 'Verwegistan' schijnen aantrekkelijk, het exotische verre, onbekende heeft de voorkeur boven maatschappelijke politieke, wereld aangelegenheden. Thema's ver weg of juist erg dichtbij zetten de toon van het huidige documentaire klimaat. Opmerkelijk en wel zo veilig.

De grote vermenging van de twee mediakanalen televisie en film is duidelijk. Met het bepalen van onderwerp en vorm wordt, m.u.v. de portretfilm, weinig rekening gehouden met het uiteindelijke vertoningsplatform. Dit is voornamelijk te wijten aan de financiële constructie, waardoor de omroep bij vrijwel alle documentaires betrokken is. Een gegeven dat in hoofdstuk 3 uitgebreid aan de orde kwam.

§ 4.4.2 Rol van omroepen en fondsen

Naast de omroepen, hebben ook de fondsen een nootore rol in het bepalen van vorm en inhoud van de documentaire. De makers weten door ervaring welke onderwerpen en voorstellen in de smaak vallen bij de fondsen en welke niet. Met die wetenschap, zijn ze geneigd voor bepaalde duidelijke, veilige vormen en onderwerpen te kiezen omdat ze dan een grotere kans maken op subsidie. Hierdoor blijven, volgens Van Ditschuyzen (TV Dits), verhalen liggen die wel verteld zouden moeten worden.⁴¹ Het zogeheten 'Vrijmanlijstje', welk door het StiFo gehanteerd wordt bij de beoordeling van de ingediende aanvragen, lijkt haaks op de opvatting van Van Ditschuyzen te staan. Volgens deze criteria hoeft het onderwerp niet interessant te zijn, als de inhoudelijke en vormgevende behandeling het maar interessant en/of relevant maakt.⁴² Dit sluit aan bij de opvatting dat de documentaire pas echt ontstaat tijdens het filmen en monteren (door cameravoering, geluid, belichting etc.). Het StiFo is om deze reden, en na een via krant en nieuwsbrief gevoerde kruistocht van de Fallaux, Verhoeff, Fleury e.a., kort geleden overstag gegaan. In plaats van een documentairescenario verlangt het fonds nu een filmplan.⁴³ Voor sommige subgenres, zoals de wetenschappelijke en historische documentaires, zal het scenario wel een betere aanvraagvorm zijn, maar voor vele andere persoonlijke, maatschappelijke en kunstzinnige documentaires niet. Het verhaal moet groeien tijdens het productieproces, een documentaire is niet een volgens een scenario te maken film. De keerzijde van de medaille, en waar het StiFo alert op moet blijven, is het gevaar dat nieuwe makers in het gedrang kunnen komen, omdat het fonds de voorkeur zal geven aan een maker met wie het al goede ervaringen heeft gehad. Toch is het mooi dat het motto van Johan van der Keuken 'Zien, Kijken, Filmen', in ieder geval door het StiFo, weer bekrachtigd lijkt te worden.

Evenals de fondsen hebben ook de omroepen een grote invloed op vorm en inhoud. Zo groot, dat voor vernieuwing niet of nauwelijks ruimte is. Ieder tijdsslot hanteert, zoals in de bijlage omschreven,

⁴⁰ 'Einde document junior in zicht', op: www.documentaire.nl/doc.asp?oID=606, bron: Spreekbuis, 26 mei 2003(?).

⁴¹ Willemien Sanders, 'Een röntgenfoto van de maatschappij. De maatschappelijke documentaire', *Het fonds in* (april 2002).

⁴² 'De documentaire en de beoordeling van documentairescenario's', *Reader Stimuleringsfonds Nederlandse culturele omroepproducties* (juni 2003) 8.

⁴³ Annemieke Gerritsma, 'Weg met het documentairescenario: leve het filmplan!', *Het fonds in* (juni 2003) z.p.

onderscheidende eisen. Deze leiden tot flinke artistieke beperkingen voor de maker; de vorm heeft zijn eigen functie in de overdracht van informatie en is een belangrijk instrument van de maker, als deze in een keurslijf gedwongen wordt van een programmaformat, heeft dit *'veilige, saaie, slappe en gezapige scripts en films tot gevolg'*⁴⁴ aldus Pieter Fleury. Fleury staat in zijn opvatting niet alleen: ook Emile Fallaux uit kritiek op het dwingende format, waarin de documentaire tegenwoordig moet passen.⁴⁵ Toch zijn deze formats in het leven geroepen vanuit een nobele gedachte: de duidelijkheid naar de toeschouwer toe verbeteren en het trekken van een (vast) publiek. Op deze manier weet de kijker wanneer hij wat voor documentaire kan verwachten. De formatstrategie heeft uiteraard tot doel de kijkcijfers te optimaliseren, maar door de beperkingen voor de makers die wellicht leiden tot een negatief effect op de aangeboden kwaliteit, kan deze juist een verlaging van de kijkcijfers ten gevolg hebben. Daarbij komt dat de omroepen en het Filmfonds dezelfde definitie van het begrip 'creatieve documentaire' hanteren, waardoor het onderscheid tussen de vertoningsplaatsen televisie en filmtheater vrijwel verdwijnt. Een door een omroep afgewezen voorstel, zal hierdoor ook weinig kans hebben bij het Filmfonds. Ook de overlapping in subsidiering door het Filmfonds en de subsidiënten van televisiedocumentaire (omroepen, StiFo, CoBO) verkleint het verschil op het gebied van vorm en inhoud van de documentaire tussen de twee distributiekkanalen televisie en het grote doek. Er wordt erg weinig rekening gehouden bij het bepalen van de vorm in inhoud met de eigenschappen van het vertoningsplatform.

§ 4.4.3 Rol van het vertoningsplatform

Het medium zou medebepalend moeten zijn voor de vorm en inhoud. Uit hoofdstuk twee kunnen een aantal elementen afgeleid worden die het medium televisie typeren. Dit medium leent zich bij voorkeur voor informatieve documentaires, zoals wetenschappelijke, geschiedeniskundige, journalistieke en maatschappelijke films. *'Televisie biedt geen plaats aan schoonheid'*: is de resolute constatering van Digna Sinke.⁴⁶ Bert Janssens (eindredacteur documentaire HUMAN) bevestigt deze stelling met zijn uitspraak dat kijkcijfers vallen of staan met het onderwerp.⁴⁷ De films kunnen ook niet te ingewikkeld of langdradig zijn uit angst voor een 'zap-moment' en in verband met de gefragmenteerde aandacht van de toeschouwer in de private kijkomgeving. De narratieve structuur zal op dit kijkgedrag aangepast moeten worden. Verder mag best wat emotie opgewekt worden, in de huiselijke omgeving heeft de toeschouwer immers weinig sociale druk, zodat de emotie de vrije loop gelaten kan worden. Naast de huiselijke setting zijn ook de technische eigenschappen van televisie van invloed op de vorm. Het beeld zelf en de afstand ertoe is kleiner, de shots bevatten veel close-ups en het geluid heeft een belangrijke rol in het trekken en houden van de toeschouwers aandacht.⁴⁸

Het grote doek, op een filmfestival of in het filmtheater, is beter geschikt voor een cinematografische documentaire. Een visueel interessante, kunstzinnige of poëtische film, als *Hollands*

⁴⁴ Fleury, 'Angst voor het zap-moment'.

