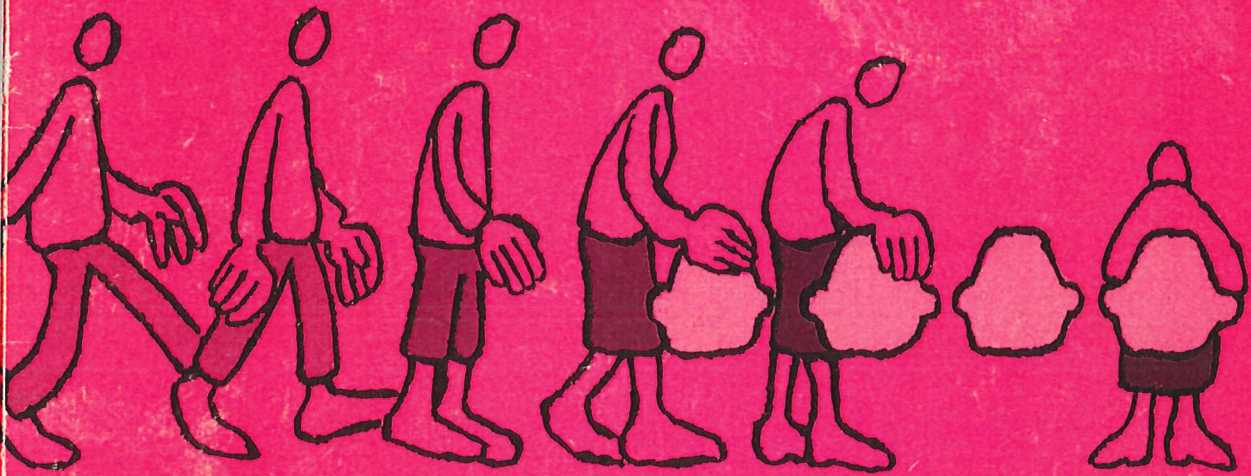


Ministerie van
Welzijn,
Volksgezondheid en
Cultuur

Film en publiek



W
E L
Z I J N
V O L K S
G E Z O N D
H E I D E N
C U L T U U R

Ministerie van
Welzijn,
Volksgezondheid en
Cultuur

Stafafdeling
Culturele Zaken

Handwritten notes:
Koning
Ex. de
Thuis

Film en publiek

**Een onderzoek naar
omvang en samenstelling
van het publiek van
vier kanalen van filmdistributie
aan de hand van
secundair geanalyseerde
gegevens.**

Vakgroep
theoretische sociologie
en methodenleer
Rijksuniversiteit Utrecht

John Faasse
Harry Ganzeboom

Rijswijk,
januari 1986

TEN GELEIDE

Eind 1984 verzocht de Stafafdeling Culturele Zaken van het Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur (WVC) de Vakgroep Theoretische Sociologie en Methodenleer (TSM) (Rijksuniversiteit Utrecht) om, als vervolg op het onderzoek "Effecten van prijsverlaging op bioscoopbezoek" (Beereboom en Ganzeboom, 1985), een onderzoek te verrichten naar de samenstelling van het filmpubliek. Een voorstel hiervoor werd geformuleerd in de notitie "Film en publiek". Het Ministerie gaf in februari 1985 opdracht tot het uitvoeren van een deel van de voorgestelde analyses, in het bijzonder voorzover betrekking hebbend op heranalyse van een enquête naar filmkijken, eind 1983 met steun van het Ministerie gehouden in opdracht van het filblad Skoop door de N.V. vh. Nederlandse Stichting voor Statistiek (NSS).

Met de uitvoering van het onderzoek werd begonnen in april 1985. Het werd verricht door Drs. J.H. Faasse en Dr. H.B.G. Ganzeboom, verbonden aan de Vakgroep TSM, onder supervisie van Prof. Dr. R. Wippler. Ronald Batenburg en Matthijs Kalmijn hebben als student-assistent bijgedragen aan de preparatie van de data en de analyses van de Tijdsbestedings- en Leefsituatieonderzoeken. De werkzaamheden werden in de uitvoering begeleid door Drs. A. Hogervorst (WVC, Afdeling Film), Dr. A. Bevers (WVC, Stafafdeling Culturele Zaken) en Drs. J.Ph. Wolff (Nederlandse Bioscoopbond).

Onze dank gaat uit naar de volgende personen en instellingen die ons op verschillende manieren met inlichtingen en/of adviezen terzijde hebben gestaan: Bert Jongen (VideoMarkt), de Nederlandse Bioscoopbond, de NSS, de NOS Dienst Kijk- en Luisteronderzoek, het Steinmetzarchief te Amsterdam, de Stichting Fonds voor de Nederlandse Film en de Stichting Productiefonds voor Nederlandse Films. Wij bedanken tevens de ondervraagden die hun medewerking hebben verleend aan de nadere bepaling van het begrip "kunstzinnige film".

John Faasse
Harry Ganzeboom

INHOUDSOPGAVE

1	INLEIDING	7
1.1	Teruglopend bioscoopbezoek	7
1.2	Oorzaken van het teruglopende bioscoopbezoek	7
1.3	Overheidsbeleid ten aanzien van film	13
1.4	Overheidsbeleid tegen de achtergrond van het teruglopende bioscoopbezoek	16
2	PROBLEEMSTELLINGEN EN ONDERZOEKOPZET	18
3	HET BEREIK VAN DE VIER KANALEN	21
3.1	De omvang van de publieksgroepen	21
3.2	Overlapping van de publieksgroepen	29
3.3	De sociale achtergrond van de publieksgroepen	33
4	NAAR EEN VERKLARING VAN DE SOCIALE SAMENSTELLING VAN FILMPUBLIEKSGROEPEN	38
4.1	Filmkijken als culturele consumptie	38
4.2	Multivariate analyse	43
4.3	Frequentie van het bioscoopbezoek en filmkijken via de media	47
4.4	Vergelijking bioscooppubliek 1975-1980 en 1974-1983	49
5	NEDERLANDSE EN KUNSTZINNIGE FILMS	52
5.1	Het bereik van de Nederlandse speelfilms	52
5.2	Het bereik van de kunstzinnige films	57
6	SAMENVATTING EN DISCUSSIE	64
	EPILOOG: De betrouwbaarheidsmarges van de gegevens	69
	LIJST VAN GERAADPLEEGDE LITERATUUR	71
	BIJLAGE	73

1 INLEIDING

1.1 Teruglopend bioscoopbezoek

Na een kortstondige opleving, met 1978 als hoogtepunt, neemt het aantal bezoeken aan bioscopen in Nederland de laatste jaren weer snel af. In 1984 werd met een totaal van nog geen 17,5 miljoen bezoekers (NBB, 1985) een nieuw dieptepunt bereikt (Tabel-1.1; Figuur-1.2). De afname van het aantal bioscoopbezoekers lijkt zich overigens niet tot Nederland te beperken. In heel Europa kampt men met teruglopende bezoekcijfers (NEHEM, 1985, p. 21; Van Taalingen, 1985, p. 3) (Figuur-1.3).

1.2 Oorzaken van het teruglopende bioscoopbezoek

Voor de daling in het bioscoopbezoek worden veelal drie hoofdoorzaken aangevoerd: (a) de opkomst van alternatieve kanalen van filmverspreiding, met name de televisie en de video, (b) de groei van het aantal (vrije)tijdsbestedingen in het algemeen en (c) de vermindering van de groei van het besteedbaar inkomen, in het bijzonder onder jongeren.

Andere kanalen van filmverspreiding

Verreweg de vaakst genoemde oorzaak voor de teruggang in het bioscoopbezoek is de uitbreiding van het aantal kanalen waarlangs men film kan kijken. Zo wordt de daling van het bioscoopbezoek die optrad na de Tweede Wereldoorlog, en in het bijzonder de sterke afkalving van het bioscooppubliek vanaf het midden van de vijftiger jaren, vrij algemeen toegeschreven aan de opkomst van de televisie (Wolff, 1964). De recente terugloop in de publieke belangstelling (na 1978) wordt meestal aan de toename van het aantal videocassetterecorders (VCR) geweten.

Het is de vraag of dat wel zo eenvoudig ligt. Daartegen spreekt namelijk dat de daling in bezoekcijfers van na de Tweede Wereldoorlog zich doorzette nadat de televisiemarkt reeds lang verzadigd bleek. De opkomst van de video lijkt ook pas nu goed gestalte te krijgen, terwijl de nieuwe dalende trend reeds geruime tijd zichtbaar is (Figuur-1.4).

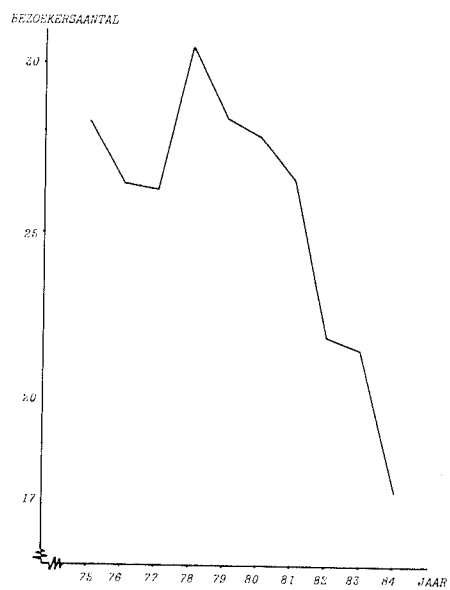
Het recente verlies aan bioscooppubliek wordt ook wel toegeschreven aan het toenemende aantal bioscoopfilms dat op de televisie is te zien. Deze toename bestaat uit twee componenten. Ten eerste de veronderstelde uitbreiding van het aantal bioscoopfilms dat wordt uitgezonden door de Nederlandse zendgemachtigden. Dit argument lijkt, gezien de gegevens in tabel-1.5, niet geheel op te gaan. Immers, ook de toename van het aantal op de Nederlandse televisie uitgezonden bioscoopfilms vond pas plaats nadat de nieuwe daling in de bezoekcijfers zichtbaar was geworden. De toename is voornamelijk toe te schrijven aan "de invoering van de zogenaamde Van der Louw zendtijd (late weekend-avonden)", die pas eind 1982 plaatsvond (NOS-KLO, B84-025, p. 2).

Tabel-1.1: Bioscoopbezoek 1975 - 1984

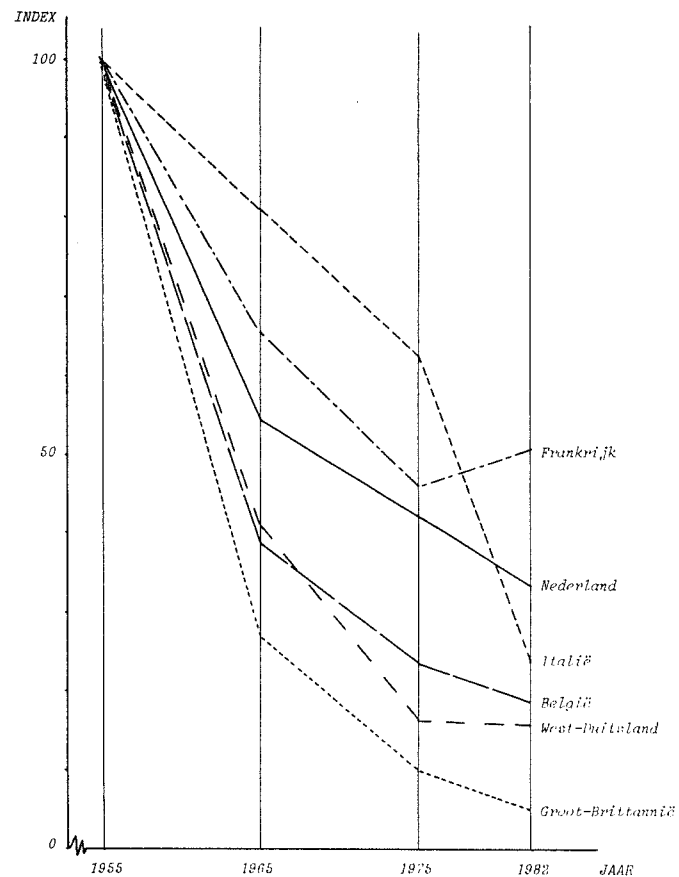
JAAR	AANTAL BEZOEKERS (X 1000)
1975	28.331
1976	26.521
1977	26.285
1978	30.522
1979	28.403
1980	27.934
1981	26.684
1982	22.006
1983	21.615
1984	17.412

Bron: Nederlandse Bioscoopbond, 1985, p. 4

Figuur-1.2: Bioscoopbezoek 1975 - 1984 in miljoenen

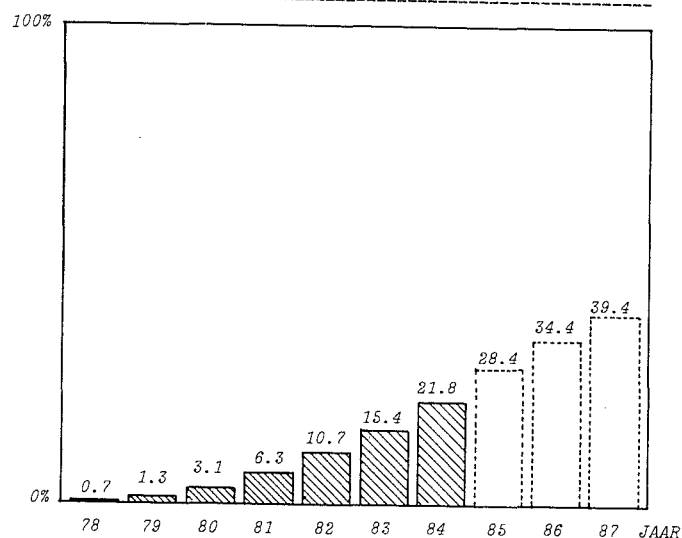


Figuur-1.3: Bioscoopbezoek in de Europese Economische Gemeenschap (de 'oude' zes) uitgedrukt in indexcijfers (1955=100)



Bron: Van Taalingen, 1985, p. 3

Figuur-1.4: Verspreiding videocassetterecorders van 1978 - 1987 als percentage van het aantal huishoudens in Nederland



Bron: VideoMarkt, november 1985, p.59

Tabel-1.5: Aantal bioscoopfilms op de Nederlandse TV 1975-1984

JAAR	AANTAL FILMS
1975	119
1976	108
1977	133
1978	112
1979	102
1980	98
1981	98
1982	118
1983	141
1984	195

Bron: NOS-KLO

Tabel-1.6: Aansluiting Centraal Antenne Systeem/Kabelnet vanaf 1978, personen van 12 jaar en ouder

JAAR	PERCENTAGE AANSLUITINGEN
1978	53%
1979	54%
1980	63%
1981	63%
1982	67%
1983	72%
1984	71%

Bron: NOS-KLO, B85-042

De tweede component van de uitbreiding van het aantal bioscoopfilms op de televisie is de toegenomen bekabeling (Tabel-1.6), waardoor de mogelijkheid tot het ontvangen van buitenlandse televisiestations en satellietprogramma's is toegenomen. Van alle Nederlanders kan zo'n 90% één of meer buitenlandse zenders ontvangen (NSS, 1984-2, K-1.1; NOS-KLO, R84-354, p. 2). Daardoor zijn de mogelijkheden om film te kijken aanzienlijk verruimd. Van die mogelijkheden wordt overigens maar spaarzaam gebruik gemaakt. Gemiddeld wordt per avond slechts 10% van de kijktijd besteed aan alle buitenlandse zenders te zamen, dat is zo'n 10 minuten per dag (NOS-KLO, R84-354, p. 5)

Een verspreidingskanaal voor films dat vanaf het begin van de 70^{er} jaren aan betekenis heeft gewonnen, is het filmhuis. Het aantal bezoekers van filmhuizen wordt door Van den Berg (1983) geschat op ongeveer 410.000 per jaar. Daarnaast trekken de zogenaamde 'incidentele vertoners' (scholen, buurthuizen etc.) volgens hem nog eens zo'n 250.000 (eveneens geschat) bezoekers per jaar. Deze auteur hanteert overigens een ruimere definitie voor het begrip 'filmhuis' dan bijvoorbeeld de Associatie van Nederlandse Filmtheaters (ANF) waarbij slechts een beperkt aantal (11) filmhuizen is aangesloten. De Associatie is een samenwerkingsverband van professionele vertoners in de alternatieve sector (ANF, 1985). De aangesloten theaters trokken in 1984 176.510 betalende bezoekers. Voor 1985 werd een groei verwacht naar 250.000 bezoekers (ANF, 1985, p. 5). Gezien de omvang van deze groep kan de concurrentie van de filmhuizen niet als belangrijke oorzaak van de terugloop van het bezoek aan de bioscoop worden aangemerkt.