⁴⁵ Emile Fallaux, 'Bevrijd de filmer', *NRC Handelsblad*, 06-12-2002.

⁴⁶ Sanders, 'Een röntgenfoto van de maatschappij'.

⁴⁷ Aliona van der Horst, 'De Donderdag Documentaire', *Nieuwsbrief DIFA* 46 (2003) 3.

⁴⁸ College 'Theory & analysis of film and television', 12-04-1999, gedoceerd door Eva Warth.

Licht doet namelijk meer recht aan de bioscoopervaring. Daarbij vereist de narratieve structuur van een film voor het doek een ander bewerking dan voor televisie; de spanningsboog kan lang zijn. Vroeger maakte documentairemakers regelmatig gebruik van dramatiserende strategieën van de fictiefilm om zo tegemoet te komen aan de verwachting van de bioscoopbezoeker (film als afleiding en vermaak). Uit het onderzoek van Verstraeten is gebleken dat de toeschouwer ook nu nog deze ‘entertainment’ verwachtingen koestert.⁴⁹ Het Filmfonds is zich hiervan terdege bewust, zoals blijkt uit de vele portretfilms die zij steunen.⁵⁰ Het succes van *André* heeft bewezen dat de formule werkt, de portretfilm over een bekend persoon is een ware trend geworden. De manier waarop de werkelijkheid in deze films wordt weergegeven varieert, maar veelal wordt hiervoor de observerende ‘mode’ gebruikt.

Met de komst van nieuwe media, is tevens een nieuwe ‘mode’ geboren: de interactieve. Niet interactief in de betekenis van Nichols, tussen filmmaker en onderwerp, maar in een nieuwe betekenis passend in een postmodern tijdperk, waarin het accent verschuift naar de toeschouwer. De DVD geeft ruimte aan interactief gebruik dat ook wel aangeduid wordt als ‘lean backward’. De narratieve spanning van film (het je laten leiden door je onderbuik) en het filmische effect (waardoor de toeschouwer een plek heeft in de filmische wereld) blijven hierbij centraal staan. Door webdocumentaires wordt ruimte gegeven aan een verdergaande vorm van interactiviteit, het zogenaamde ‘lean forward’ gebruik. De toeschouwer wordt een gebruiker en kan inhoud toevoegen binnen de vaststaande structuur; het maken van de vele rationele keuzes gaat ten koste van de lineaire spanning en het filmische effect.⁵¹ De maker zal zich dit goed moeten realiseren, niet iedere documentaire of onderwerp leent zich hiervoor. De documentairemaker Paul Cohen twijfelt überhaupt aan de waarde van interactiviteit voor het documentaire genre en stelt dat ‘...een goede documentaire mensen raakt door het vertellen van een verhaal. Daarin is het montage proces essentieel; je moet een ritme vinden om de kijker mee te nemen in het verhaal. Film is geen democratisch medium.’⁵²

Niet ieder thema of aanpak leent zich in meer of minder interactieve variant voor ontsluiting via internet. Documentaires met een overwegend informatief karakter, sluiten bijvoorbeeld wel goed aan bij het informatieve aspect van internet. Voor vertoning van (lineaire) documentaires in ‘oude stijl’, zoals wetenschappelijke, journalistieke en geschiedkundige, leent het medium zich uitstekend. Ook fungeert de internetdocumentaire prima ter aanvulling of ondersteuning van een televisiedocumentaire - zoals enkele projecten uit de Sandberg/StiFo workshop. Aan de andere kant kan het internet goed dienen als een platform voor kunstzinnige, experimentele documentaires, gezien de nog niet volledig verkende technologische eigenschappen. Het internet en andere nieuwe media maken een symbiose van verschillende media-uitingen binnen een documentaire mogelijk en bieden ruimte aan experimenten met genres, formats en vormgeving. De genreconventies zoals we die nu kennen worden daarbij zeker ter discussie gesteld. Wellicht dat deze aangepast moeten worden aan het tijdperk van nieuwe media.

⁴⁹ Verstraeten, *De zee die denkt...*, 4.

⁵⁰ De nieuwste, *Johan Crujff - En un momento dado* van Ramón Gieling past goed in het rijtje van: *Ramses- ou est mon Prince?*, *Normaal- Ik kom altijd weer terug*, *André Hazes- zij gelooft in mij*, *Ajax- Daar hoorden zij engelen zingen*, enzovoorts.

⁵¹ Anke Coumans, ‘Documentaire en nieuwe media’, [StiFo@sandberg](mailto:StiFo@sandberg.nl). *Nieuwe vormen van vertellen*, 42-51 (Amsterdam z.j.) 49.

⁵² ‘Tales around the digital campfire’, *IDFA Dagkrant* 8.

§ 4.5 Toekomstbeeld

Op basis van mijn bevindingen in dit hoofdstuk voel ik mij gesterkt in de constatering dat de vertoningsplaats een bepalende factor zou moeten zijn in overwegingen met betrekking tot de vorm en inhoud van de documentaire. Ieder platform wordt immers gekarakteriseerd door unieke eigenschappen en is op basis daarvan voor een bepaald soort documentaire geschikt. Het onderwerp, maar ook de behandeling en vormgeving ervan dient aangepast te worden aan de vertoningsplaats. Op het moment is hier weinig sprake van. Dit komt onder meer door de vergaande convergentie van de traditionele vertoningsplaatsen televisie en het grote doek, die veroorzaakt wordt door de gezamenlijke financiering van Filmfonds en omroepgeld. Hierdoor krijgt de omroep erg veel macht en worden veel documentaires op het grote doek bepaald door de televisie-esthetiek. Ook het IDFA programmeert documentaires die deze esthetiek vertonen, maar DocuZone gaat in deze aan kop. De bedoeling - het documentaireklimaat stimuleren - is goed, maar de aanpak heeft een averechts, antipathisch effect. Het potentiële publiek beschouwt de gestandaardiseerde televisievorm ten onrechte als norm voor de theaterdocumentaire en vindt deze niet de moeite en het geld waard. Hierdoor lopen ook de films die wel begiftigd zijn met cinematografische kwaliteiten hun potentiële toeschouwers mis. Dit is geen goede ontwikkeling. Daarom is het noodzakelijk het onderscheid terug te brengen zodat het verschil tussen een televisie- en een theaterdocumentaire evident is voor het publiek. Welke vorm en inhoud een documentaire op het internet het beste kan hebben, is nog niet duidelijk. Omdat het hier gaat om een betrekkelijk jong medium fungeert het tot nu toe als experimenteerplaats. Bekeken vanuit het informatieve karakter van internet, is de combinatie met documentaire een goede. Winston waarschuwt echter dat we ons niet moeten laten meeslepen door de moderne technologie.⁵³ Hij heeft duidelijk angst voor het onbekende, al dan niet terecht. Het medium biedt volop nieuwe mogelijkheden, op het terrein van 'cross over' en symbiose met andere mediavormen, maar ook in relatie tot de toeschouwer. Vanwege het unieke karakter lijkt mij de angst van Winston ongegrond. Internet en andere nieuwe media zullen naast de traditionele vertoningsplaatsen komen te staan en deze niet vervangen; de eigenheid geeft ieder platform een bestaansrecht. Ontwikkeling en experiment zijn goed, en de nieuwe media zullen hier ruimte aan bieden.