De concurrentie die de bioscoop ondervindt van televisie, video en filmhuis, wordt enigszins ingeperkt door de positie die de Nederlandse Bioscoopbond in de filmwereld inneemt. In de bond zijn zowel de verhuurders als de vertoners van film verenigd. Er bestaat een afspraak dat de verhuurders geen films leveren aan niet-leden, net zomin als de vertoners films draaien die afkomstig zijn van verhuurders die geen lid zijn van de Bond. In voorkomende gevallen kan door de Bond dispensatie worden verleend. Deze geslotenheid van het systeem is mede de oorzaak geweest van de opkomst van het alternatieve circuit van distributeurs en

filmhuizen. Overigens is niet lang geleden een overeenkomst gesloten tussen de NBB en de ANF, waarin onder meer wordt bepaald dat bij de ANF aangesloten theaters ook films kunnen huren van NBB leden-verhuurders (Wolff, 1985, p. 3).

In een overeenkomst tussen de NBB en de omroeporganisaties is vastgelegd dat films niet eerder dan 40 maanden na hun premiere in de bioscoop op televisie mogen worden vertoond (Van Taalingen, 1985, p. 4). De termijn waarna een film op video mag worden uitgebracht bedraagt 6 maanden. Ten aanzien van de vertoning op betaal- of abonneetelevisie is voorlopig een termijn van 18 maanden vastgesteld. Overigens kunnen deze termijnen worden bekort indien een film in de bioscoop zeer slecht loopt.

Alternatieven in de vrijetijdsbesteding

De tweede mogelijke oorzaak van het teruglopende bioscoopbezoek, naast de uitbreiding van het aantal kanalen waarlangs men film kan kijken, is het toegenomen aantal vormen van vrijetijdsbesteding. Na 1970 is het aantal alternatieve mogelijkheden ter besteding van de "vrije tijd" (dat is de tijd die niet besteed wordt aan werken, studeren, huishouden, slapen, eten en persoonlijke verzorging (Knulst en Schoonderwoerd, 1983)) aanmerkelijk uitgebreid. Het aantal uren vrije tijd is daarentegen, ondanks de gestegen werkloosheid, voor de bevolking als geheel nauwelijks gestegen. Mensen onder de 50 jaar kregen tussen 1975 en 1980 zelfs minder vrije tijd (Knulst en Schoonderwoerd, 1983, p. 16, 17).

Binnen dit min of meer gelijkgebleven vrijetijdsbudget moet de film, en in engere zin ook de bioscoop, concurreren met een steeds breder scala van mogelijke activiteiten, zoals bijvoorbeeld "doe-het-zelven" en "bewegen". In de afgelopen jaren hebben vooral deze beide vormen van vrijetijdsbesteding zich in een groeiende belangstelling mogen verheugen (Sociaal en Cultureel Rapport, 1984, p. 406). Behalve een beslag op het inkomen, leggen deze activiteiten ook beslag op een deel van de vrije tijd. Ten gevolge van de toenemende druk op het vrijetijdsbudget ziet men een individualisering van de vrijetijdsbesteding (Knulst en Schoonderwoerd, 1983). Dat wil zeggen dat er een voorkeur optreedt voor activiteiten waarvan de deelname niet afhankelijk is van de aanwezigheid van anderen: thuisconsumptie op een tijdstip van eigen voorkeur. Ook ziet men dat de frequente beoefening van één of weinig activiteiten wordt vervangen door deelname aan een groot scala van activiteiten, op een min of meer incidentele basis. In het bijzonder relatief veel tijd vragende activiteiten op de druk bezette avonduren hebben te lijden van de toenemende tijdsdruk.

Verminderde groei van het inkomen

De verminderde groei van het besteedbaar inkomen ten gevolge van de economische recessie wordt wel als derde potentiële oorzaak voor het teruglopend aantal bioscoopbezoekers aangevoerd. Vooral de inkomenspositie van jongeren zou onder druk staan. En juist de jongeren vormen het bioscooppubliek bij uitstek. Meer dan de helft (53%) van de bioscoopbezoekers behoort tot de leeftijdscategorie van 15 - 24 jaar (NSS, 1984-1, p. 27). Uit een onderzoek dat in december 1984 is gehouden onder 15000 middelbare scholieren blijkt

zij 14% van hun totale gezamenlijke budget uitgeven aan kleding en schoenen, 13% aan de bioscoop en 12% aan alcoholhoudende dranken. De andere uitgaveposten blijven daar ver bij achter (NIBUD, 1985, p. 15).

Het besteedbaar inkomen van alle inkomenstrekkingen steeg evenwel tussen 1977 en 1979 gemiddeld 6.3% per jaar, tussen 1979 en 1980 was de stijging 4.7%. Voor jongeren onder de 23 jaar waren deze percentages 6.5%, respectievelijk 3.8% (CBS, 1984, p. 12).

Tegenover deze verminderde groei staat een stijging van de prijs van het bioscoopkaartje die boven de gemiddelde prijsstijging uitgaat. Terwijl de prijsindex voor de gezinconsumptie tussen 1970 en 1983 toenam met 136%, steeg het prijsniveau van het bioscoopkaartje in dezelfde periode met 182% (Wolff, 1984, p. 2).

De reactie van de consument in een dergelijke situatie hoeft niet direct het staken van de activiteit, c.q. het bioscoopbezoek, te zijn. Andere mogelijkheden tot bezuiniging zijn een vermindering van de bezoekfrequentie en/of het zoeken naar andere goedkopere alternatieven, bijvoorbeeld de televisie (Sociaal en Cultureel Rapport, 1984, p. 184).

Volgens Bonnell (1979) is (vooral onder jongeren) de vraag naar film tamelijk prijselastisch, met andere woorden: de prijs van film heeft een vrij grote invloed op de consumptie. In het eerder genoemde onderzoek naar de effecten van prijsverlaging op bioscoopbezoek is berekend dat een prijsverlaging op maandagavond van 40% een stijging van het bezoek op die dag met 81% tot gevolg had (Beereboom en Ganzeboom, 1985). Van deze 81% procent extra bezoekers zou naar schatting 72% zonder prijsverlaging de bioscoop niet bezocht hebben.

Uit het Skoop/NSS materiaal komt naar voren dat "minder geld ter beschikking" voor de ondervraagden in de leeftijdsgroep van 15 tot 24 jaar de meest voorkomende reden is om minder naar de bioscoop te gaan (NSS, 1984-1, D-2.1). Daarbij komt de hiervoor geschetste toename van concurrentie op de vrijetijdsmarkt, die het voor bioscoopbezoek beschikbare budget ook nog eens fors aantast.

In de afgelopen jaren is het bioscoopbezoek in Nederland tamelijk drastisch verminderd. Het is nog niet duidelijk aan welke factoren de recente terugloop in bioscoopbezoek precies te wijten is. De opkomst van het filmhuis lijkt op voorhand geen belangrijke verklaring te bieden. De invloed van het toegenomen aanbod van films via televisie en video lijkt een betere kandidaat, maar deze toename is wat anders gefaseerd dan de terugloop van het bioscooppubliek. Naast de verminderde groei van het inkomen kunnen ook de algemene tijds- en consumptiedruk ten koste gaan van het bioscoopbezoek.

1.3 Overheidsbeleid ten aanzien van film

Vóór de Tweede Wereldoorlog werd het overheidsbeleid ten aanzien van film vooral gekenmerkt door onthouding. Afgezien van de filmkeuring en het heffen van gemakkelijksbelasting had de overheid toen weinig bemoeienis met de film.

Na de oorlog komt hier geleidelijk verandering in. Het streven naar een "continue Nederlandse filmproductie" doet zijn intrede. Overigens moet men zich van die continuïteit niet al te veel voorstellen. In 1954 bijvoorbeeld, vond de toenmalige Minister van Onderwijs, Kunsten en Wetenschappen, Cals, één Nederlandse speelfilm per jaar al continu genoeg (Gispen 1980-1, p. 35).

In 1956 krijgt dit streven meer inhoud als op initiatief van de overheid en het bioscoopbedrijf, verenigd in de Nederlandse Bioscoopbond (NBB), de Stichting Productiefonds voor Nederlandse Films (in het vervolg aangeduid als "Productiefonds") wordt opgericht. Dit Productiefonds heeft als oogmerk: "Het bevorderen van de Nederlandse filmproductie in het algemeen en de productie van Nederlandse speelfilms in het bijzonder (...)" (De Jong, 1980, p. 23).

In de praktijk is het accent sterk op de productie van speelfilms komen te liggen. Dat heeft als vanzelf geleid tot het ontstaan van een tweedeling in het beleid op filmgebied. De (lange) bioscoopfilm of speelfilm wordt ondersteund via het Productiefonds. Daartegenover staat de (korte) kunstzinnige en culturele film die tot voor kort middels een aparte begrotingspost vanuit het Ministerie werd gesubsidieerd. Over de subsidieaanvragen voor korte films adviseerde de Raad voor de Kunst.

In 1983 is als wettige opvolger van dit begrotingsartikel het "Fonds voor de Nederlandse Film" (hierna te noemen "Filmfonds") opgericht (K.B. 11 oktober 1983, Staatsblad 1983, 558).

Als voordelen van de fondsconstructie worden in het Koninklijk Besluit genoemd: "dat de uitvoering van het beleid sneller en slagvaardiger kan plaatsvinden; dat de (organisaties van) belanghebbenden meer bij de besteding van de gelden betrokken worden en daarin een eigen verantwoordelijkheid dragen; en dat de overheid ontlast wordt van de eindverantwoordelijkheid van beslissingen die in wezen van artistieke aard zijn" (Staatsblad, 1983, 558, p. 4). Het Filmfonds kan gezien worden als een uitvloeisel van het fel bekritiseerde "Plan Filmcentrum" van de Raad voor de Kunst (1979) en is een eerste stap in de richting van een meer geïntegreerd filmbeleid.

Vanuit een streven naar bevordering en verspreiding van cultuur zijn distributie en vertoning minstens even belangrijke zaken als de productie van films. De overheidsbemoeienis met de film na de Tweede Wereldoorlog is dan ook niet beperkt gebleven tot de productiesfeer.

Vóór 1983 verliep de distributie van de (korte) kunstzinnige en culturele films nog via de Rijksvoorlichtingsdienst (RVD). Het nieuwe Filmfonds is tevens bedoeld om meer aandacht aan deze kant van het filmbeleid te geven. De distributiemogelijkheden van de gereedgekomen films dienen dan ook als criterium bij de beoordeling van de bij het Filmfonds binnenkomende aanvragen te worden betrokken (Staatsblad, 1983, 558, p. 4).

Ook de distributie en de vertoning van artistiek verantwoorde of kunstzinnige films uit het buitenland gaat de overheid ter harte, getuige de subsidiëring van de filmhuizen en de op dit circuit gerichte distributeurs. Vanuit het Ministerie zijn initiatieven genomen om te komen tot meer samenwerking tussen de "alternatieve

distributeurs" onderling en tussen hen en de Bioscoopbond. Tenslotte speelt de overheid middels het Filmmuseum in Amsterdam nog een belangrijke rol bij de conservering van films. Film is een kwetsbare kunst. Tot 1951 werden de meeste films gemaakt op nitraathoudend materiaal dat langzaam tot ontbinding overgaat; met de conservering is dus haast geboden (Edmondson en Schou, 1984). Veel films zijn verloren gegaan omdat men er in het verleden de waarde niet van zag, hetgeen mede zijn oorzaak zou vinden in de oorsprong van de film als kermisvermaak (Borde, 1984).

De uitgangspunten van het overheidsbeleid, zoals die zijn af te leiden uit het tot dusverre gevoerde beleid, kunnen als volgt worden geformuleerd:

- a. Zorg voor de productie van cultuur, c.q. films. Deze zorg geldt niet alle mogelijke filmproducten. Twee categorieën worden daarbij in het bijzonder gefavoriseerd, namelijk Nederlandse films en films met een kunstzinnig karakter.
- b. Zorg voor de verspreiding van cultuur, c.q. (Nederlandse en kunstzinnige) films. Het wordt wenselijk geacht dat zoveel mogelijk mensen kennis kunnen nemen van hetgeen er aan Nederlandse en kunstzinnige films wordt geproduceerd, zowel in eigen land als in het internationale filmcircuit.
- c. Zorg voor het behoud van cultuur.

Merk op dat "Nederlandse" en "kunstzinnige" films twee elkaar niet geheel overlappende categorieën zijn. Het is mogelijk dat een film ondersteuning waard wordt geacht vanwege het feit dat het een product van eigen bodem is, terwijl zij niet als "kunstzinnig" gekwalificeerd wordt. De overheid stimuleert de vertoning van buitenlandse "kunstzinnige" films middels de subsidiëring van distributeurs en filmhuizen. Wat onder "kunstzinnig" moet worden verstaan is overigens niet duidelijk.

Samenvattend kan men zeggen dat in het gevoerde filmbeleid zonder moeite de doelstellingen van het kunstbeleid kunnen worden herkend, die onlangs in de notitie Cultuurbeleid (TK, 1984-1985, 18990, nrs. 1-2) zijn neergelegd: "behoud, vernieuwing en spreiding van culturele waarden", met andere woorden "respect en de zorg voor het artistieke en culturele erfgoed uit het verleden, (...) ruimte scheppen voor nieuwe initiatieven en (...) daar de belangstelling van een zo groot mogelijk publiek voor wekken" (TK, 18990, nrs. 1-2, p. 8). Daarbij komt de zorg voor de "nationale culturele identiteit", zeker in de filmsector waar het gevaar van overspoeling door de producten van buitenlandse cultuurindustrieën niet denkbeeldig is (TK, 18990, nrs. 1-2, p. 10; NBB, 1985, p.18).

1.4 Overheidsbeleid tegen de achtergrond van het teruglopend bioscoopbezoek

Het in de afgelopen jaren teruglopende aantal bioscoopbezoeken is voor de Minister een "reden tot zorg" (TK, 18600, hoofdstuk XVI, nr. 2, p. 79). Deze bezorgdheid is op zichzelf niet zo voor de hand liggend. Immers, de belangen van de filmsector als geheel en die van het bioscoopbedrijf als onderdeel daarvan zijn vanuit het gezichtspunt van de overheid niet identiek. Het cultuurbeleid is niet in alle soorten films geïnteresseerd, maar in hoofdzaak in twee categorieën, namelijk de kunstzinnige en de in Nederland geproduceerde. De zaak van het cultuurbeleid is daarbij niet dat deze producten in de bioscoop worden aangeboden, maar dat deze via welk kanaal dan ook het publiek bereiken.

Aan de bezorgdheid van de Minister over de negatieve ontwikkelingen in het bioscoopbedrijf zouden, mede gezien het voorafgaande, een aantal overwegingen ten grondslag kunnen liggen: (a) zorg om de voorwaarden voor productie van Nederlandse films, (b) zorg om de distributie van Nederlandse en in het buitenland geproduceerde films die van kunstzinnige waarde zijn, (c) zorg om het bioscoopbedrijf als cultureel object en (d) zorg om het bioscoopbedrijf als bron van werkgelegenheid. Deze overwegingen kunnen als volgt worden toegelicht.

In de eerste plaats is het bestaan van een bloeiend bioscoopbedrijf tot op zekere hoogte voorwaarde voor de productie van Nederlandse speelfilms. Omdat de producenten hun inkomsten voor een niet onaanzienlijk gedeelte uit de bioscooprecettes krijgen, lijkt de bioscoop vooralsnog een onmisbare schakel in het productieproces. Op basis van gegevens over de periode 1979 tot en met 1983 komt Van Taalingen (1985) tot de conclusie "dat circa 80% van de opbrengsten uit de exploitatie van Nederlandse speelfilms afkomstig is van de bioscoopexploitatie en het resterende deel uit televisie- en video-exploitatie" (Van Taalingen, 1985, p. 10). Daarbij moet de kanttekening worden gemaakt dat de meeste Nederlandse speelfilms in een eerdere fase via het Productiefonds door de overheid worden gefinancierd. De financieringsstructuur van de Nederlandse speelfilms over de periode 1957-1979 ziet er globaal genomen zo uit dat "het Productiefonds gemiddeld 49% van de werkelijke produktiekosten bijdraagt, de producent 40% en de verhuurder 11%" (De Jong, 1980, p. 10). De opbrengst van de films is in veel gevallen niet kostendekkend. "Dit betekent - achteraf gezien - dat de bioscoopbezoekers meestal de film die zij bekijken beneden de kostprijs geleverd krijgen en per saldo door de producent en door het Productiefonds worden gesubsidieerd. Voor de jaren 1971-1979 is deze subsidie door de producent 21 cent per bezoeker ofwel 4% van het per bezoeker bestede bedrag en door het Productiefonds 102 cent ofwel 19% van het bedrag besteed per bezoeker" (De Jong, 1980, p. 12). Overigens meent Wolff (1981) dat ten onrechte wordt gesproken van een subsidie aan de bezoekers, omdat zij zijns inziens geen deel uitmaken van de bedrijfskolom die aanvangt met de productie van een film.

Niettemin kan men met Van Taalingen (1985, p. 11) stellen, dat ook bij een optimale benutting van exploitatiemiddelen als televisie,

video en abonnee-televisie de bioscoop naar alle waarschijnlijkheid de belangrijkste bron van inkomsten voor de producent zal blijven. Weliswaar gebeurt de vertoning van films via andere kanalen dan de bioscoop ook niet om niet, maar een producent heeft altijd nog meer baat bij 1 bioscoopbezoeker dan bij 100 filmkijkers op televisie.

Een tweede reden voor de overheid om de ontwikkelingen binnen het bioscoopbedrijf nauwlettend te volgen kan gelegen zijn in het doel tot een zo groot mogelijke verspreiding van cultureel waardevolle films te komen. Het is denkbaar dat in de bioscoop films vertoond worden die op televisie en video geen kans maken. Mogelijk zijn bepaalde genres (en dan met name Nederlandse en kunstzinnige films) voor vertoning juist op die bioscoop aangewezen. Voorts is het wellicht zo dat de verschillende kanalen waarlangs film wordt verspreid, elk een eigen publiek hebben en dat voor sommige mensen de bioscoop het enige kanaal is waarlangs zij kennis nemen van bepaalde (soorten) films. Het omgekeerde kan natuurlijk ook het geval zijn en lijkt zelfs aannemelijk. Juist omdat televisie en video een grote groep kijkers bereiken en tegelijkertijd een geïndividualiseerd gebruik mogelijk maken, waarvan de kosten laag zijn en het gebruik zonder verdere restricties is, is het mogelijk dat men via deze kanalen een omvangrijker en sociaal minder exclusief publiek trekt voor cultureel waardevolle films.

Een derde motief voor de bezorgdheid van de Minister kan gelegen zijn in de culturele waarde van de bioscopen als zodanig. Bioscopen, zo wordt wel gezegd (NEHEM, 1985), geven film een geheel eigen dimensie, bijvoorbeeld door het grote scherm, het optimale geluid en de geconcentreerde presentatie. In de bioscoop komt de film het meest tot zijn recht. Dat zou op zichzelf voor de overheid reden kunnen zijn om deze mogelijkheid voor optimale cultuurbeleving niet verloren te laten gaan.

Tenslotte kunnen nog economische en sociale motieven ten grondslag liggen aan de door de Minister geuite bezorgdheid. Bioscopen zijn bedrijven en zoals bij andere bedrijfstakken gaat de overheid de werkgelegenheid ter harte. Als de moeilijkheden van structurele aard zijn, is er reden om het bioscoopbedrijf te saneren, zodat de bedrijfseconomisch gezonde delen kunnen blijven functioneren. Overigens komt de NEHEM, in haar onlangs verschenen rapport over de situatie in het bioscoopbedrijf, op dit punt niet tot een duidelijke conclusie (NEHEM, 1985, p. 40).

2 PROBLEEMSTELLINGEN EN ONDERZOEKSOPZET

Het hier gerapporteerde onderzoek is geïnitieerd door de overheid; de prioriteiten in het filmbeleid vormen de achtergrond van de probleemstellingen. Centraal zal staan de vraag naar de relatieve betekenis van de verschillende kanalen voor de verspreiding van film, en dan in het bijzonder Nederlandse en kunstzinnige film. Daarbij wordt de vraag gesteld naar de factoren die het kijken naar film via de verschillende kanalen bepalen. De vragen die in het onderzoek beantwoord zullen worden, kunnen worden ingedeeld in drie groepen.

De eerste groep vragen heeft betrekking op de omvang van het filmkijken via verschillende kanalen, de overlapping en sociale samenstelling van de bereikte publieksgroepen:

- (a) Hoe groot is het bereik van film via de onderscheiden kanalen: bioscoop, filmhuis, televisie en video, naar aantallen bezoekers/kijkers en naar frequentie van bezoeken/kijken?
- (b) Is er een overlap tussen het kijken naar film via de bovengenoemde kanalen, of is er sprake van strikt gescheiden publieksgroepen?
- (c) Wat is de samenstelling van de onderscheiden publieksgroepen naar achtergrondvariabelen als leeftijd, burgerlijke staat, urbanisatie, opleiding en beroepspositie?

Na deze beschrijvende vragen volgt een tweede groep meer verklarende vragen die betrekking hebben op het filmkijken via verschillende kanalen:

- (d) Is het mogelijk om een model op te stellen dat een verklaring geeft van het al dan niet naar film kijken via de verschillende kanalen?
- (e) Is met zo'n model aan te geven in hoeverre televisie en video bij de verspreiding van films als concurrenten van bioscoop en filmhuis optreden? Is aan te geven in hoeverre de achteruitgang van het bioscooppubliek in de laatste jaren door deze en andere factoren is beïnvloed?

In de derde groep vragen wordt expliciet ingegaan op het kijken naar Nederlandse en kunstzinnige films.

- (f) Hoe ziet het filmaanbod via de verschillende kanalen eruit? In hoeverre verschillen de kanalen naar het aanbod (absoluut en relatief) van Nederlandse speelfilms en kunstzinnige films? Is het mogelijk om een soort confrontatiekans per kanaal te bepalen?
- (g) Hoe groot is het bereik van Nederlandse speelfilms/kunstzinnige films via de onderscheiden kanalen, naar aantallen bezoekers/kijkers en naar frequentie van bezoeken/kijken?
- (h) Is er een overlap tussen het kijken naar Nederlandse speelfilms/kunstzinnige films via de bovengenoemde kanalen, of is er sprake van strikt gescheiden publieksgroepen?
- (i) Wat is de samenstelling van het publiek van Nederlandse speelfilms/kunstzinnige films vergeleken met het filmpubliek als geheel naar:
 - a. de kanalen waarlangs film wordt gekeken,
 - b. de sociale samenstelling van het publiek.

Deze vragen zullen in eerste instantie beantwoord worden aan de hand van een heranalyse van het materiaal dat eind 1983 is verzameld door de N.V. v.h. Nederlandse Stichting voor Statistiek (NSS) in opdracht van het filmmagazine Skoop en het Ministerie van WVC. De NSS heeft eerder over de resultaten van dit onderzoek verslag gedaan in een uitvoerig tabellenverslag, dat echter geen grote verspreiding heeft gekregen (NSS, 1984, 1-2). Skoop heeft hieruit in haar jubileumnummer een aantal saillante bevindingen en samenvattende opmerkingen gepubliceerd (Skoop, februari/maart 1984). Skoop komt onder meer tot de volgende conclusies (1984, p. 100): Het bioscoopbezoek loopt terug. Een groot deel van het publiek (ook de regelmatige bezoeker) geeft de voorkeur aan filmkijken op de televisie boven een bezoek aan de bioscoop. De hoge entreprijsvormen een belangrijke oorzaak voor de terugloop van de bezoekersaantallen. Het bioscooppubliek is eenzijdig samengesteld, dat wil zeggen: overwegend jong, en daardoor kwetsbaar. De waardering voor het Nederlandse filmproduct is maar matig. De interpretatie van de onderzoeksresultaten door de Skoop-redactie is overigens niet onbekritiseerd gebleven. Zo meent Wolff (1984) dat niet is aangetoond dat video en televisie oorzaken zijn van de vermindering van het bioscoopbezoek. Van Taalings (1984) zet vraagtekens bij de gevonden negatieve waardering van de Nederlandse film.

Het materiaal van het Skoop/NSS onderzoek is gedeponereerd bij het Steinmetzarchief in Amsterdam. Hoewel aan de gegevens enige ernstige gebreken kleven, die hieronder nader besproken zullen worden, laten zij een nadere analyse toe.

Het onderzoek werd door het NSS uitgevoerd in de periode van 14-30 september 1983. Er werden 1484 personen tussen 15 en 69 jaar ondervraagd, afkomstig uit eveneens 1484 huishoudens. Eerst werden vragen gesteld over de persoonskenmerken en het bioscoopbezoek van alle leden van het huishouden. Vervolgens werd de te ondervragen persoon uit het huishouden zo geselecteerd dat in het onderzoeksbestand jongeren en (frequente) bioscoopbezoekers oververtegenwoordigd zijn. Met een terugweegprocedure kan weer een voor de Nederlandse huishoudens representatieve onderzoeksgroep worden verkregen. Deze wijze van steekproeftrekken en terugwegen vormt een efficiënte manier om via een beperkte groep ondervraagden zoveel mogelijk betrouwbare informatie te verkrijgen. In het onderzoek werden naast vragen over verschillende vormen van filmkijken ook vragen gesteld naar de waardering van films en bioscopen. Deze informatie wordt in het volgende niet geanalyseerd (NSS, 1984-1, p. 7-8).

Naast dit onderzoek, dat in het bijzonder gericht was op het verzamelen van gegevens over filmkijken, bestaan er in Nederland nog andere gegevens over filmkijken. Wij zullen in het bijzonder gegevens, die door de NBB en de NOS zijn verzameld met betrekking tot bioscoopbezoek en filmkijken op televisie in onze overwegingen betrekken. Voor een beknopte vergelijking in de tijd maken we verder gebruik van de Leefsituatie- en Tijdsbestedingsonderzoeken (LSO, respectievelijk TBO) van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP).

De opbouw van het verslag volgt verder de probleemstellingen. In

hoofdstuk 3 gaat het erom de omvang, overlapping en sociale achtergrond van het publiek van de verschillende kanalen te bepalen. In hoofdstuk 4 wordt gezocht naar een verklaring van de verschillen die hierin optreden. In hoofdstuk 5 worden de publieksgroepen van Nederlandse film en van kunstzinnige film aan een nader onderzoek onderworpen.

3 HET BEREIK VAN DE VIER KANALEN

De eerste onderzoeksvraag betreft het bereik van de verschillende kanalen. Er zijn vier kanalen te onderscheiden waarlangs men kennis kan nemen van het filmaanbod: televisie, bioscoop, filmhuis en video. In het Skoop/NSS onderzoek is naar het gebruik van alle vier kanalen gevraagd, zij het op een wat verschillende manier. Een belangrijke tekortkoming van het materiaal is, dat aan degenen die filmkijken op televisie niet gevraagd is met welke frequentie zij dit doen. Een andere, waarschijnlijk minder ernstige tekortkoming is, dat in de Skoop-enquête wordt verondersteld dat alle filmhuisbezoekers ook bezoekers zijn van de (gewone) bioscoop.

3.1 De omvang van de publieksgroepen

Bioscoop

Met behulp van het Skoop/NSS materiaal kan het bereik van de bioscoop op twee manieren worden nagegaan. Men heeft namelijk niet alleen het bioscoopbezoek van de ondervraagde, maar ook dat van alle overige leden van het huishouden afzonderlijk nagegaan. Tabel-3.1 berust op de gegevens van alle leden van het huishouden, tabel-3.2 geeft een overzicht van het bioscoopbezoek van de ondervraagden zelf. De cijfers hebben niet alleen betrekking op het bezoek aan bioscopen, maar ook op dat aan filmhuizen. 50% van de ondervraagden zegt in de twee jaar voorafgaand aan het onderzoek geen bioscoop van binnen te hebben gezien. Aan de bioscoopbezoekers en aan diegenen onder de respondenten die in in het jaar voorafgaand aan het onderzoek niet, maar in 1981 of in 1982 nog wel naar de bioscoop gingen, is om een nadere specificatie van de bezoekfrequentie gevraagd (Figuur-3.3; Tabel-3.4).

Tabel-3.1: Bioscoopbezoek van alle personen in de huishouding van 15 tot en met 69 jaar in procenten

Bezocht de afgelopen 12 maanden *	
één of meer keren de bioscoop	32
Bezocht de afgelopen 12 maanden	
de bioscoop niet, maar ging in de	
periode daarvoor:	
- min of meer geregeld	3
- af en toe	16
- ook niet	50

	100% (n=3326)

* Van oktober 1982 tot en met september 1983

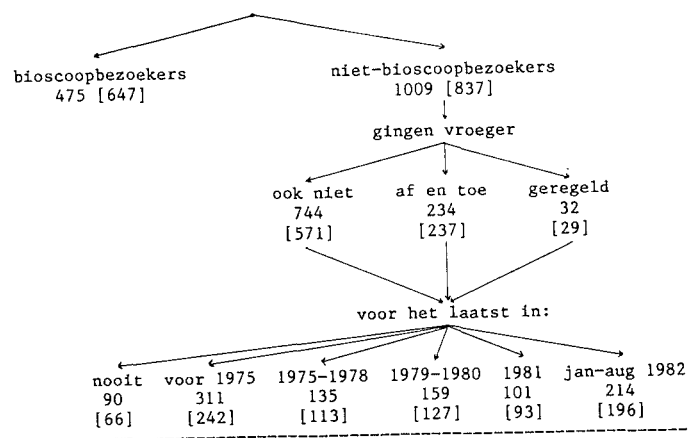
Tabel-3.2: Bioscoopbezoek van alle respondenten in procenten

Bezoekt de afgelopen 12 maanden * één of meer keren de bioscoop	32
Bezoekt de afgelopen 12 maanden de bioscoop niet, maar ging in de periode daarvoor:	
- min of meer geregeld	2
- af en toe	16
- ook niet	50
	100% (n=1484) ** [1484]

* Van oktober 1982 tot en met september 1983

** In de tabellen die gebaseerd zijn op het Skoop/NSS materiaal, geven de getallen (tenzij anders vermeld) percentages weer die gebaseerd zijn op gewogen aantallen respondenten. De percentages zijn afgerond op gehele getallen. Hierdoor kan het voorkomen dat het totaal niet gelijk is aan 100%. Tussen [] zijn steeds de ongewogen aantallen vermeld.