Veel mensen hebben een mening over de manier waarop de kwaliteit teruggebracht kan worden in het documentairelandschap. Documentairemakers Chiel Aldershoff en Harro Henkemans hebben begin 2002 het kuisheidmanifest DocMa 02 gelanceerd. Dit is een twaalfstal regels waaraan een DocMa 02-documentaire moet voldoen. Zij nemen de cinéma verité van vroeger als vertrekpunt voor een nieuwe ontwikkeling naar een moderne verbeterde documentairevorm. Belangrijk kenmerk is dat deze niet door de molen van de omroep gaat, weinig inmenging van buitenaf heeft en zonder compromis wordt gemaakt. De maker kan een productioneel en financieel onafhankelijke professionele film realiseren dankzij de nieuwe, betaalbare technische middelen dv-camera en pc-montage.⁵⁴ Hans Otten ziet ook de kansen van technologische innovatie. Hij roept documentairemakers op alert te blijven: '*We moeten*

⁵³ Vertaling en bewerking door René van Uffelen van Brian Winston's lezing in maart 2001, 'Documentairetechnologie tegenover documentairestijl', *Het fonds in* (juni 2001).

⁵⁴ Karin Wolfs, 'De onstuitbare kracht', *De Filmkrant*(?)

*nagaan welke mogelijkheden nieuwe ontwikkelingen bieden en meer oog hebben voor de kansen daarvan.*⁵⁵ Opvallend in de vele discussies en vraaggesprekken tussen en met betrokkenen is het voorbijgaan aan de eigenheid van het vertoningsplatform in relatie met het potentieel publiek.

⁵⁵ Hans Otten, 'Uit het bestuur', *DIFA nieuwsbrief* 43 (2002) 1.

Hoofdstuk 5. Conclusie

In dit laatste hoofdstuk van mijn scriptie zal ik antwoord geven op mijn centrale onderzoeksvraag:

Welke mogelijkheden heeft de Nederlandse documentaire op het gebied van vorm en inhoud voor het optimaliseren van de relatie met een potentieel publiek?

In tegenstelling tot wat de vraag wellicht doet vermoeden, spelen niet alleen de formele en inhoudelijke aspecten een rol. De mogelijkheden en kansen van de Nederlandse documentaire worden namelijk bepaald door drie verschillende elementen die nauw met elkaar verbonden zijn: de documentaire als genre; de relatie tussen documentaire en toeschouwer en ten slotte het financiële klimaat.

§ 5.1 Status quo

In het eerste hoofdstuk stond de documentaire als genre centraal. Op basis van verschillende theoretische inzichten ben ik tot de volgende definitie van het begrip ‘documentaire’ gekomen: *een documentaire is een subjectieve en creatieve interpretatie van fragmenten uit de werkelijkheid, waarbij de maker middels het uitdragen van zijn eigen visie bij de toeschouwer betrokkenheid en een maatschappelijk bewustzijn wil stimuleren*. Naarmate mijn onderzoek vorderde, werd het steeds duidelijker dat deze definitie niet vanzelfsprekend geldt voor alle subgenres die in de loop der jaren zijn ontstaan. Gestimuleerd door technologische innovatie, maatschappelijke ontwikkelingen en economische omstandigheden, maar ook door een beknelde positie, zijn vele subgenres ontstaan waarin niet langer de visie, het maatschappelijk bewustzijn en de creatieve behandeling centraal staan. Het valt te bediscussiëren hoever we de definitie moeten oprekken.

De docusoap, de info-tainment documentaire en de portretfilm hebben allen eerder entertainment en daarmee het binden van de kijker ten doel, dan het stimuleren van een maatschappelijk bewustzijn, overbrengen van een visie, of een creatieve behandeling van het onderwerp. De onderwerpen zelf zijn van een hoog amusementsgehalte en niet zozeer de behandeling ervan. Je zou kunnen stellen dat de documentaire weer terug is bij zijn oorsprong. In het eerste hoofdstuk noemde ik de ‘cinema of attractions’ als één van de voorlopers van het genre; in deze registraties van begin vorige eeuw, stonden ook al het exploiteren van sensatie en vermaak centraal. De cinematografische vormen zoals we zagen bij de Hollandse Documentaire School worden tegenwoordig slechts sporadisch gemaakt. Ook de theaterfilm steunt al te vaak op het onderwerp en niet op de creatieve behandeling ervan. De hoofdpersoon, in plaats van de cinematografische kwaliteit, wordt ingezet als publiekstrekker. Dit brengt met zich mee dat het hypnotische effect, zoals beschreven door de psychoanalyse in het tweede hoofdstuk minder van kracht is. Evenmin wordt het kennisvergroten verlangen bevredigd, behalve dan wanneer de toeschouwer graag wil weten wat er op het avondmenu van André Hazes staat. De onderwerpen worden vaak dicht bij huis (in het geval van het egodocument in de naaste omgeving van

de maker) gezocht, of juist aan de andere kant van de wereld. De politiek gevoelige onderwerpen in het middenveld zijn helaas evenals de cinematografische eigenschappen, niet erg aanwezig in het Nederlandse documentaireklimaat. Vrijwel alle documentaires die op het moment gemaakt worden, gaan gebukt onder de televisie-esthetiek, waarin weinig risico's worden genomen op het gebied van vorm en inhoud.

Toch constateerde ik ook positieve ontwikkelingen en mogelijkheden: de opkomst van de jeugddocumentaire. Het subgenre is inmiddels een volwassen genre aan het worden. Het gezegde 'jong geleerd is oud gedaan' gaat wellicht dubbel op: niet alleen brengt het kinderen in contact met een bepaald onderwerp, maar het draagt ook bij aan een kijkgewenning. Door de kinderen al op jonge leeftijd vertrouwd te maken met het genre, blijven ze wellicht ook als volwassenen geïnteresseerd; in hoofdstuk 2 bleek de achtergrond namelijk tevens van invloed te zijn op de relatie tussen toeschouwer en documentaire. Een andere nieuwe ontwikkeling is het ontstaan van een interactieve *mode*, die mogelijk is geworden door technologische innovaties en een steeds meer individualistisch georiënteerde postmoderne maatschappij. Ook deze interactieve vorm van het genre tornt aan de bovengenoemde definitie. Door participatie en (inter)actie van de toeschouwer kan ook de toeschouwer zijn visie kwijt in de documentaire en is niet zozeer de visie van de maker de dominante. Het internet is een uitstekende manier voor de documentaire om de toeschouwer aan te zetten tot contemplatie, het bewustzijnsstimulerende aspect kan in deze interactieve *mode* weer volop ruimte krijgen. Door de technologische aspecten en de vernieuwde rol van de toeschouwer is de vertelstructuur fragmentarisch en non-lineair.