Figuur-3.3: "Soorten" bioscoopbezoekers volgens de structuur van de Skoop-NSS enquête



Tabel-3.4: Bezoekfrequentie van de bioscoopbezoekers en van die niet-bioscoopbezoekers, die tenminste in 1981 nog naar de bioscoop zijn geweest.

BEZOEKFREQUENTIE PER JAAR	BIOSCOOP- BEZOEKERS	NIET-BIOSCOOP- BEZOEKERS (gingen in '81 of '82 nog wel)*
52 x	3	2
26-17 x	7	2
12 x	15	9
11- 4 x	30	12
3- 2 x	45	36
1 x	15	27
minder	6	11
	100% (n=475) [647]	100% (n=315) [289]

* De cijfers van de niet-bioscoopbezoekers hebben uiteraard betrekking op de tijd dat zij nog wel de bioscoop bezochten.

Wanneer men de juiste wegingsprocedure toepast, kan uit de combinatie van tabel-3.1 en tabel-3.4 het aantal bioscoopbezoeken in Nederland in 1983 worden berekend. In het Skoop/NSS rapport is deze berekening uitgevoerd. Ze komt uit op circa 22 miljoen bioscoopbezoeken (p. 27), hetgeen [wel heel erg nauwkeurig! (F&G)] overeenstemt met het aantal bioscoopbezoeken dat door de NBB in dat jaar werd geregistreerd.

In het vervolg zullen we (overeenkomstig het Skoop/NSS rapport) van "bioscoopbezoeker" spreken als iemand verklaard heeft in de 12 maanden voor het onderzoek tenminste éénmaal een bioscoop bezocht te hebben. Het aantal aldus omschreven bioscoopbezoekers bedraagt 32% van de bevolking tussen 15 en 69 jaar (Tabel 3.2), een getal dat zeer goed overeenstemt met dat van andere onderzoeken, zoals gerapporteerd in het Statistisch Zakboek (CBS, 1985, p.110).

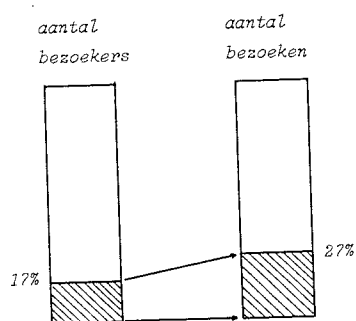
Filmhuis

De vragen naar het filmkijken buitenshuis die in de Skoop/NSS enquête zijn gesteld, hebben zowel betrekking op het bezoek aan bioscopen als op het bezoek aan filmhuizen. Een positief antwoord kan betekenen dat de ondervraagde zowel bioscopen als filmhuizen bezoekt, maar ook dat hij of zij slechts één van deze beide instellingen frequenteert. Aan deze bioscoopbezoekers is vervolgens de vraag gesteld: "Komt U wel eens in een filmhuis? Een filmhuis is een gelegenheid waar tegen betaling als regel zogenaamd Art-films worden vertoond." [De opsteller van de vragenlijst heeft nogal vreemde ideeën over de filmhuizen (F&G).]. Onder de redelijke aanname dat de niet-bioscoopbezoekers in de afgelopen 12 maanden ook geen voet in een filmhuis hebben gezet, verkrijgt men de percentages uit de tweede kolom van tabel 3.5.

Tabel-3.5: Bezoek aan filmhuizen uitgedrukt als percentage van het aantal bioscoopbezoekers en van alle respondenten samen.

	% FILMHUISBEZOEKERS ONDER	
	BIOSCOOPBEZOEKERS	RESPONDENTEN
Bezoekt wel eens een filmhuis	17	6
Bezoekt nooit een filmhuis	83	94
	100% (n=475) [647]	100% (n=1484) [1484]

Figuur-3.6: Percentage filmhuisbezoekers en percentage bezoeken aan film dat door hen wordt afgelegd.



Door combinatie van de tabellen 3.4 en 3.5 is te bepalen dat de filmhuisbezoekers (bioscoopbezoekers die ook wel eens in een filmhuis komen) gemiddeld 12 maal per jaar naar de film gaan en de niet-filmhuisbezoekers onder de bioscoopbezoekers 7 maal. Het bezoek aan filmhuizen gaat dus samen met een hogere bezoekfrequentie aan films buitenshuis. De filmhuisbezoekers (17.3% van alle ondervraagden die in het jaar voorafgaand aan het onderzoek een bezoek brachten aan een bioscoop/filmhuis) waren samen goed voor 27% van alle bezoeken aan bioscoop/filmhuis (Figuur 3.6). De groep van filmhuisbezoekers bestaat derhalve uit zeer frequente bezoekers, die ook relatief veel van het bezoek aan de gewone bioscopen voor hun rekening nemen. Met behulp van deze gegevens kan men een schatting maken voor het totaal aantal bezoeken aan filmhuizen in 1983. 25.9% van de film-

huisbezoekers heeft de laatst bezochte film in een filmhuis gezien. Als aangenomen mag worden dat het bezoek aan hetzij bioscoop, hetzij filmhuis volgens toeval over het jaar is verdeeld, volgt hieruit dat van de 12 bezoeken die de doorsnee filmhuisbezoeker per jaar brengt, er gemiddeld 3 het filmhuis en 9 de bioscoop gelden. Hieruit kan weer worden afgeleid dat van het totaal aantal bezoeken aan filmvoorstellingen door de bioscoopbezoekers 7% het filmhuis geldt. Bij 22 miljoen bezoeken aan de bioscoop per jaar zouden dat 1.6 miljoen bezoeken aan het filmhuis zijn. Dit aantal is nogal hoog in vergelijking met elders genoemde cijfers. Zo komt bijvoorbeeld Van den Berg (1983) tot een getal van 0.4 miljoen bezoeken per jaar.

Zelfs gegeven het feit dat de hier gemaakte schatting op een aantal ruwe aannamen berust en er dus een flinke afwijking in kan zitten, lijkt het getal nog veel te hoog. Een aannemelijke verklaring is dat de vraagstelling in de NSS-enquête bij de respondenten een ruimere interpretatie van het begrip "filmhuis" in de hand heeft gewerkt dan eigenlijk juist zou zijn. Het is niet onwaarschijnlijk dat een aantal ondervraagden bij het begrip "filmhuis" hun gedachten tevens heeft laten uitgaan naar die commerciële bioscopen die men wel als "arthouse bioscopen" betitelt, omdat zij veelal artistiek meer verantwoorde films vertonen voor een wat kleiner publiek. Blijkens informatie verkregen van de Nederlandse Bioscoopbond is deze groep van 21 bioscopen uit het NBB-circuit gezamenlijk goed voor 0.6 miljoen bezoeken per jaar. Voorts is het aannemelijk dat ook een gedeelte van het bezoek aan "incidentele vertoningen" (buurthuizen e.d.) door de ondervraagden als "filmhuisbezoek" is opgevat. Van den Berg (1983) schat het getal van deze bezoeken op 250.000. Zelfs wanneer men het bezoek aan "echte filmhuizen", de NBB-arthouses en de incidentele vertoningen bij elkaar telt, wijkt het resultaat van de Skoop/NSS-enquête nog iets naar boven af. Bijgevolg dient men te bedenken dat ook de in dit rapport gebezigde term "filmhuisbezoeker" ruim moet worden opgevat.

Televisie

Om op de televisie film te kunnen kijken is een voorwaarde dat men over een toestel beschikt. Dat is voor 98% van de ondervraagden het geval. De vragen over TV-kijkgedrag zijn helaas verder alleen gesteld aan de bioscoopbezoekers en aan de niet-bioscoopbezoekers die tenminste in 1979 nog naar bioscoop of filmhuis zijn geweest (onderstreept in figuur-3.3, n=948). Zij kregen een kaart voorgelegd met een aantal soorten televisieprogramma's, waaronder de categorieën "Nederlandse bioscoopfilms" en "buitenlandse bioscoopfilms". Meer dan 80% van de ondervraagden zegt werkelijk naar één van beide of beide soorten televisieuitzendingen te kijken. Tabel-3.7 geeft een overzicht. Als "film-op-TV-kijkers" worden in het volgende degenen beschouwd die naar Nederlandse en/of buitenlandse bioscoopfilms op de televisie kijken.

Tabel-3.7: Filmkijken op de televisie *

Kijkt geen film op televisie	
Kijkt zowel Ned. als buitenl. films op TV	58
Kijkt alleen Nederlandse bioscoopfilms op TV	3
Kijkt alleen buitenlandse bioscoopfilms op TV	20

	100% (n=948)
	[1058]

* De vraag over filmkijken op TV is niet gesteld aan degenen die langer dan vijf jaar niet in de bioscoop zijn geweest. De ondervraagden zonder televisie zijn gerekend bij degenen die geen film op TV kijken.

Er zijn ook vragen gesteld naar belangstelling voor andere programmasoorten. Behalve naar buitenlandse bioscoopfilms (80%), kijken verreweg de meeste ondervraagden ook naar journaal en actualiteiten (84%). Daarna komen Nederlandse bioscoopfilms (63%), natuurfilms (56%) en sport (55%). Doordat er zoveel meer buitenlandse dan Nederlandse films op de televisie (Tabel-5.3) worden uitgezonden is deze vergelijking ten opzichte van de Nederlandse film niet geheel eerlijk. Verderop zal blijken dat de Nederlandse films gemiddeld een hogere kijkdichtheid hebben dan de buitenlandse.

Niet alleen is gevraagd of men naar bepaalde programmasoorten kijkt, maar eveneens of men een uitgesproken voorkeur heeft voor bepaalde programmasoorten. Ook dan blijkt de buitenlandse bioscoopfilm hoge ogen te gooien. 56% van de respondenten die naar buitenlandse bioscoopfilms kijken heeft tevens een voorkeur voor deze programmasoort. Voor de Nederlandse bioscoopfilm ligt dat percentage op 39%.

Ook uit het NOS materiaal over bioscoopfilms op de televisie blijkt dat de Nederlandse speelfilm gemiddeld een lagere waardering krijgt dan de buitenlandse. Maar in de periode 1975-1984 trokken diezelfde Nederlandse speelfilms gemiddeld wel 1.68 maal zoveel kijkers als de producten uit het buitenland (Tabel-5.4). De Nederlandse speelfilm blijkt een graag geziene, maar achteraf weinig gewaardeerde gast.

Met de Skoop/NSS gegevens is niet te bepalen wat de frequentie van het filmkijken op de TV is. Wel bekend is hoe vaak men per week naar de TV kijkt, maar met dat gegeven is verder niet veel te doen. Een goed cijfer kunnen we wel aan een andere bron ontleenen. Volgens NOS-kijkcijfers was het totale kijkcijfer in 1983 voor bioscoopfilms die in dat jaar op de Nederlandse televisie werden uitgezonden circa 269 miljoen (NOS/KLO-B84-025), dat wil zeggen dat alle Nederlanders van 12 jaar en ouder samen in 1983 269 miljoen maal naar een film op televisie hebben gekeken. Gecombineerd met tabel 3.7 zou dit betekenen dat de filmkijkers op televisie gemiddeld zo'n 23 films per jaar zien.

Videocassetterecorder

14% van de ondervraagden kon ten tijde van het onderzoek (september 1983) thuis beschikken over een videorecorder. Van deze 206 ondervraagden gebruikt 75% de recorder voor het opnemen en afspelen van complete bioscoopfilms van de televisie en 66% voor het afspelen van gehuurde en/of gekochte bioscoopfilmcassettes.

Uit figuur-3.8 en tabel-3.9 komt naar voren dat het opnemen en later weer afspelen van bioscoopfilms van de TV door meer mensen wordt gedaan en tevens wat frequenter voorkomt dan het afspelen van gekochte of gehuurde cassettes. Gemiddeld bekijken degenen die films op de videorecorder afspelen 52 films per jaar, dus ongeveer één film per week. Daarvan zijn er gemiddeld 29 van de televisie opgenomen en 23 gehuurd. Uit een NOS-onderzoek, dat in dezelfde periode werd gehouden, komt eveneens naar voren dat de gemiddelde frequentie van het afspelen van via de TV opgenomen bioscoopfilms en gehuurde films niet veel verschilt (NOS-KLO, R84-362).

Aan de ondervraagden die niet zelf beschikken over een videorecorder, is gevraagd of zij wel eens bij anderen kijken naar bioscoopfilms die via een videorecorder worden afgespeeld. 22% van deze ondervraagden (n=1275) zegt dat te doen. In tabel 3.10 is de frequentie van het kijken naar film op VCR bij anderen weergegeven. Het kijken bij anderen wordt wel door veel mensen gedaan, maar niet erg regelmatig. Het gaat om gemiddeld 12 films per jaar. Ook ten aanzien van het totale videogebruik kan men met behulp van deze gegevens de omvang schatten. Gemiddeld zien de videokijkers ongeveer 20 films per jaar op hun eigen apparaat of bij anderen.

Tabel-3.8: Videorecordergebruik t.a.v. films door 'beschikkers'.

Kijkt geen film via VCR	13
Opnemen en afspelen bioscoopfilms van TV	22
Afspelen bioscoopfilms huur/koopcassettes	13
Beide	53

	100% (n=206)
	[205]

Tabel-3.9: Frequentie videorecordergebruik t.b.v. film kijken

	Opnemen/afspelen films van TV	Afspelen van huur/koop- cassettes
1x per week of meer	35	27
enkele malen per maand	31	17
1x per maand	20	28
minder vaak	14	28
	-----	-----
	100% (n=150)	100% (n=133)
	[151]	[134]

Tabel-3.10: Frequentie van het bij anderen naar bioscoopfilms op de VCR kijken.

lx per week of meer	7
enkele malen per maand	10
lx per maand	17
minder vaak	66
	100% (n=270)
	[312]

Tabel-3.11: Film-op-video-kijkers, beschikkers plus kijkers bij anderen

Kijkt film op video	30
Kijkt geen film op video	70
	100% (n=1484)
	[1484]

Conclusie

Hoewel het Skoop/NSS materiaal op een aantal punten tekortschiet, lijkt het, mede op basis van ander materiaal (NOS-KLO), toch mogelijk tot een overzicht te komen van het bereik van de verschillende kanalen van filmkijken. Dit bereik is zowel te definiëren in termen van het aantal bereikte personen als in termen van het totaal aantal keren ("viewings") dat naar een film wordt gekeken. In het geval van bioscoop en filmhuis staat het aantal "viewings" dan ook voor het geregistreerde aantal bezoeken. Bij televisie en video zou men kunnen spreken van het aantal bezoeken aan de "thuisbioscoop". Het aantal "viewings" is, met andere woorden, een sommatie, zowel over personen als over films. Deze cijfers zijn opgenomen in tabel-3.12.