Vorm en inhoud hangen nauw samen met de financiële infrastructuur, die het kader van de mogelijkheden grotendeels bepaalt. In hoofdstuk 3 kwam ik tot de conclusie dat het tot stand brengen van financiering niet eenvoudig is. Er zijn verschillende 'loketten' te bezoeken, maar door de onderlinge verwevenheid van de grootste geldschieters zijn de mogelijkheden niet zo talrijk als zou kunnen. De publieke omroepen financieren samen met de door het Ministerie van OC&W gesubsidieerde organen, het Filmfonds en het StiFo, het leeuwendeel van de producties. De verstremgeling van enerzijds de omroepen en het StiFo en anderzijds het Filmfonds is mijns inziens een slechte zaak omdat daarmee voorbijgegaan wordt aan de karakteristieke onderscheidende eigenschappen van de voornaamste vertoningsplaatsen: het grote doek en de televisie. In plaats daarvan ontstaat een grote grijze massa; de documentaires zijn qua vorm en inhoud niet uitgesproken en dus (niet) geschikt voor alle vertoningsplaatsen. Bovendien leidt deze verweven constructie tot een al te dominante invloed van de omroepen, in de verpersoonlijking van de documentaire eindredacteuren.

De positie waarin de publieke omroepen zich bevinden is niet eenvoudig. Naast het gegeven dat ze een ware revolutie boven het hoofd hangt in verband met bezuinigingen, zorgt hun tweeslachtigheid voor een paradoxale positie van de documentaire. De omroepen zitten in een spagaat: met aan het ene been de publieke functie (uitgedrukt in bereikcijfers) waar de overheid al zwaaiend met de Mediawet op toeziet, en aan het andere been de commerciële belangen (gemeten in kijkcijfers). De documentaire zou de publieke functie moeten dienen door bij te dragen aan de identiteit en pluriformiteit van de omroepen.

De zwaarwegende rol van de kijkcijfers, die uitmondt in diverse documentaireslots, en de harde concurrentie met commerciële programma's leidt over het algemeen tot standaardisatie en verschraling van het aanbod.

Desalniettemin fungeert de televisie als het grootste platform voor de Nederlandse documentaire en heeft het een grote rol gehad in de stimulering van het documentaireklimaat zoals we dat nu kennen. In het laatste hoofdstuk kwam naar voren dat het onderwerp van de documentaire een belangrijke kijkmotivatie voor de potentiële toeschouwer is. Bovendien stelt de aard van het medium en de functie die het heeft in het leven van de toeschouwer (hoofdstuk 2), dat de documentaire toegankelijk moet zijn, qua onderwerp en narratieve structuur. Uit angst voor het zapp-moment kan de film zich geen lange spanningsboog veroorloven. De inhoud blijkt dus dominant over de vorm.

Voor een documentaire op het grote doek is echter het cinematografische aspect belangrijk. De toeschouwer kijkt, voortvloeiend uit de vertoningscontext, met onverdeelde aandacht en de narratieve structuur kan zich daarom een lange spanningsboog veroorloven. Toch blijkt uit onderzoek dat de toeschouwer een film op het grote doek uitkiest uitsluitend op basis van het onderwerp en blijkbaar niet gemotiveerd wordt door filmische aspecten. Naar mijn mening is dit een gevolg van de televisie-esthetiek die is doorgedrongen tot het grote doek. Door de grote invloed van de omroepen en door de grootschalige programmering van televisiedocumentaires door DocuZone is de bezoeker van het filmtheater gaan geloven dat die beeldtaal de norm is. Als gevolg hiervan blijft hij weg, want waarom zou hij geld betalen en moeite nemen voor een documentaire die hij net zo goed op televisie kan zien? Een kwalijke ontwikkeling: het documentairebeleid graaft zo het graf van zijn kindje, de documentaire.

Ter compensatie wellicht, biedt het internet ruimte aan een nieuw kindje. Zowel informatieve documentaires als experimentele projecten sluiten goed aan bij het de eigenschappen van het laagdrempelige medium. Ook biedt mogelijkheden voor convergentie van verschillende media (radio, tv, geschreven tekst). Het grootste probleem is echter het vinden van publiek. De potentiële toeschouwer weet zijn weg vaak niet te vinden. Daarom ben ik een voorstander van een bundeling van krachten in een centrale wegwijzer, bijvoorbeeld via documentaire.nl.

§ 5.2 Perspectieven

Bovenstaand heb ik de mogelijkheden en omstandigheden geschetst zoals die uit mijn onderzoek naar voren komen. Ik heb daarbij een aantal knelpunten geconstateerd. Ik zal voorts mijn suggesties geven voor aandachtspunten ter verbreding van de mogelijkheden voor de Nederlandse documentaire. Uiteraard realiseer ik mij dat het teweegbrengen van een denkomslag, niet eenvoudig zal zijn. Met onderstaande suggesties wil ik een debat op gang brengen en een aanzet geven tot nadere bestudering van de aandachtspunten om zo stapsgewijs een draagvlak te creëren voor nieuwe inzichten. Ik heb een aantal opvattingen over de te geven impulsen aan het Nederlandse documentaireklimaat. Het meest belangrijke aspect is het ontrafelen en vervolgens scheiden van de verweven financiële constructie tussen televisie (omroepen en StiFo) en film (Filmfonds). De situatie van nu is een ongezonde. De macht van de omroepen is te groot, waardoor de televisie-esthetiek de overhand krijgt op het grote doek. Door het Filmfonds weer de aandacht op de film te laten richten en de televisie tot

focuspunt van het StiFo en de omroepen te houden, kan de eigenheid van de vertoningsplatformen weer bepalend worden voor de vorm en inhoud van de documentaire. Het Filmfonds en het StiFo zouden hun criteria die zij hanteren voor de beoordeling van de aanvragen beter op de vertoningsplaats moeten afstemmen. Op het moment hanteren zij praktisch dezelfde criteria.

De verschillende vertoningsplaatsen, het grote doek, televisie, nieuwe media, hebben ieder specifieke eigenschappen en karakteristieken. Dit maakt ze uniek. De toeschouwer wil zich in het filmtheater laten meeslepen en verwacht echt 'een avondje uit'; van de televisie verwacht hij tijdverdrijf, informatie, ontspanning; en van het internet soortgelijke elementen als van televisie, en als toegevoegde waarde interactie. Deze eigenheid zou gerespecteerd en benut moeten worden. Met name het verschil tussen het vertoningsplatform televisie en het grote doek zou hersteld moeten worden. Van te voren moet een documentairemaker zich al bewust zijn van dit gegeven en daarbij ook de ruimte en de middelen krijgen die nodig zijn in het waarborgen van de eigenheid. Bovendien kunnen nieuwe vertoningsplaatsen, zoals internet, goed ruimte bieden aan het vormexperiment – ook vanwege de lage kosten. Tevens biedt dit platform kansen aan jonge en opkomende filmmakers. Het medium is een broedplaats voor nieuw talent en is bij uitstek geschikt om de grenzen van de documentaire te onderzoeken. Er zou een herordening moeten komen, zodat ieder subgenre een vertoningsplaats krijgt. Het feit dat het bewustzijn stimulerende element verdwijnt in sommige subgenres geeft niet, zolang we het ons maar realiseren en er tevens ruimte blijft voor de andere vormen, zoals cinematografische juweeltjes en films die de maatschappij een spiegel voorhouden en in meer voorzien dan alleen informatie en entertainment. Het zoeken naar grenzen is goed, en daarbij ga je er wel eens overheen, dat heet experimenteren. Hiervoor moeten zeker ruimte en financiële middelen beschikbaar blijven.

In het financiële plaatje zouden marketing en publiciteit niet meer als sluitpost moeten dienen, wat nu vaak het geval is. Ook het distributieaspect moet meer onder de aandacht komen; een documentaire die niet gezien wordt, kan immers net zo goed niet gemaakt worden. Er zal een denkomslag gemaakt moeten worden. De marketinginstrumenten zijn namelijk niet enkel voorbehouden aan de populaire publieksfilm. *Bowling for Columbine* is hiervan het levende bewijs. Nederland kan hiervan leren. Ideaal zou zijn als de distributeur weer gereanimeerd wordt. A-film neemt al het voortouw met *Dame la mano* en *Johan Crujff*. Distributeurs zijn onontbeerlijk, maar uiteindelijk bepalen de vertoners en de vertoningsmogelijkheden wanneer, hoelang en welke films worden vertoond. Met de mogelijke komst van een overkoepelend Nationaal Film Instituut is het de bedoeling de distributeurs meer rechten te geven. Of en hoe dit instituut precies vorm gegeven zal worden, moet nog blijken. Iets waar nu al aandacht aan besteed moet worden is het scheppen van de voorwaarden voor succesvolle distributie. Daarmee doel ik op de geschiktheid van de documentaire voor het grote doek, met de bijbehorende cinematografische kwaliteiten qua onderwerp en vorm (sfeer oproepend, goed plot, ritmisch gemonteerd, kijker naar binnen trekkend). De documentaire kan vervolgens als publieksfilm in de markt gezet worden, het successen van *Bowling* en *André* laten zien dat een film zonder het 'stoffige' documentaire-imago erg succesvol kan zijn. Door middel van marketing en publiciteit hoeft de protagonist deze functie niet meer te vervullen, wat tot nu toe bij de Nederlandse theaterdocumentaire vaak het geval is geweest.

‘Door een bekend persoon in de schijnwerpers te zetten, verkoopt de film zichzelf wel’ zal gedacht worden. Door meer aandacht aan marketing en publiciteit te besteden, komt er ruimte voor andere onderwerpen, zodat we ook eens iets anders dan een portretfilm kunnen gaan zien. DocuZone was zich al bewust van de potentiële kracht van publiciteit. In uitvoering werden alleen twee denkfouten gemaakt. De korte draaiperiode van iedere film, waardoor een publiciteitscampagne niet het gewenste effect had en de nadruk die in de campagnes lag op DocuZone, in plaats van op de film zelf.

Daarnaast was het uitgangspunt van DocuZone ongelukkig: zo veel mogelijk documentaires op het grote doek brengen. De omroepen hangen ook in dit denkpatroon. Ik ben er van overtuigd dat je beter kwaliteit als graadmeter kan nemen dan kwantiteit. Zolang kwaliteit de richtlijn is en de toeschouwer het doel, zal de documentaire niet ten onder gaan aan zijn eigen vooruitgang, op welk vertoningsplatform dan ook en volop mogelijkheden hebben zich verder te ontwikkelen.

§ 5.3 Aanbevelingen

Omdat dit onderwerp een erg actuele en bewegelijke discussie betreft, geeft deze scriptie slechts een aanzet tot verder onderzoek en mogelijke theorieontwikkeling. Hieronder een greep uit de vele onderzoeksgebieden, die liggen te wachten op een gedreven wetenschapper.

In mijn onderzoek heb ik aandacht besteed aan de rol van de toeschouwer. Wat mij opviel was het beperkte materiaal dat zich uitsluitend op de relatie tussen toeschouwer en documentaire richt. Hoe kijkt een toeschouwer naar een documentaire en wat is de invloed op dit proces van het gebruikte medium? Is internet bijvoorbeeld wel een geschikt medium, en voor welke vormen en onderwerpen leent dit platform zich het beste? Wat is het effect van interactiviteit en non-lineaire vertelvormen op kennisoverdracht en arousal? Wat is de relatie tussen beeldkwaliteit en inhoud? Bestaande onderzoeken met betrekking tot het gebruik van internet en de invloed van multimedialiteit (tekst, beeld, film, geluid etc.) kunnen verder toegespitst worden. Ik heb mij beperkt tot literatuurstudie en eigen inzicht, maar het doen van een respondentenonderzoek met behulp van één van de door mij geanalyseerde theorieën is natuurlijk ook erg interessant.

Bovenstaande suggestie heeft betrekking op de toeschouwer en (nieuwe) media. Maar in de relatie tussen maker, techniek en documentaire is ook erg veel aan het veranderen. Met de komst van de vernieuwde opnameapparatuur, DV camera, en montagemogelijkheden, op de PC, verandert de werkwijze van de maker aanzienlijk. Ik heb dit thema kort aangestipt, maar het is zeker de moeite waard om de gevolgen op het productieproces en de vorm en inhoud nader te onderzoeken.

Tot slot is een onderzoek naar de marketing en publiciteit erg hard nodig. Hoe wordt dit nu precies aangepakt en waar gaat het fout? Wat zijn precies de verhoudingen tussen filmtheater, distributeur en producent in deze? Hoe wordt een documentaire aangekondigd in uitlopers, op affiches etc. etc.?