Tabel-3.12: Bereik van de verschillende kanalen

	% BEREIKTE PERSONEN	AANTAL FILMS P.P.	% VAN HET TOTAAL AANTAL VIEWINGS
TELEVISIE	81%	23	69%
BIOSCOOP	32%	7	8%
FILMHUIS-ARTHOUSE	6%	3	1%
VIDEO	30%	20	22%
			100%

De televisie is veruit het belangrijkste medium voor de verspreiding van film. Het aantal ondervraagden dat op de televisie naar film kijkt overtreft veruit de aantallen filmkijkers via andere kanalen. Bovendien kijkt men via de televisie gemiddeld meer films dan via de andere kanalen.

Het filmhuis lijkt op basis van de uitgevoerde berekeningen een kleine, maar belangrijkere plaats in te nemen dan tot dusverre is aangenomen. Het is echter plausibel dat dit ten dele wordt veroorzaakt door de definitie van "filmhuis" die in de vraagstelling lag besloten. Dan zou in plaats van bezoek aan "filmhuizen" in de engere zin, bezoek aan meer artistiek ingestelde accommodaties zijn gemeten. De verhouding tussen het aantal bezoeken aan de bioscoop en het aantal bezoeken aan het filmhuis in de tabel (8:1) stemt niet overeen met de gegevens uit andere bronnen (NBB, 1985; Van den Berg, 1983). Bij correctie voor afronding wordt de verhouding 12:1 terwijl deze eigenlijk 17:1 à 20:1 zou moeten zijn. Nogmaals, waarschijnlijk ten gevolge van de wat ongelukkige formulering van de vraag naar het bezoek aan filmhuizen, wijkt de in het Skoop/NSS materiaal gevonden verhouding tussen de bezoekcijfers van bioscoop en filmhuis af van de werkelijke verhouding. Deze tekortkoming heeft overigens geen consequenties voor de volgende conclusies.

De videorecorder neemt in vergelijking met de televisie vooralsnog een bescheiden plaats in, maar blijkt bioscoop en filmhuis als medium van filmverspreiding gepasseerd. De verspreiding van het apparaat was ten tijde van het onderzoek nog vrij beperkt. Waar echter een videorecorder aanwezig is, wordt deze vrijwel steeds (87%) gebruikt voor het afspelen van bioscoopfilms, al dan niet via gehuurde cassettes. Het kijken naar film op de videorecorder bij anderen is tamelijk wijd verbreid, maar de frequentie ligt niet erg hoog. Aangenomen mag worden dat het belang van het videokanaal voor filmverspreiding sinds het tijdstip van onderzoek (september 1983) sterk is toegenomen. De meeste recente tot onze beschikking staande cijfers geven aan dat inmiddels in 21.8% van de huishoudens een videocassetterecorder aanwezig is (Figuur 1.4). Zoals aangegeven, was dit ten tijde van het Skoop/NSS onderzoek nog 14%.

3.2 Overlapping van de publieksgroepen

De tweede onderzoeksvraag betreft de overlapping van de publieksgroepen van de verschillende kanalen. Is het nu zo dat langs de verschillende kanalen steeds dezelfde groepen van filmfiethebbers worden bereikt, of opereren de verschillende kanalen op gescheiden markten? Om deze vraag te kunnen beantwoorden, dienen eerst de relevante publieksgroepen te worden afgebakend. Als bioscoopbezoekers zullen zij worden beschouwd die in de 12 maanden voorafgaande aan het onderzoek tenminste éénmaal naar de bioscoop zijn geweest. Die bioscoopbezoekers die zeggen "wel eens" in een "filmhuis" te komen, zullen worden aangeduid als filmhuisbezoeker.

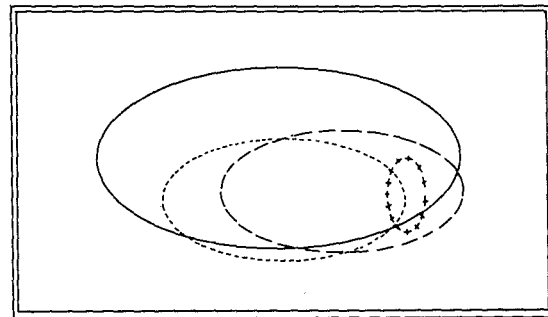
Als film-op-video-kijkers worden diegenen beschouwd die:

- complete bioscoopfilms van de TV opnemen en afspelen en/of
- bioscoopfilms op gehuurde en/of gekochte cassettes afspelen en/of
- bij anderen kijken naar bioscoopfilms die op de video worden afgespeeld.

Bij de definitie van 'filmkijker-op-de-televisie' doet de moeilijkheid van de gebrekkige vraagstelling naar het filmkijken op televisie zich gevoelen. De betreffende vraag is alleen gesteld aan hen die in de vijf jaar voorafgaand aan het onderzoek bioscoopbezoeker zijn geweest. De groep waarvoor die gegevens ontbreken wordt voorlopig buiten de analyse gehouden. Als filmkijker-op-de-televisie worden degenen beschouwd die desgevraagd te kennen hebben gegeven dat zij kijken naar nederlandse en/of buitenlandse bioscoopfilms op TV.

Figuur-3.13 geeft een inzicht in de aangetroffen overlappings tussen de publieksgroepen van de verschillende kanalen. De grootte van de ellipsen en hun onderlinge overlappings zijn evenredig met die van de publieksgroepen. Tabel-3.14 geeft hetzelfde patroon getalsmatig weer, namelijk als het percentage van een publieksgroep dat overlapt met een andere. Omdat een bepaalde groep (zij die de afgelopen 5 jaar geen bioscoop hebben bezocht) buiten de analyse is gehouden, zijn de percentages filmkijken via de verschillende kanalen wat hoger dan eerder vermeld.

Figuur-3.13: Filmkijken via vier kanalen.



————— Televisiekijkers
 - - - - - Bioscoopbezoekers
 Videokijkers
 - Filmhuisbezoekers

Tabel-3.14: Overlapping tussen vier publieksgroepen in procenten

	TV	BIOSCOOP	FILMHUIS	VIDEO	
TV	-	.86	.85	.92	.81
BIOSCOOP	.53	-	1.00	.42	.32
FILMHUIS	.09	.17	-	.06	.06
VIDEO	.43	.40	.31	-	.30
	.81	.32	.06	.30	

Leesvoorbeeld: Van de Bioscoopbezoekers kijkt 86% ook films op TV, van de TV-kijkers kijkt 53% ook films in de bioscoop

Tabel-3.15: Filmkijken via vier kanalen: mogelijke combinaties *

AANTAL KANALEN	FILMHUIS	BIOSCOOP	TELEVISIE	VIDEO	%
0	-	-	-	-	9
	+	-	-	-	**
1	-	+	-	-	5
	-	-	+	-	23
	-	-	-	+	2
	+	+	-	-	1**
2	+	-	+	-	**
	+	-	-	+	**
	-	+	+	-	19
	-	+	-	+	1
	-	-	+	+	16
3	+	+	+	-	5
	+	+	-	+	0
	-	+	+	+	16**
	+	-	+	+	**
4	+	+	+	+	3

100% (n=948)
 [1063]

* In deze tabel betekent een '+', 'kijkt film via dit kanaal' en een '-', 'kijkt geen film via dit kanaal'.
 ** Combinatie kan ten gevolge van de enquêtestructuur niet voorkomen.

Het is de vraag of de overlappings van publieksgroepen kunnen worden geordend via een systematisch patroon. In hoeverre is het bijvoorbeeld zo dat bioscoopbezoekers ook filmkijkers op TV zijn? En in hoeverre impliceert filmkijken op video ook belangstelling voor film via de bioscoop? Tabel-3.15 geeft een overzicht van alle combinaties. Hierin betekent een "-": "kijkt niet via dit kanaal", een "+": "kijkt wel via dit kanaal".

Dergelijke patronen kan men analyseren met de zogenaamde scalogrammethode (Guttman, Mokken). Wanneer er sprake zou zijn van een scalogram (of "implicatieve schaal") zou dit mogelijk duiden op de aanwezigheid van één dimensie van "cinefilie", de mate waarin men filmconsument (liefhebber) is. Het kijken naar film via één van de onderscheiden kanalen wordt dan bepaald door de mate waarin men deze eigenschap bezit. Mensen die niet veel om film geven, zullen alleen naar film kijken via de gemakkelijkste weg, de televisie. De gemiddelde liefhebber zal daar niet genoeg aan hebben en tevens naar de bioscoop gaan en een video erbij nemen. De echte cinefiel kijkt film via alle mogelijke kanalen.

In geval van een perfecte implicatieve schaal zouden de ellipsen in figuur-3.13 volledig concentrisch zijn. Dit blijkt het meest het geval te zijn voor filmhuiskijkers, bioscoopkijkers en film-op-televisie-kijkers. Van alle filmhuiskijkers gaat 100% ook naar de bioscoop (dit is overigens door de vragenlijst afgedwongen) en kijkt 85% ook films op de televisie. Van de bioscoopkijkers kijkt 86% film op televisie. Het lijkt dus mogelijk om de reeks televisie-bioscoop-filmhuis als steeds verdergaande stappen van filmkijken op te vatten. Het videokijken hoort in deze reeks niet thuis. Onder de videokijkers worden weliswaar relatief meer bioscoopkijkers (42% tegenover 32% in het geheel) aangetroffen, maar dit percentage geeft statistisch onvoldoende ondersteuning aan de bewering: als iemand film kijkt op video, impliceert dat, dat hij of zij ook film zal kijken in de bioscoop.

Conclusie

Het merendeel van de ondervraagden kijkt film via meerdere kanalen (Tabel 3.16). Als slechts van één kanaal gebruik wordt gemaakt is dat vooral de televisie. Wordt via twee kanalen gekeken, dan scoren vooral de combinaties bioscoop-televisie en video-televisie. Bij het kijken langs drie kanalen is het drietal bioscoop-video-televisie veruit favoriet. Personen die film kijken via bioscoop/filmhuis of video, kijken ook vrijwel steeds via de televisie naar films. Ook bioscoop en video lijken elkaar niet bijzonder te bijten: relatief veel bioscoopkijkers hebben video en videokijkers gaan meer naar de bioscoop dan de rest van de bevolking. Alleen het bezoeken van filmhuizen en videokijken treedt op in relatief gescheiden bevolkingsgroepen.

Tabel-3.16: Aantal kanalen waarlangs men film kijkt

AANTAL KANALEN	%
0	9
1	30
2	37
3	21
4	3
	100% (n=948)
	[1063]

3.3 De sociale achtergrond van de publieksgroepen

In de vorige paragraaf is een vergelijking gemaakt tussen verschillende kanalen naar de omvang van het publiek dat daarlangs films kijkt. De televisie bleek verreweg het belangrijkste kanaal (69%) gevolgd door video (22%), bioscoop (8%) en filmhuis/arthouse (1%). Vrijwel iedereen die film kijkt, doet dat in ieder geval ook via de televisie. Van de mensen die films op televisie bekijken, kiest een zeker percentage ook nog voor film kijken via bioscoop en video. Er lijkt op dit punt niet zozeer sprake van een keuze tussen kanalen. Eerder moet men zeggen dat de keuze er een is voor een kanaal erbij. Van een zekere keuze tussen kanalen leek alleen maar enigszins sprake in het geval van filmkijken via video enerzijds en het bezoek aan filmhuis/art house bioscoop anderzijds. In deze paragraaf komt de vraag aan de orde in hoeverre het publiek van de verschillende kanalen naar sociale achtergrond gekarakteriseerd kan worden.

Variabelen

De volgende vormen van film kijken zullen aan een nadere analyse worden onderworpen:

BIOSCOOP	Al dan niet bezoeken van een bioscoop.
FILMHUIS	Al dan niet wel eens bezoeken van een "filmhuis" (Hieronder dienen ook arthouse-bioscopen uit het commerciële circuit te worden verstaan.)
VIDEO	Het al dan niet bekijken van "bioscoopfilms" via eigen of andermans video.
TELEVISIE	Het al dan niet bekijken van "bioscoopfilms" via de televisie.

Deze vier variabelen zijn alle van de vorm "al dan niet" en zijn in die zin volledig met elkaar vergelijkbaar. Voor het bioscoopbezoek en het filmkijken op video beschikken we ook over gegevens

betreffende de frequentie van het kijken, zodat we deze variabelen ook kunnen uitdrukken in het aantal keren dat men via deze kanalen film kijkt:

BIOSFREQUENTIE Frequentie van films kijken in de bioscoop.

VIDEOFREQUENTIE Frequentie van "bioscoopfilms" kijken via eigen of andermans video.

De publieksgroepen van deze verschillende vormen van het bekijken van bioscoopfilms zullen worden gedifferentieerd naar de volgende kenmerken:

URBANISATIE De stedelijkheid van het woongebied ingedeeld in 5 klassen, lopend van (1) platteland tot (5) de drie grote steden en hun agglomeratie.

LEEFTIJD De leeftijd is gegroepeerd in 10 groepen (zie tabel-3.17).

OPLEIDING Opleiding in 5 groepen, lopend van (1) alleen lager onderwijs tot (5) hoger onderwijs.

STUDENT Duidt aan dat iemand uitwonend en tegelijkertijd nog in opleiding is.

BEROEPSSTATUS De beroepsstatus is ontleend aan het beroep van de ondervraagde en voor huisvrouwen en inwonende kinderen aan het beroep van de hoofdkostwinner. Deze variabele is ingedeeld in vijf klassen die een rangorde naar prestigieuze vertonen.

ALLEENSTAAN Duidt aan of men al dan niet een alleenstaande is. Inwonende kinderen worden niet tot de alleenstaanden gerekend.

THUISWONENDE KINDEREN Het al dan niet te verzorgen hebben van een thuiswonend kind. Deze groep is een deelgroep van de niet-alleenstaanden.

Beschrijving van het publiek van de vier kanalen

Tabel-3.17 geeft een inzicht in het kijken naar film via de vier verschillende kanalen door de onderscheiden groepen. Het bekijken van films via bioscoop en video is hierbij zowel uitgedrukt in al dan niet van dit kanaal gebruik maken als in de frequentie van gebruik.

Om de interpretatie te vergemakkelijken zijn de cijfers in indexcijfers (gemiddelde=100) omgerekend. Ook is een samenvattende maat (de correlatiecoëfficiënt) voor ongelijkheid in filmkijken tussen de onderscheiden groepen toegevoegd.

Tabel-3.17: Samenstelling van publieksgroepen per kanaal naar sociale achtergrond in indexcijfers

		BIOSCOOP FREQ	BIOSCOOP FREQ	FILMHUIS	TELEVISIE	VIDEO	VIDEO FREQ
LEEFTIJD %							
15-17	8	167	182	96	153	155	172
18-19	5	162	218	98	149	149	173
20-24	12	175	245	168	156	126	142
25-29	11	138	153	214	142	150	160
30-34	12	120	119	169	113	104	126
35-39	13	83	51	85	98	104	99
40-44	10	67	22	85	78	60	40
45-49	8	60	27	42	64	60	49
50-54	7	34	12	0	46	69	28
55-64	11	31	26	6	33	58	36
65-69	5	29	15	23	29	40	46
		---	---	---	---	---	---
R =		-.35	-.25	-.12	-.19	-.23	-.17
OPLEIDING %							
LO	18	37	31	22	43	74	54
LBO	24	76	77	30	89	101	105
(M)ULO	25	99	102	53	117	122	143
MO	17	135	112	114	131	122	117
HO	17	165	186	329	120	74	62
		---	---	---	---	---	---
R =		.29	.17	.23	-.01 ns	.02 ns	.01 ns
URBANIS. %							
1 PLATTEL	19	101	78	40	97	89	76
2	14	65	60	40	86	94	79
3	16	95	86	78	102	101	83
4	34	112	113	145	101	101	116
5 GROTE S	18	108	141	144	109	114	126
		---	---	---	---	---	---
R =		.06	.10	.11	-.01 ns	.05	.06

Tabel-3.17: Samenstelling van publieksgroepen per kanaal naar sociale achtergrond in indexcijfers (VERVOLG)

		BIOSCOOP FREQ	BIOSCOOP FREQ	FILMHUIS FREQ	TELEVISIE FREQ	VIDEO FREQ	VIDEO FREQ
STUDENT							
	%						
0 NIET	98	96	92	86	99	101	102
1 WEL	2	268	441	741	136	45	27
	R =	.17	.20	.23	-.09	-.06	-.05
ALLEENST							
	%						
0 NIET	88	96	88	69	103	104	105
1 WEL	13	131	184	315	80	74	62
	R =	.08	.13	.20	-.12	-.06	-.07
THUISW. KINDEREN							
	%						
0 WEL	38	80	43	52	102	97	97
1 GEEN	62	112	134	129	97	102	102
	R =	.10	.16	.09	-.01 ns	.01 ns	.00 ns
BEROEPS- STATUS							
	%						
BOER ETC	10	73	71	88	76	69	69
ARBEIDER	32	84	105	57	88	107	103
LAG EMPL	22	105	99	42	109	113	122
MIDD EMPL	23	114	100	135	109	93	89
HOG BER	13	126	114	257	116	99	98
	R =	.11	.01 ns	.11	-.00 ns	.01 ns	.03 ns

Er komen opmerkelijke verschillen in publiekssamenstelling voor de dag tussen de verschillende kanalen voor filmkijken. Bij de bioscoopbezoekers treffen we zeer grote verschillen aan tussen de leeftijdsgroepen. Dat is niet onverwacht, dat kan men in elke bioscoop constateren. Verrassender is de oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden en wel in het bijzonder de grootte van

deze verschillen. Een deel hiervan komt voor rekening van de studerende die van alle onderscheiden sociale categorieën verreweg het meest naar de bioscoop gaan. Ook alleenstaanden, zij die geen verantwoordelijkheid hebben voor thuiswonende kinderen en inwoners van grotere steden zijn in het bioscooppubliek oververtegenwoordigd. Als rekening wordt gehouden met de frequentie van het bioscoopbezoek worden de aangetroffen patronen nog eens versterkt. Het filmhuispubliek gelijkt qua achtergrond sterk op het bioscooppubliek. Ook hier een oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden, alleenstaanden en inwoners van de grotere steden. Deze oververtegenwoordiging is sterker dan bij het bioscooppubliek (waarvan het filmhuispubliek een deelverzameling is). Saillant is vooral de zeer grote oververtegenwoordiging van studenten en alleenstaanden. Een opvallend verschil met het bioscooppubliek is gelegen in de leeftijdsdifferentiatie. Niet alleen werven de filmhuizen/art-houses hun publiek kennelijk pas in een latere leeftijdsfase, ze houden ze ook langer vast.

Aanzienlijk kleinere verschillen treden aan de dag bij het kijken naar films via de media video en televisie. Opmerkelijk is, dat zowel bij video als televisie een oververtegenwoordiging van jongeren wordt gevonden, net als bij het bioscooppubliek. Daarmee is de belangrijkste te observeren differentiatie genoemd. Qua opleiding en beroepsstatus vormen de publieksgroepen van deze kijkvormen een getrouwe afspiegeling van de gehele groep ondervraagden. Alleenstaanden zijn hier wat ondervertegenwoordigd, maar min of meer verrassend heeft het verzorgen van thuiswonende kinderen geen relatie met kijken naar film via video en/of televisie. Wel is er ook onder het videopubliek een lichte oververtegenwoordiging van inwoners van de grotere steden.

Conclusie

De belangrijkste differentiaties in de vier onderscheiden publieksgroepen ten opzichte van de totale groep ondervraagden laten zich als volgt in schema zetten:

Tabel-3.18 Sociale achtergrond van publieksgroepen

		Kanaal			
Vertegenwoordiging van:		BIOSCOOP	FILMHUIS	VIDEO	TELEVISIE
LEEFTIJDGROEPEN	15-29	zeer veel	veel	veel	veel
	20-34	veel	zeer veel	veel	veel
HOGER OPGELEIDEN		veel	zeer veel	weinig	weinig
GROTERE STEDEN		veel	zeer veel	veel	gemiddeld
STUDENTEN		zeer veel	zeer veel	afwezig	weinig
ALLEENSTAANDEN		veel	zeer veel	weinig	weinig
ONDERVR. ZONDER					
THUISW. KINDEREN		veel	veel	gemiddeld	gemiddeld
HOGERE BEROEPEN		gemiddeld	veel	gemiddeld	gemiddeld

4 NAAR EEN VERKLARING VAN DE SOCIALE SAMENSTELLING VAN FILMPUBLIEKS- GROEPEN

4.1 Filmkijken als culturele consumptie

In de voorgaande paragrafen is een beschrijving gegeven van de publieksgroepen van de vier kanalen waarlangs films de bevolking bereiken, en wel in termen van omvang, overlapping en sociale achtergrond. Op de achtergrond staat de vraag hoe de keuze voor een bepaald kanaal door de verschillende bevolkingsgroepen ver- een bepaald kanaal door de verschillende bevolkingsgroepen ver- klaard kan worden. Verreweg de meeste mensen die belangstelling hebben voor films, kijken in ieder geval film via de televisie. De vraag is waarom men in sommige gevallen kiest voor video, bioscoop of filmhuis als extra kanaal om film te kijken en in andere geval- len niet?

Voor een antwoord op deze vraag kan men te rade gaan bij bestaande theorieën over culturele consumptie (Ganzeboom, 1982, 1984). Hier- in wordt culturele activiteit gezien als een resultante van vijf factoren:

- De gelegenheid tot consumptie, dat wil in dit geval zeggen of bezoek aan bioscoop of filmhuis in de nabijheid mogelijk is.
- De tijd die men ter beschikking heeft.
- Het geld dat men vrij te besteden heeft.
- Statusmotieven.
- Informatieverwerkingscapaciteit.

Hoe ligt nu het verband tussen deze vijf factoren en de frequentie van filmkijken via de vier onderscheiden kanalen?

Aanbod
Dat de aanwezigheid van een bioscoop of filmhuis/arthouse van betekenis is voor het bezoek eraan, spreekt vanzelf. Zoals andere culturele accommodaties bevinden bioscopen en filmhuizen zich voornamelijk in de stedelijke gebieden en is er vooral een concen- tratie in de grotere steden. Uit het NEHEM-rapport over de situa- tie in het bioscoopbedrijf blijkt echter dat er in en rond de grote steden niet zozeer sprake is van een groter aantal stoelen per hoofd van de bevolking, maar wel van een groter aantal zalen of doeken (NEHEM, 1985, p. 42). In ieder geval kan men er veilig van uitgaan dat de mogelijkheid tot bioscoopbezoek met name in de plattelandsgebieden beperkt is. Niet alleen vinden we hier weinig bioscopen, de aard van het aanbod is ook zo verschaald, dat voor een aantal deelgroepen van het potentiële bioscooppubliek geen zinnig aanbod te vinden is. Daar komt nog bij dat veel films pas maanden na hun premiere in de theaters in de randstad vertoond kunnen worden in de "provincie". Dat wordt veroorzaakt doordat van een film slechts een beperkt aantal copieën wordt vervaardigd. Omdat de filmhuur veelal procentueel gebonden is aan de omzet, is het voor de verhuurders aantrekkelijker om die copieën eerst in de grote steden aan te bieden waar de hoogste omzet kan worden ver- wacht (Wolff, 1981). Zo kan het voorkomen dat de kleinere biosco- pen op het platteland "ingehaald" worden door de video, omdat zij langer dan zes maanden op een filmcopie moeten wachten.

Wat betreft het bezoek aan bioscoop en aan filmhuis/arthouse kan men daarom een oververtegenwoordiging van publiek in de grote steden verwachten. Dat geldt niet (althans niet op basis van bovenstaande overwegingen) voor de andere kanalen: video en tele- visie. Alhoewel er ook verschillen tussen landsdelen bestaan in het bereik van televisie en video (ontvangstmogelijkheden voor buitenlandse zenders via kabel of centrale antenne inrichting, de aanwezigheid van videotheken), lijken deze verschillen op voorhand van minder gewicht dan bij het bioscoop/filmhuis kanaal.

Tijd en geld

De twee volgende voorwaarden waaronder men ertoe overgaat meer of minder naar films te kijken, zijn dat men over voldoende tijd en geld beschikt. Ook op dit punt zijn er verschillen tussen bevol- kingsgroepen en in het bijzonder ook tussen de onderscheiden kanalen. Het eigene van zowel het televisie- als videokanaal in vergelijking met bioscoop/filmhuis is dat aan het kijken via de eerste twee kanalen vrijwel uitsluitend initiële kosten verbonden zijn. Men koopt eenmaal zo'n apparaat en kan dan zonder veel bijkomende kosten film kijken. Voor de televisie vormen de kijk- gelden een additionele kostenpost. Bij het videokanaal kunnen er naast de aanschaf kosten bijkomen voor het huren van films, maar zeker als deze door een grotere groep wordt opgebracht, zijn deze betrekkelijk gering. Dit alles geldt niet voor bioscoop en film- huis, waar men elk bezoek en per persoon betaalt.

De financiële factor lijkt daarom van belang, omdat een grote groep bioscoopbezoekers, namelijk de jongeren, gerekend dienen te worden tot de zeer lage inkomensgroepen. Eén van de eerder genoem- de verklaringen voor het teruglopend bioscoopbezoek, naast de invloed van de andere media, is dat een grote groep bioscoopbezoek- ers in de laatste jaren weinig tot geen materiële vooruitgang heeft geboekt. Recent onderzoek naar de invloed van verschillende prijsniveaus (Beereboom en Ganzeboom, 1984) heeft laten zien dat een lager prijsniveau dan het huidige ook daadwerkelijk veel meer mensen naar de bioscoop lokt, zij het niet zoveel dat daarmee de lagere prijzen worden goedge maakt. Dit doet vermoeden dat de huidige prijzen voor lagere inkomensgroepen een belemmering voor bioscoopbezoek kunnen vormen.

Voor de factor tijd geldt een soortgelijke verhouding tussen ener- zijds televisie en video en anderzijds bioscoop en filmhuis. Terwijl televisiekijkers (tot op zekere hoogte) en videokijkers (steeds) de mogelijkheid hebben om op een tijdstip van eigen voorkeur te kijken en dit kunnen combineren met andere activitei- ten (zoals thuis zijn voor kinderen, bezoek etc.), moet men voor bioscoopbezoek de deur uit en op een bepaald tijdstip aanwezig zijn. De mogelijkheid tot "time-shifting", het niet meer afhanke- lijk zijn van het tijdstip van uitzending op de televisie, is dan ook één van de belangrijkste redenen voor de aanschaf van een videorecorder (NOS-KLO, R84-354, p. 8).

In vergelijking met de meeste andere culturele genietingen heeft bioscoopbezoek wel voor dat men daarbij de keuze heeft tussen verschillende dagen en weken en vaak ook verschillende tijdstippen van aanvang.

Men veronderstelt wel dat in onze samenleving de tijdsdruk een steeds belangrijker factor voor de keuze voor bepaalde consumptie-mogelijkheden is. Deze veronderstelling berust in het bijzonder op de tijdsdruk die ontstaat ten gevolge van het steeds stijgende consumptieniveau (Linder, 1968; SCP, 1984). Wanneer de mogelijkheden tot aanschaf van goederen en alternatieve tijdsbestedingen steeds groter worden, zal dit vanzelf tot gevolg hebben dat de tijdsintensieve consumptiemogelijkheden, zoals bioscoopbezoek, te lijden hebben. De invloed van media als televisie en video berust zeker niet alleen op het feit dat zij een zuivere substitutie bieden voor bioscoopbezoek, dat wil zeggen aan dezelfde voorkeuren tegemoet komen. Zij vormen ook concurrentie doordat zij beslag leggen op hetzelfde tijdsbudget.

Complexiteit

Een volgende gebruikelijke veronderstelling is dat de mate van "informatieverwerkingscapaciteit" of "culturele vaardigheid" van een persoon een rol speelt bij het al dan niet besluiten tot deelname aan een bepaalde culturele activiteit. Genoegen beleven aan culturele activiteiten is lang niet altijd voor iedereen weggelegd. Dikwijls is niet iedereen in staat om het gebodene te verwerken en er daarom plezier aan te beleven. De vermogens die men daarvoor nodig heeft kan men zich op verschillende manieren eigen maken. Opvoeding, opleiding en oefening middels eerdere ervaringen spelen een rol, zoals eerder onderzoek naar cultuurdeelname aantoonde (Ganzeboom, 1984). Voor cultuurdeelnamevormen als bezoek aan theater, concert en museum, blijken volgens dat onderzoek verschillende vormen van informatieverwerkingscapaciteit van doorslaggevende betekenis bij het verklaren van het verschillend niveau van consumptie tussen bevolkingsgroepen. Het filmaanbod, zowel via de massamedia (c.q. video en TV), als via de bioscoop, lijkt zich van de genoemde cultuuruitingen te onderscheiden doordat het voor elk wat wils biedt. Films bestaan op elk niveau van complexiteit en worden via deze drie kanalen ook op elk niveau van complexiteit aangeboden. Dat betekent dat film- en televisieprogramma's zich van andere vormen van cultuurdeelname moeten onderscheiden door het ontbreken van een oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden. De filmhuizen/arhouses lijken hier evenwel een afwijkende positie in te nemen. Deze instellingen richten zich in het bijzonder op het vertonen van films die middels het commerciële circuit geen of slechts een klein publiek zouden bereiken. De vertoende films behoren over het algemeen tot het "kunstzinnige" genre (voor een nadere afbakening, zie paragraaf 5.2) en de stelling lijkt niet gewaagd dat juist "kunstzinnige" films zich onderscheiden door hun hoge complexiteit. In het filmhuis/arhouse kan men daarom een oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden verwachten. Maar ook de films die buiten het circuit van filmhuis en arhouse vallen, verschillen onderling in complexiteit en in de mate waarin zij verschillende bevolkingsgroepen aanspreken. Hier lijkt zich een saillant verschil tussen kanalen af te tekenen. De televisie lijkt zich in de afgelopen jaren in toenemende mate te hebben geworpen op het uitzenden van de "grote publieksfilm" en

zou daarmee een deel van het publiek van de bioscoop aan zich getrokken kunnen hebben. Dit geldt des te sterker voor de video. Men kan veronderstellen dat er via dit kanaal vooral filmproducten worden verspreid die traditioneel een groot en relatief lager opgeleid publiek trekken. Men duidt het verdwijnen van de belangstelling voor geweldsfilms uit de B-categorie onder het bioscooppubliek via dit mechanisme. Dit zou betekenen dat ook de bioscoop in sterkere mate een hoger opgeleid publiek trekt in vergelijking met de tijd dat filmconsumptie via televisie en video minder in trek was.