Bijlage I. 'Modes of adress'

Recapitulerend schema van Nichols¹:

- **Poetische documentaire** (jaren '20)
Voegt fragmenten van de wereld opnieuw samen op een poëtische wijze
afwijkend: is niet specifiek, te abstract (*mening Nichols*)
- **Argumenterende documentaire** (jaren '20)
Benaderd kwesties in de historische wereld rechtstreeks
Afwijkend: te didactisch (*mening Nichols*)
- **Observerende documentaire** (jaren '60)
Mijdt commentaar en naspelen; observeert dingen zoals ze plaatsvinden
Afwijkend: ontbreekt aan geschiedenis, context
- **Deelnemende documentaire** (jaren '60)
Interview of interactie met onderwerp; gebruikt archiefmateriaal om geschiedenis terug te halen
Afwijkend: overdreven geloof in getuigen, naïeve geschiedenis, te opdringerig
- **Reflexieve documentaire** (jaren '80)
Is kritisch t.o.v. documentaire vorm, vervreemdt zich van andere 'modes'
Afwijkend: te abstract, verliest de werkelijke kwesties uit het oog
- **Uitvoerende ('performative') documentaire** (jaren '80)
Benadrukt subjectieve aspecten van een klassieke objectieve verhandeling
Afwijkend: verlies aan nadruk op objectiviteit kan deze films verbannen naar de avant-garde,
'buitensporig' gebruik van stijl

¹ Bill Nichols, *Introduction to documentary*. (Bloomington 2001) 138.

Bijlage II. Uses and Gratifications-benadering

De uses and gratifications-benadering

(Katz, Blumler en Gurevitch, 1974)

The Uses and Gratifications approach is concerned with:

- a. the social and psychological origins of
- b. needs, which generate
- c. expectations of
- d. the mass media or other sources which lead to
- e. differentia patterns of media exposure (or engagement in other activities), resulting in
- f. need gratifications and
- g. other consequences, perhaps mostly unintended ones.

Bijlage III. Overzicht documentaireslots

Op het moment worden verschillende documentaireslots, al dan niet in coproductie, uitgezonden. Hieronder een beknopt overzicht van de meest kenmerkende series.

Close-up

De AVRO zendt onder de naam *Close-up* wekelijks een documentaire uit over visuele kunst en cultuur, waaronder film, fotografie, beeldhouwkunst, architectuur, mode en design.

Warzone

BNN heeft *Warzone*; hierin draait het om jonge mensen die zich, ondanks ernstige conflicten en moeilijkheden, waar dan ook ter wereld staande houden en zich inzetten voor leeftijdsgenoten.

De Donderdag Documentaire

De IKON en de Humanistische Omroep zijn voor *De Donderdag Documentaire* een samenwerkingsverband aangegaan. In deze serie worden documentaires getoond van zowel vooraanstaande filmmakers als van jong talent uit binnen- en buitenland. De makers tonen hoe hoofdpersonen omgaan met dilemma's.

Dokument (junior)

In NCRV's *Dokument* komen herkenbare sociaal maatschappelijke en economische onderwerpen in Nederland aan bod. Speciaal voor kinderen zendt deze omroep uit. Omdat er geen wettelijke verplichting bestaat voor omroepen om in jeugdtelevisie te investeren, is het voortbestaan van *Dokument Junior* al lange tijd onderwerp van discussie, het zou één van de eerste slachtoffers van bezuinigingen worden.¹

Uur van de wolf

De NPS besteedt in het *Uur van de wolf* aandacht aan iedere kunstzinnige discipline. Het komt voor dat de onderwerpen slechts voor een select publiek boeiend zijn.

Dokwerk

De NPS zendt tevens in samenwerking met de VARA en de VPRO de serie *Dokwerk* uit. Dit is een serie persoonlijke documentaires van gerenomeerde Nederlandse regisseurs. Het onderwerp, de aanpak en de vorm zijn direct gekoppeld aan de maker - de zogenaamde auteursdocumentaire². Uitzonderlijk is de extra lange duur van zes documentaires per jaar (tot negentig minuten).

VPRO's Import en Tegenlicht

Tot slot heeft de VPRO nog twee series, *VPRO's Import* en *Tegenlicht*. De eerste bestaat uit buitenlandse aankopen en de tweede sluit meer aan bij de informatieve programma's, maar verdient het toch genoemd te worden. Het gaat hier namelijk niet om een vast format: afhankelijk van het onderwerp wordt een passende vorm gekozen.

Tegenlicht en *Dokwerk* vormen uitzonderingen, zij hanteren niet een vast format. Overige series illustreren wel duidelijk de gemarkeerde specifieke tijdslots en huisstijlen waarin documentaires moeten passen, willen ze een plaats bemachtigen binnen het strikte programmapakket.

¹ 'Einde document junior in zicht', Spreekbuis, maandag 26 mei z.j., www.documentaire.nl/doc.asp?oID=606.

² voor meer informatie over dit onderwerp verwijst ik naar Stella Bruzzi, *New Documentary. A critical introduction* (Londen 2000).

Bijlage IV. Voorbeelden nieuwe media initiatieven

Korsakow System

Mediamatic verzorgt trainingen voor het leren werken met het Korsakow System. Dit Korsakow System is software dat voorziet in een sjabloon om beeldmateriaal te verwerken tot een in meer of mindere mate non-lineaire, interactieve documentaire. Florian Thalhofer is de ontwerper. Het is het begin van een nieuw soort relatie tussen maker en toeschouwer. De toeschouwer kan in deze context als een speler of gebruiker gezien worden die zichzelf door het materiaal navigeert, waardoor interactiviteit ontstaat. De maker of auteur bepaalt de mate van interactiviteit van de verhaalwereld; hij heeft keuze uit vier niveaus. Op het eerste niveau heeft de toeschouwer enkel een keuze tussen het wel of niet aanklikken van een button en op het vierde niveau wordt de gebruiker een soort coauteur van het materiaal. De toeschouwer wordt gedwongen tot betrokkenheid, hij moet een keuze maken, anders gaat de documentaire niet verder. Aandacht is dus vereist bij deze vorm van documentaire: de maker heeft een aandachtige toeschouwer, of geen toeschouwer. De auteur bepaalt het kader waarbinnen de toeschouwer zijn keuzes kan maken, en blijft dus zelf echt de auteur.

Stifo@sandberg-masterclass

Het StiFo en het Sandberg Instituut bundelen hun krachten en verzorgen trainingen op het gebied van nieuwe media voor documentairemakers en ontwerpers. De masterclass stelt ze in de gelegenheid de grenzen van hun discipline te doorbreken en door samenwerking te komen tot nieuwe inzichten. De documentairemakers maken samen met websitedesigners een concept voor een nieuw non-lineair verhaal, geschikt voor het internet, op basis van filmmateriaal uit een door het StiFo reeds gesubsidieerd programma. *Tiengemeten* is één van deze projecten. Digna Sinke volgt de ontwikkelingen van een agrarisch eilandje dat omgevormd wordt tot wilde natuur. In 2001 is een eerste versie van haar documentaire gerealiseerd, in 2006 hoopt ze deel 2 te kunnen presenteren. De internetsite, ontworpen door Fred Inklaar, is hierop een aanvulling evenals een parallel lopend project, dat voorziet in gelaagde achtergrondinformatie. De site houdt liefhebbers van de documentaire op de hoogte van de ontwikkelingen tot aan het verschijnen van de definitieve film en hij geeft een alternatieve uitlaatklep voor de enorme hoeveelheid informatie die tijdens de research wordt verzameld en die normaal gesproken zou sneuvelen in de montagekamer. Daarbij biedt het ruimte voor bezoekers van het eiland om hun eigen observaties van het veranderende landschap te noteren. Hier is dus sprake van een participierend, coauteurschap van de bezoeker. Het verhaal zit volgens Sinke en Inklaar in de keuze en presentatie van het materiaal, in de structuur, en niet zozeer in het vormtechnische aspect. De begeleiders van de workshop drongen aan op een duidelijke, dramatische constructie.¹ De afwezigheid van een duidelijke verhaallijn en de veelheid aan informatie en mogelijkheden zal snel als overstelpend ervaren worden en daarbij zal het voor de meeste mensen als erg arbeidsintensief ervaren worden: de toeschouwer moet wel erg betrokken zijn, wil hij het eiland zowel als de site bezoeken – en ook nog eens de moeite nemen eigen commentaar te schrijven. Naast deze voorwaarde voor succes van het project, brengt de nieuwe werkwijze nog een ander struikelblok met zich mee: uiteenlopende doelen van de filmwereld en de internetbranche. In praktijk bleek ook dat de filmwereld niet altijd op dezelfde golflengte zat als de internetbranche, waardoor de samenwerking niet altijd even eenvoudig verliep.²

¹ *Nieuwe vormen van vertellen. Stifo@sandberg*. Uitgave van het Sandberg Instituut in samenwerking met het Stimuleringsfonds, z.j., 15.

² 'Tiengemeten, lang en breed documentaireproject', *Skrien* 36, 2 (maart 2004) 54.

Bibliografie

Gedrukte bronnen:

- Abercrombie, N., *Television and society* (Cambridge 1996).
- Aitken, I. ed., *The documentary film movement: an anthology* (Edinburgh 1998).
- Alasuutari, P. ed., *Rethinking the media audience. The new agenda.* (Londen 1999).
- Ang, I., *Desperately seeking the audience* (London 1991).
- Barnouw, E., *Documentary: a history of the non-fiction film* (New York 1974).
- Beer, R. de, "Voor veldbedden is geen plaats", *De Volkskrant*, 17-01-2004.
- 'Beroerd, maar veel te winnen', in: *Nieuwsbrief Nederlands fonds voor de film* 3, 10 (2001).
- Boer, C. de en Swantje Brennecke, *Media en publiek* (Amsterdam 1995).
- Boer, C. de en Swantje Brennecke, *Media en publiek* (vijfde druk; Amsterdam 2003).
- Brouwers, S, 'Herman van der Horst (1910-1976). Meer dan een wederopbouw-cineast', *Jaarboek Mediageschiedenis* (Amsterdam 1995).
- Bruzzi, S., *New Documentary: a critical introduction* (Londen 2000).
- Burg, J. van de, 'Documentaires: de ene dvd is de andere niet', *Het Parool*, 2-4-2002.
- Burg, J. van de, Mark Duursma en François Stienen red., *Feit, Fictie, Fake* (z.p. 1997).
- 'Cinemas open their doors to documentaires', *Screen international at IDFA / IDFA dagkrant* 5, 5-11-2003.
- Coumans, A., 'Documentaire en nieuwe media', in: *StiFo@sandberg. Nieuwe vormen van vertellen*, 42-51 (Amsterdam z.j.).
- 'De documentaire en de beoordeling van documentairescenario's', *Reader Stimuleringsfonds Nederlandse culturele omroepproducties*, juni 2003.
- Eftting, M. en Gerard Reijn, 'De heilige kijkcijfers', *De Volkskrant* 10-01-2004.
- Fallaux, E. 'Bevrijd de filmer. De documentaire behoeft vooral intuïtie', *NRC Handelsblad*, 06-12-2002.
- 'Film even duur als huis', in: *IDFA Dagkrant* 4, 24-11-2003.
- Fiske, J., *Television culture* (9e druk; Londen 1997).
- Fleury, P., 'Angst voor het zap-moment', *NRC Handelsblad*, 29-11-2002.
- Forceville, C., 'Regisseurs stralen in eigen documentaire. Stella Bruzzi over invloed filmmaker op getoonde realiteit', in: *Skrien* 34, 27-29 (2002).
- Forceville, C., 'Documentairedefinities', in: *Skrien* 35, 22 (2003).

- Gerritsma, A., 'Weg met het documentairescenario. Leve het filmplan', in: *Het fonds in juni* (2003).
- Hogenkamp, B., 'De Nederlandse documentaire film 1920-1940' (Utrecht/Amsterdam 1988) in: *reader Nederlandse produktiegeschiedenis 1998-1999*, samengesteld door Sonja de Leeuw en Herman de Wit.
- Hogenkamp, B., en Henri Storck red., *De Borinage. De mijnwerkersstaking van 1932 en de film van Joris Ivens en Henri Storck* (Amsterdam 1983).
- Horst, A. van der, 'De Donderdag Documentaire', in: *Nieuwsbrief DIFA* 46, 3 (2003).
IDFA dagkrant 5, 25-11-2003.
- Jansen, I., 'Een verhaal van volhouden', in: *Nieuwsbrief DIFA* 48, 7 (2004).
- Jancovich, M. and Lucy Faire with Sarah Stubbings. *The place of the audience. Cultural geographies of film consumption* (Londen 2003).
- Kilborn, R. en John Izod, *An introduction to television documentary. Confronting reality* (Manchester 1997).
- Koenen, M., 'Het einde van DocuZone?', in: *Nieuwsbrief DIFA* 48, 8-10 (2004).
- Lacey, N., *Media institutions and audiences. Key concepts in media studies* (New York 2002).
- Mayne, J., *Cinema and spectatorship* (Londen 1993).
- Moore, S., *Interpreting audiences. The ethnography of media consumption* (Londen 1993).
- Morley, D., *Television audiences & cultural studies* (5e druk; Londen 2002).
- McQuail, D., *McQuail's Mass communication theory* (4e druk; Londen 2000).
- Neeve, F. de, 'Docuzone vanuit de projectiecabine. Een beam in je bioscoop', in: *Holland Film nieuws* 45 (2002).
- Nichols, B., *Introduction to Documentary* (Bloomington 2001).
- Nightingale, V., *Studying audiences. The shock of the real* (Londen 1996).
- Otten, H., 'Uit het bestuur', in: *Nieuwsbrief DIFA* 43 (2002) 1.
- Piras, S.A., 'Protecting your copyright', in: *Dox* 49 (2003) 13.
- Reeves, B., 'Hemispheres of scholarship. Psychological and other approaches to studying media audiences' in: Hay, J., Lawrence Grossberg en Ellen Wartella ed., *The audience and its landscape* (Oxford z.j.).
- Renov, M., *Theorizing documentary* (New York 1993).
- Rubin, A.M., 'Audience activity and media use', *Communication Monographs* 60 (1993).
- Ruddock, A., *Understanding Audiences. Theory and Method* (Londen 2001).
- RL, 'Interactieve documentaire', *IDFA Dagkrant*, 21-11-2003.