Status, leeftijd

Een factor die eveneens vaak met culturele consumptie in verband gebracht wordt, is statusmotivatie. Traditionele culturele activiteiten als bezoek aan schouwburg- en museumbezoek zouden bevorderd worden doordat men zich daarmee conformeert aan normen die in bepaalde statusgroepen van kracht zijn. Cultuurdeelname "hoort" in onze samenleving bij groepen met een hoog sociaal aanzien (prestige) en met culturele activiteit wordt het lidmaatschap van die groepen bevestigd. Voor lagere statusgroepen echter werpt deze norm sociale drempels op, die hen van deelname kan weerhouden. In hoeverre dit mechanisme op culturele activiteit van invloed is, blijft een min of meer openstaande vraag. Voor wat betreft het kijken naar film lijkt de veronderstelling in ieder geval weinig realistisch. Men kan zich nauwelijks voorstellen dat men aan het kijken naar films als zodanig of aan het bezoeken van een bioscoop prestige kan ontlenen, evenmin kan men zeggen dat daarvoor duidelijke sociale drempels gelden.

Althans, dit is het geval wanneer men het statusmechanisme alleen van toepassing verklaart op sociale groepen onderscheiden naar sociaal aanzien. Maar als het mechanisme ook van kracht is voor andere sociale groepen, lijkt het in het bijzonder relevant voor het bioscooppubliek. Eén van de opvallendste kenmerken van de bioscoopgangsters is immers dat zij overwegend jong zijn. Het is aannemelijk dat de verklaring van dit feit daarin gezocht moet worden dat bioscoopbezoek binnen bepaalde groepen jongeren geldt als gedrag waarmee men het lidmaatschap van deze sociale groep verwerft en bevestigt. Het element van ontmoeting dat gekoppeld is aan het statusmechanisme, is dan ook cruciaal voor het hoge bioscoopbezoek onder jongeren. Bioscoopbezoek heeft voor hen in eerste instantie een ontmoetings- en onderscheidingsdoel. Het past binnen een repertoire van gedragingen, dat binnen deze groepen gebruikelijk is.

Het is belangrijk zich te realiseren dat dit mechanisme het bioscoopbezoek als zodanig geldt en dat de film die bekeken wordt maar een afgeleide is. Op deze gedachte kan men een hoopvolle verwachting voor het bioscoopbedrijf stellen. Als het zo is dat bioscoopbezoek in eerste instantie een ontmoetingsfunctie voor jongeren heeft, dan lijkt het onwaarschijnlijk dat de opkomst van nieuwe media, die vooral worden geconsumeerd in huiselijke kring, daarvoor een bedreiging vormt.

In het bovenstaande is op een aantal punten de mogelijke concurrentie tussen de verschillende kanalen van filmverspreiding aan de orde geweest. Het lijkt aannemelijk dat deze kanalen gedeeltelijk op verschillende markten opereren. Dit is het geval doordat zij enerzijds verschillen in hun aanbod (complexiteit van films) en doordat zij anderzijds op een nogal verschillende wijze tegemoet komen aan de voorkeuren en beperkingen die het gedrag sturen. Televisie en video doen (door de mogelijkheid het kijken te individualiseren) een beperkte aanspraak op het gelds- en tijdsbudget, maar spelen zich af binnen een zodanig andere sociale context dat er een anders geaard publiek mee wordt getrokken. Men zou het bovenstaande evenwel verkeerd interpreteren, wanneer men hieruit de conclusie zou trekken dat de verschillende kanalen in het geheel niet concurreren. Naast de reeds opgevoerde mechanismen ter verklaring van de keuze voor verschillende kanalen, moet ook een substitutie-effect verondersteld worden. Wie film kijkt via een bepaald kanaal, zal over het geheel genomen minder geneigd zijn om dan ook nog eens via een ander kanaal te gaan kijken. Of en in hoeverre zo'n substitutie inderdaad optreedt, kan worden afgelezen aan de mate waarin de keuze voor een kanaal van filmkijken de keuze voor andere kanalen minder waarschijnlijk maakt.

Om deze verklaring voor de keuze voor de verschillende kanalen van filmverspreiding naar waarde te kunnen schatten, is het nodig om te bekijken of en in hoeverre onderzoeksgegevens, i.c. de Skoop/NSS data de veronderstelde verbanden vertonen. Als meting voor de in het bovenstaande aangeduide determinanten van filmkijken zijn de variabelen uit het Skoop/NSS onderzoek niet onbruikbaar, maar zij hebben wel een aantal beperkingen:

- Voor het aanbod van film via bioscopen lijkt de urbanisatiegraad een redelijke indicatie, hoewel daarin wat ruw de grote steden en hun agglomeratie bijeen gevoegd zijn.
- Een directe meting van het tijdsbudget ontbreekt, maar het al dan niet te verzorgen hebben van thuiswonende kinderen alsmede het al dan niet alleenstaand zijn (aan niemands dagindeling gebonden zijn) behelzen belangrijke aanwijzingen voor verschil in beschikbare tijd.
- Helaas voorziet het Skoop/NSS materiaal niet in een indicatie voor het besteedbare persoonlijk inkomen. Ook naar het huishoudinkomen is niet gevraagd. Van de aanwezige variabelen komt de beroepsstatus nog het meest in aanmerking als een indicatie hiervoor. In het algemeen is de beroepsstatus van de hoofdkostwinner een goede voorspeller van het welstandsniveau van het huishouden. Men kan zich echter afvragen of daarmee de problematiek van de geringe inkomens van onzelfstandige kinderen wordt aangeroerd.
- De opleiding is de indicator voor informatieverwerkingscapaciteit, het vermogen om plezier te hebben aan de moeilijkere soort films. Hoewel daarvan zeker niet de enige determinant, blijkt het in ander onderzoek (Ganzeboom, 1984) een goede voorspeller.
- De leeftijdsindeling vertegenwoordigt de voor bioscoopbezoek relevant te achten sociale (status-)factor. Als extra voorspeller is daaraan een variabele toegevoegd voor de groep tussen 20 en 24 jaar. Het blijkt namelijk (zie tabel-3.17) dat de relatie

tussen leeftijd en met name bioscoopbezoek niet-lineair van aard is. Niet de jongste in het onderzoek opgenomen leeftijdsgroep (15-17) is de meest frequente bezoekersgroep, maar die tussen 20-24. Het opnemen van een afzonderlijke variabele voor deze groep geeft de mogelijkheid hiermee rekening te houden.

4.2 Multivariate analyse

Het is moeilijk om de cijfers uit paragraaf 3.3 over de samenstelling van publieksgroepen op zichzelf te beoordelen, omdat de verschillende groepen elkaar gedeeltelijk overlappen. Jongeren zijn bijvoorbeeld in doorsnee hoger opgeleid dan ouderen en behoren met grotere waarschijnlijkheid tot de categorie van de alleenstaanden. Het is daarom dienstig de werking van de variabelen weer te geven in een vorm van een multivariaat regressiemodel, waarin de invloed van alle variabelen tegelijkertijd wordt uitgedrukt, rekening houdend met hun onderlinge samenhang.

Tabel-4.1 bevat de resultaten van deze analyse. De ongestandaardiseerde coëfficiënten geven de verwachte verandering in de frequentie van de afhankelijke variabele bij een verandering van één eenheid in de onafhankelijke variabele. Zo vindt men onder alleenstaanden, gegeven hun opleiding, leeftijd etc. 9% meer bezoek aan het filmhuis dan onder niet-alleenstaanden. Voor het bioscoopbezoek is het overeenkomstige verschil 22%. De gestandaardiseerde coëfficiënten geven een inzicht in de relatieve invloed van de voorspellende variabelen op de onafhankelijke variabele.

De resultaten van de analyse van de multivariate modellen komen in redelijke mate overeen met de conclusies die eerder op basis van de bivariate analyse zijn getrokken en geven slechts op bepaalde punten een nuancering. De meest in het oog springende uitkomsten in relatie tot de boven gegeven verklaring van filmkijken zijn:

In de eerste plaats dat inderdaad voor alle vier kanalen van filmkijken geldt dat zij een relatief jong publiek trekken. Leeftijd is bij alle vier vormen de belangrijkste of de op één na belangrijkste determinant. Het is vooral opmerkelijk dat dit ook het geval is voor de film-op-video-kijkers. Het filmhuispubliek vormt een uitzondering doordat met name de 'wat oudere jongeren' daar oververtegenwoordigd zijn. Het multivariate model wijst in hoge mate op een verklaring van filmkijken met behulp van het leeftijdseffect in termen van groepsnormen en conformiteit. Jongeren zijn, zeker in het bioscooppubliek, sterk oververtegenwoordigd en deze oververtegenwoordiging is niet terug te brengen tot functionele determinanten als de levensfase, de opleiding of urbanisatie. Dat jongeren ook oververtegenwoordigd zijn bij video lijkt wel een bepaalde implicatie van deze verklaring te weerspreken, namelijk dat bioscoopbezoek de functie zou hebben jongeren van ouderen (ouders) af te zonderen.

Die tegenspraak is schijn. Beziet men de twee componenten waaruit de afhankelijke variabele 'film-op-video-kijken' is opgebouwd, namelijk het film kijken op de 'eigen' video en het film kijken op de video bij anderen, dan blijken het vooral de jongeren te zijn die bij anderen video kijken. In dit licht is de overver-

tegenwoordiging van jongeren bij het videokanaal zeker niet onverenigbaar met de sociale status theorie.

Tabel-4.1: Multivariaat regressiemodel voor filmkijken via vier kanalen

(A) gestandaardiseerd (B) ongestandaardiseerd

(A) Gestandaardiseerd

	TELEVISIE	VIDEO	VIDEO FREQ	BIOSCOOP	BIOS FREQ	FILMHUIS
LEEFTIJD	-.22	-.28	-.19	-.25	-.24	-.09
LF2024	-.03 ns	-.02 ns	.00 ns	.05 ns	.08	-.02 ns
OPLEIDING	-.08 ns	-.08 ns	-.07	.17	.16	.17
STUDENT	-.08	-.08	-.05 ns	.09	.14	.13
BEROEPSSTATUS	.05 ns	.05 ns	.05 ns	.02 ns	-.03 ns	-.00 ns
ALLEENSTAAN	-.06 ns	-.01 ns	-.03 ns	.07	.08	.14
THUISW KINDEREN	-.02 ns	-.02 ns	-.01 ns	-.06 ns	-.12	-.03 ns
URBANISATIE	.02 ns	.07	.09	.03 ns	.08	.07
VIDEO	-	-	-	.07	.08	-.01 ns
TELEVISIE	-	-	-	.06 ns	.07	.04 ns
R =	.23	.27	.21	.44	.48	.34

(B) Ongestandaardiseerd

	TELEVISIE	VIDEO	VIDEO FREQ	BIOSCOOP	BIOS FREQ	FILMHUIS
LEEFTIJD	-.03	-.04	-.90	-.04	-.08	-.01
LF2024	-.03 ns	-.03 ns	.22 ns	.08 ns	.23	-.02 ns
OPLEIDING	-.02 ns	-.03 ns	-.70	.06	.11	.03
STUDENT	-.24	-.28	-5.63 ns	.32	1.06	.26
BEROEPSSTATUS	.01 ns	.02 ns	.44 ns	.01 ns	-.02 ns	-.00 ns
ALLEENSTAAN	-.07 ns	-.01 ns	-1.64 ns	.10	.22	.09
THUISW KINDEREN	-.01 ns	-.02 ns	-.20 ns	-.05 ns	-.23	-.01 ns
URBANISATIE	.01 ns	.02 ns	.86	.01 ns	.06	.01
VIDEO	-	-	-	.07	.17	-.01 ns
TELEVISIE	-	-	-	.07 ns	-.02	.03 ns
R =	.23	.27	.21	.44	.48	.34

Ten tweede zijn er ook verschillen tussen de vier kanalen in de rol van de opleiding. Het bezoek aan het filmhuis staat het meest onder haar invloed, maar ook in de bioscoop treffen we een flinke oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden aan die niet is te herleiden tot het hoger opgeleid zijn van de oververtegenwoordigde leeftijdsgroepen. Dit geeft voedsel aan de gedachte dat de bioscoop langzamerhand van aard veranderd is en steeds meer opschuift in de richting van traditionele culturele voorzieningen. De multivariate analyse levert wat betreft video en televisie als resultaat dat de richting van de invloed van de opleiding, gegeven de andere effecten, wel degelijk licht negatief is. Hoewel de coëfficiënten zelf niet significant zijn wijst dit op een mogelijk grotere populariteit van deze kanalen in de kring van lager opgeleiden.

Een derde opvallend resultaat is dat een invloed van de beroepsstatus (van de hoofkostwinner van het huishouden) nauwelijks wordt aangetroffen. Filmkijken is in geen enkel opzicht een gedragsvorm die als zodanig is voorbehouden aan een of andere beroepsprestigiegroep. Voorzover de beroepsstatus een aanduiding geeft van de geldbestedingsmogelijkheden, volgt dat het geldbudget geen waarneembare invloed op filmkijkgedrag of kanaalkeuze heeft.

In de vierde plaats: een groep, die wel een significante differentiatie teweegbrengt, is die van de studenten. Zij zijn sterk oververtegenwoordigd in filmhuis en bioscoop, maar kijken minder films via video en televisie dan de overige ondervraagden. Ook dit is weer niet terug te voeren op factoren als leeftijd, opleiding en gezinsfase (waarop zij natuurlijk ook een tamelijk uitzonderlijke positie innemen). Deze relatie tussen het studeren en het bezoeken van filmhuis en bioscoop maakt de studenten - naast jongeren in het algemeen - tot de sociale groep bij uitstek waarin dit bezoek als norm bestaat.

Vervolgens: zowel in de bioscoop als in het filmhuis vinden we relatief meer alleenstaanden. Mensen die verantwoordelijk zijn voor de verzorging van één of meer kinderen onder de achttien zijn in de bioscoop ondervvertegenwoordigd. Voor zover deze factoren een goede indicatie geven van het beschikbare tijdsbudget wordt de hierboven verwoorde hypothese bevestigd.

De urbanisatiegraad tenslotte, is zowel op het bezoek aan bioscoop en filmhuis als op het kijken naar films via de video van invloed. Alleen met het kijken naar films via de televisie heeft deze factor niets merkbaars uit te staan. Op te merken valt dat de multivariate invloed wel wat kleiner is dan het beschrijvende, bivariate verband in tabel-3.16. Een gedeelte van het verschil tussen grote en kleinere steden komt kennelijk voor rekening van de oververtegenwoordiging van jongeren, hoger opgeleiden en studenten die de grote steden nu eenmaal kennen. Maar los daarvan valt nog wel een effect van de urbanisatie te onderkennen. Een aannemelijke interpretatie is dat mate en aard van het aanbod in de minder geurbaniseerde gebieden hiervoor verantwoordelijk is. Het is opvallend dat de urbanisatie ook van invloed is op het kijken van films via video. Wat geldt voor bioscopen en filmhuizen, geldt waarschijnlijk ook voor videotheken: op het platteland vind je ze weinig.

Een negatieve invloed van het kijken van films via video en televisie op bezoek aan bioscoop en filmhuis kan in deze analyse van het Skoop/NSS materiaal niet worden aangetoond. Ook als men de werking van de andere determinanten van belangstelling voor filmkijken, zoals leeftijd, opleiding en de overige modelvariabelen constant houdt, is er geen negatieve relatie tussen filmkijken via de kanalen binnenshuis media en het filmkijken buitenshuis.