- Sanders, W., 'Een röntgenfoto van de maatschappij. De maatschappelijke documentaire', in: *Het fonds in april* (2002).
- Seiter, E., *Television and new media audiences* (Oxford 1999).
- Sonnen, C., 'Discussie over een jaar DocuZone. Podium voor kwaliteit of afwerkplek voor kneusjes?', in: *Skrien* 35, 23-25 (2003).
- Stokes, M., and Richard Maltby ed., *Hollywood spectatorship. Changing receptions of cinema audiences* (Londen 2001).
- 'Tales around the digital campfire', *IDFA Dagkrant* 8.
- Terreehorst, P. en Joost de Wert red. *Interviews met de grensverleggers. Naar aanleiding van een symposium over de Nederlandse televisiedocumentaire ter gelegenheid van de negentigste verjaardag van Joris Ivens* (Nijmegen 1988).
- Thalhofer, F., 'If... then...', in: *Dox* 46, 8-10 (2003).
- 'Theatrale uitbreng documentaires. De digitale voorstellingen', in: *Nieuwsbrief Nederlands fonds voor de film* 2, 5-7 (2001).
- Thompson, K. and David Bordwell, *Film history. An introduction* (Wisconsin 1994).
- Verdaasdonk, D., 'De toekomst van de publieke documentaire', in: *Broadcast magazine* 10, 7 (1999).
- Karin Wolfs, 'Een lesje in filmpolitiek', *De Filmkrant* 246 (2003).
- Karin Wolfs, 'Docu-nieuws', *De Filmkrant* 253 (2004).
- Karin Wolfs, 'De onstuitbare kracht', *De Filmkrant* (?).
- Koring Anja J., 'Internationale samenwerkingsverbanden op het gebied van oorlogsverslaggeving' Een wetenschappelijk essay in het kader van de cursus 'Televisie als mondiaal medium' (website onbekend).
- Zoonen, L., *Media, cultuur & burgerschap. Een inleiding* (Amsterdam 1999).

Colleges:

- College 'Inleiding Filmgeschiedenis', 07-01-2002, gedoceerd door Judith Thissen.
- College 'Introduction to film history', 20-11-1997, gedoceerd door William Uricchio.
- College 'Nederlandse productiegeschiedenis van film en tv', 05-11-1998, gedoceerd door Sonja de Leeuw.
- College 'Theory & analysis of film and television', 25-03-1999, gedoceerd door Eva Warth.
- College 'Theory & analysis of film and television', 29-03-1999, gedoceerd door Eva Warth.
- College 'Theory & analysis of film and television', 12-04-1999, gedoceerd door Eva Warth.

Internet:

ANF: 'Prins Bernhard Cultuurfonds ondersteunt de cinema', www.filmtheaters.nl.

De Filmkrant: 'Column Jan Heijs', *De Filmkrant* 252 (2004),
<http://www.filmkrant.nl/av/org/filmkran/home.ntml>.

Wolfs, K., 'Politieke documentaires', *De Filmkrant* 252 (2004),
<http://www.filmkrant.nl/av/org/filmkran/home.html>.

DIFA: <http://www.ddifa.nl/info/index.shtml>.

Documentaire.nl (Publieke Omroep/IKON): 'Einde document junior in zicht',
www.documentaire.nl/doc.asp?oID=606, bron: Spreekbuis, 26 mei z.j. (2003?).

'Publieke omroep produceert 2/3 documentaires zelf', www.documentaire.nl, 24
bron: Spreekbuis, oktober 2003(?).

Federatie Filmbelangen: '10 vragen aan.... Hans Otten',
<http://www.filmbelangen.nl/nieuwsbrief/december2003/index.html>.

'Filmbeleid: zo doe je dat', document ter begeleiding van debat tijdens NFF 25
september 2003, www.filmbelangen.nl.

Gerrits, H., 'Docuzone, een maand na de aftrap', april 2002,
http://www.filmbelangen.nl/nieuwsbrief/mei2002/docuzone_content.html.

Hanes, Philip J., 'The advantages and limitations of a focus on audience in media studies',
(www.aber.ac.uk/media/Students/pph9701.html) (april 2000).

Mediamatic: www.mediamatic.net.

Ministerie van OC&W: 'Brief van minister van OC&W aan de Tweede Kamer nmr. 27420',
04-07-2001, <http://www.minocw.nl/brief2k/2001/274201.doc>.

'Brief van de staatssecretaris van onderwijs, cultuur en wetenschappen, dr F. van der Ploeg, 22
april 2002 kenmerk MLB/M/2002/14.192', www.minocw.nl/brief2k/2002/doc/14192.doc

Nederlands Fonds voor de film: 'Beleidsplan 2001-2004', 20-02-2000,
<http://www.filmfund.nl/nieuws/010.htm>.

'Van marginaliteit naar volwassenheid. Kwaliteit, verscheidenheid, zichtbaarheid.
Kunstenplan 2005-2008', www.filmfund.nl.

'Producent Kees Rijninks in dienst van het Filmfonds', 22-09-2000,
<http://www.filmfund.nl/nieuws/017.htm>.

Planet: 'Nederlandse documentaire in Britse bioscopen',
<http://www.planet.nl/planet/show/id=75051/contentid=441432/sc=88da8b>, 29-01-
2004.

Publieke Omroep: portal.omroep.nl/nossites?nav.

Stichting Coproductiefonds Binnenlandse Omroepen:
<http://sites.omroep.nl/cobofonds/index.html>.

Stichting Stimuleringsfonds Nederlandse Culturele Omroepproducties:

www.stimuleringsfonds.nl.

'Voor de vorm: de toekomst van de documentaire. Fragment uit verslag van de documentairelezing van Hans Beerekamp', *Het fonds in* (november 2003)
<http://www.stimuleringsfonds.nl/>.

'Jaarverslag 2002', www.stimuleringsfonds.nl.

Thuiskopiefonds: <http://www.cedar.nl/thuiskopie/thuiskopiefonds.html>.

VPRO: www.7wekeninchina.nl.
www.omroep.nl/geschiedenis.

Overig:

Nederlands Fonds voor de film, jaarverslag 2002.

Verstraeten, P. in samenwerking met NOS Kijk- en Luisteronderzoek in opdracht voor het Nederlands Fonds voor de Film, *De zee die denkt... Gaat dat over Greenpeace? Marktonderzoek naar de theateruitbreng van Nederlandse documentaires* (augustus 2001).

Vertaling en bewerking door René van Uffelen van Brian Winston's lezing in maart 2001, 'Documentairetechnologie tegenover documentairstijl', *Het fonds in* juni (2001).

Personen:

Hans Otten (voorzitter DIFA en filmmaker).

Huub Roelvink (projectmanager Docuzone).

Ingrid van Tol (Stafmedewerker StiFo documentaire).

Monica Wissing (projectmedewerker Filmfonds documentaire).

Willemien Sanders (DIFA).