Conclusie

De verschillende publieksgroepen (dat wil zeggen: de kijkers via een bepaald kanaal) vertonen op veel punten de kenmerken die op grond van de vooraf geschetste theorie verwacht werden. De verschillen tussen het publiek van bioscoop en filmhuis enerzijds, en de filmkijkers via video en televisie anderzijds, zitten in de eerste plaats in de grote oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden in de eerstgenoemde publieksgroepen en in tweede instantie in de factoren die te maken hebben met het tijdsbudget, het al dan niet alleen staan, student zijn en het wel of geen kinderen te verzorgen hebben. Degenen die bij het indelen van hun tijd min of meer vrijelijk te werk kunnen gaan zijn in bioscoop-/filmhuis sterk oververtegenwoordigd. Het meest opvallend is evenwel dat voor alle vier kanalen geldt dat in sterke mate jongeren worden bereikt. Daarbij moet worden aangetekend dat de jongeren die in het filmhuis worden aangetroffen over het algemeen wat ouder zijn dan de jongeren die film televisie en video enerzijds en bioscoop en filmhuis anderzijds wordt meer bepaald door de informatiecapaciteit van het publiek (dus de complexiteit van het aanbod) en de beschikbaarheid van tijd (dus het tijdsbeslag van het aanbod) dan door de leeftijd. Met betrekking tot de invloed van inkomen werden slechts zwakke aanwijzingen in het beschikbare materiaal aangetroffen. Hierover kon geen goede conclusie worden getrokken. De verwachte oververtegenwoordiging van inwoners van grotere steden onder het bioscoop- en filmhuispubliek werd inderdaad aangetroffen. Filmkijken via televisie kent deze oververtegenwoordiging (natuurlijk) niet, maar verrassenderwijs geldt dit wel voor het filmkijken via video. Zowel het bezit van een videoapparaat als het kijken naar films via video komt meer voor onder bewoners van de grote steden. Vervolgens is ingegaan op de vraag in hoeverre het filmkijken op video en televisie een substituut is voor bioscoop- en filmhuisbezoek. Het blijkt moeilijk aan de gegevens een duidelijke bevestiging van deze gedachte te ontleenen. Het is niet zo dat mensen die films kijken via televisie en/of video minder geneigd zijn om films te kijken via bioscoop en/of filmhuis. Integendeel, er bestaat zelfs een positieve samenhang.

4.3 Frequentie van het bioscoopbezoek en film kijken via de thuismedia

Het is tot dusverre niet mogelijk geweest een directe concurrentie aan te wijzen tussen filmkijken via de thuismedia (video/televisie) en filmkijken in de bioscoop. Het is niet zo dat personen die (veel) films kijken via video en/of televisie, verhoudingsgewijs weinig in de bioscoop komen. Dit is op zichzelf niet zo verwonderlijk, als men aanneemt dat de belangstelling voor het filmkijken langs verschillende kanalen wordt gestuurd door een aantal gemeenschappelijke factoren. In paragraaf 4.2 is echter de werking van een aantal van zulke factoren, in het bijzonder die van de leeftijdsgroep waartoe men behoort, constant gehouden. Ook dan is er van een invloed van filmkijken via TV en video op bioscoopbezoek niets te bespeuren. Ons inziens is de meest aannemelijke interpretatie van deze bevinding desondanks niet dat er absoluut geen concurrentie tussen kanalen zou bestaan. Mogelijk speelt een factor als 'algemene belangstelling voor film' of, zo men wil, 'cinefilie' een rol. Een dergelijke factor kan echter niet in het model worden opgenomen omdat het Skoop/NSS materiaal op dit punt onvoldoende informatie bevat.

Een andere mogelijke oorzaak voor deze bevinding kan zijn dat de analyse betrekking heeft op een momentopname. Het publiek wordt niet gevolgd in de eventuele beslissing de bioscoop te vervangen door de thuismedia, maar er wordt een vergelijking gemaakt tussen bijvoorbeeld personen die wel en personen die geen video hebben. Het NSS/Skoop-bestand biedt de mogelijkheid om voor een beperkte groep een vergelijking te maken tussen bioscoopbezoek vroeger en bioscoopbezoek nu en zo na te gaan in hoeverre de ontwikkeling in de bezoekfrequentie is gerelateerd aan het kijken van films via video en televisie. Aan de bioscoopbezoekers in het onderzoek is gevraagd of zij enkele jaren geleden vaker/ongeveer even vaak/minder vaak naar de bioscoop gingen dan op het moment van ondervraging. Aan de niet-bezoekers die tenminste in 1981 nog naar de bioscoop waren geweest, is gevraagd hoe vaak zij indertijd naar de bioscoop gingen.

Bij deze analyse moet men bedenken dat bioscoopbezoek sterk leeftijdsafhankelijk is. Wanneer men vraagt of en in hoeverre het bioscoopbezoek in vergelijking met vroeger is afgenomen, zal steeds blijken dat het bioscoopbezoek afneemt naarmate men ouder wordt. Dat is vandaag de dag het geval, en dat was ongetwijfeld 20 jaar geleden ook al zo. Ook het intreden in een andere levensfase (trouwen, kinderen krijgen) zal een teruggang teweeg brengen. De vraag waar het om gaat is, in hoeverre de teruggang daarnaast nog is toe te schrijven aan de concurrentie van video en televisie en in hoeverre de kijkers langs deze kanalen zijn oververtegenwoordigd onder degenen die teruggang rapporteren. Deze analyse van gedragsontwikkeling in de tijd kan tevens licht werpen op de vraag in hoeverre de bioscoop in versterkte mate is verlaten door lager opgeleiden. Als het waar is dat video en televisie in het bijzonder een substituut vormen voor de minder complexe filmgenres, zal de teruggang onder lager opgeleiden sterker zijn dan de hoger opgeleiden.

Tabel-4.2 geeft aan in hoeverre de verschillende factoren van invloed zijn op een vermindering van het bezoek. Zoals verwacht zijn ouderen en degenen die kinderen te verzorgen hebben onder

Tabel-4.2: Multivariaat regressiemodel voor veranderingen in de bezoekfrequentie van het bioscoopbezoek

	VROEGER VAKER beta
	.15
LEEF TIJD	.03 ns
LF204	-.07 ns
OPLEIDING	-.06 ns
STUDENT	.07 ns
BEROEPSSTATUS	-.05 ns
ALLENSTAAN	.17
THUISWONENDE KINDEREN	-.03 ns
URBANISATIE	
	.06 ns
VIDEO	.02 ns
TELEVISIE	

degenen die nu minder naar de bioscoop gaan oververtegenwoordigd. De overige coëfficiënten zijn wel de voorspelde kant op: hoger opgeleiden en studenten gingen vroeger minder vaak, mensen die films op televisie en video kijken, gingen vroeger vaker. Deze verbanden zijn alle echter zeer zwak en statistisch niet significant.

Conclusie

Wij hadden verwacht in de mate waarin de ondervraagden zelf een teruggang in hun bioscoopbezoek rapporteren in vergelijking met vroeger aanwijzingen te vinden voor een mogelijke concurrentieverhoudingen tussen de kanalen binnenshuis en buitenshuis. Ook bij deze analyse moet gerekend worden met sterke invloed van de leeftijd/levensfase. Wanneer men met de werking van deze factoren rekening houdt, blijkt dat er geen aanwijsbare negatieve invloed van video- en televisiekijken op bioscoopbezoek is. De richting van de gevonden effecten is overigens wel volgens de verwachtingen. Evenmin kan men aantonen dat de lager opgeleiden minder de bioscoop bezoeken in vergelijking met de tijd dat ze jonger waren. Hieruit zijn dus nauwelijks aanwijzingen voor een concurrentieverhouding tussen de kanalen naar voren gekomen.

4.4 Vergelijking bioscooppubliek 1975-1980 en 1974-1983

De vraag in hoeverre zich in de afgelopen jaren een ontwikkeling heeft voorgedaan in de richting van een exclusivering van het bioscooppubliek is interessant genoeg om nog wat verder bij stil te staan. Voor een nadere analyse kan gebruik gemaakt worden van de gegevens die door het SCP (en anderen) zijn verzameld ten behoeve van de Leefsituatieonderzoeken (1974, 1983) en de Tijdsbestedingsonderzoeken (1975, 1980). De Leefsituatieonderzoeken (LSO's) omvatten van deze beide de langste periode (10 jaar), maar helaas zijn de daar gestelde vragen minder precies dan in de Tijdsbestedingsonderzoeken (TBO's), waartussen een periode van 6 jaar ligt. In de LSO's is naar "bioscoopbezoek" gevraagd in termen van "nooit", "soms" en "vaak" en kan de opleiding slechts in drie vergelijkbare categorieën worden ingedeeld, in de TBO's is naar bioscoopbezoek gevraagd in gekwantificeerde termen en is de opleiding in 5 categorieën in te delen. Men kan voor de LSO's wel een schatting maken van het aantal malen dat men werkelijk de bioscoop bezoekt door een vergelijking met gekwantificeerde gegevens uit dezelfde periode. Deze kwantificering is uitgevoerd in het kader van het project "Cultuurdeelname in Nederland 1955-1980" (Ganzeboom, 1986) en komt er in het geval van bioscoopbezoek op neer dat "soms" staat voor "gemiddeld 5 keer per jaar" en "vaak" voor "gemiddeld 32 keer per jaar".

Tabel-4.3 geeft voor elk van de vier bestanden de mate van bioscoopbezoek naar de opleidingscategorieën. Bioscoopbezoek is hierbij zowel uitgedrukt in termen van al dan niet een bezoek brengen als in bezoekfrequentie per jaar. Eronder worden deze gegevens nog eens weergegeven met behulp van een regressie-vergelijking, waarin ook de voor bioscoopbezoek zo belangrijke leeftijd is opgenomen. In deze vergelijking is daarnaast een interactieterm opgenomen, die aangeeft in welke mate de invloed van opleiding tussen de twee jaren verschilt.

De gegevens uit de LSO's over de periode 1974-1983 zijn enigszins atypisch in die zin dat zij geen werkelijke daling van het aantal bioscoopbezoekers, noch een daling van de gerapporteerde bezoekfrequentie laten zien. Volgens de bezoekcijfers van de NBB is de bezoekfrequentie in deze periode evenwel afgenomen met 23%. Dit gebrek aan overeenkomst is mogelijk te wijten aan steekproefon-nauwkeurigheid en aan het feit dat men antwoord moest geven in nogal vaag geformuleerde antwoordcategorieën. Interessant is evenwel dat de verwachte ontwikkeling naar exclusivering van het bioscooppubliek zich inderdaad voordoet. Onder de lager opgeleiden nemen zowel het als dan niet bezoek als de bezoeksfrequentie slechts in zeer geringe mate toe. Onder de hoger opgeleiden is sprake van een wat sterker stijgende trend. Of de verschillen op dit punt significant zijn, kan worden getoetst met behulp van een interactieterm in de regressievergelijking. Aan de voorspellende variabelen (leeftijd, opleiding, jaar) wordt een variabele toegevoegd die is geconstrueerd uit de vermenigvuldiging van opleiding

Tabel-4.3: Bioscoopbezoek naar opleiding in de periode 1974-1983 (Leefsituatieonderzoekingen) en in de periode 1975-1980 (Tijdsbestedingsonderzoekingen).
A: proportie bezoekers
B: frequentie van bezoek

A. LEEFSITUATIEONDERZOEKINGEN

OPLEIDING	% BEZOEKERS			BEZOEK-FREQUENTIE		
	1974	1983		1974	1983	
LO,LBO	15% (1426)	17% (1046)	16% (2472)	1.6 (1426)	1.9 (1046)	1.7 (2472)
ULO,MAVO,MBO HAVO,MO	42% (2892)	40% (2452)	41% (5344)	5.1 (2892)	4.9 (2452)	5.0 (5344)
HBO,WO	46% (394)	56% (465)	52% (859)	5.7 (394)	7.4 (465)	6.6 (859)
	34% (4712)	36% (3963)	35% (8675)	4.1 (4712)	4.4 (3963)	4.2 (8671)
	% BEZOEKERS B beta			LN(FREQUENTIE) B beta		
JAAR (0-1)	-.04 -.04 ns			-.8 -.06 ns		
LEEFTIJD (2-7)	-.12 -.43			-1.7 -.40		
OPLEIDING (1-3)	.08 .09			.8 .09		
OPLEIDING * JAAR (0-3)	.03 .07 (p<.05)			.6 .09 (p<.01)		
R =	.48			.44		

en het jaar. Omdat het jaar hierbij in het eerste jaar als 0 gecodeerd is en in het tweede jaar als 1, geeft de interactieterm aan in hoeverre de invloed van opleiding in het tweede jaar verschilt van die in het eerste jaar. Volgens het model is er inderdaad sprake van een significant verschil. Per saldo neemt volgens deze gegevens het opleidingsniveau van het bioscooppubliek toe. De gegevens uit de TBO's stemmen beter overeen met de landelijke trend. In het gemiddeld bezoek doet zich een daling voor van 22%, hetgeen in dezelfde orde van grootte is als de werkelijke daling van het bioscoopbezoek in de periode 1975-1980. Zij wijken op hun beurt weer enigszins af van het tot nu toe gepresenteerde beeld, doordat zij een wat kleiner effect van opleiding op bioscoopbezoek laten zien. In 1975 is dat zelfs statistisch niet significant, maar in 1980 wel. Ook de TBO's laten derhalve een ontwikkeling in de richting van een exclusivering van het bioscooppubliek zien, zij het dat deze trend voor het percentage bezoekers (net) niet significant is.

Tabel-4.3: Vervolg

B. TIJDSBESTEDINGSONDERZOEKINGEN

OPLEIDING	%BEZOEKERS			BEZOEK-FREQUENTIE		
	1975	1980		1975	1980	
LO	28% (542)	24% (644)	26% (1186)	4.3 (542)	1.8 (644)	2.9 (1186)
LBO	42% (393)	35% (837)	38% (1230)	4.5 (393)	2.3 (837)	3.0 (1230)
ULO,MAVO	52% (228)	49% (726)	50% (954)	3.5 (228)	2.6 (327)	2.9 (614)
VHMO,MBO	68% (288)	66% (327)	67% (614)	6.0 (288)	5.2 (327)	5.6 (614)
HBO,WO	51% (147)	61% (307)	57% (454)	8.5 (147)	3.9 (307)	5.4 (454)
	44% (1598)	43% (2841)	43% (4439)	4.9 (1598)	2.7 (2841)	3.5 (4439)
	% BEZOEKERS B beta			LN(FREQUENTIE) B beta		
JAAR (0-1)	-.19 -.19			-.38 -.18		
OPLEIDING (1-5)	.03 .07 ns			.04 .04 ns		
LEEFTIJD (2-7)	-.13 -.46			-.28 -.46		
OPLEIDING * LEEFTIJD (0-5)	.03 .10 (p<.01)			.04 .06 (p<.07)		
R =	.51			.49		

Conclusie

Er is een tweetal vergelijkingen gemaakt tussen de samenstelling van het bioscooppubliek in uiteenlopende jaren (1974-1983; 1975-1980). Hieraan kan men ontlezen dat voor alle leeftijds- en opleidingsgroepen geldt dat zij minder vaak de bioscoop bezoeken dan eerder het geval was. De verschillen tussen vroeger en nu zijn echter het grootst voor de lager opgeleiden. De conclusie lijkt gerechtvaardigd dat in het afgelopen decennium de bioscoop zich enigermate ontwikkeld heeft in de richting van culturele instellingen als de schouwburg, de concertzaal en het museum, die voornamelijk aantrekkingskracht uitoefenen op een publiek van hoger opgeleiden.

5 **NEDERLANDSE EN KUNSTZINNIGE FILMS**

Zoals in de inleiding is opgemerkt, zijn er twee categorieën films waar de aandacht in het overheidsbeleid in het bijzonder naar uitgaat. De eerste categorie omvat de zogenaamde "kunstzinnige" films, de films die een zekere culturele waarde vertegenwoordigen. De tweede categorie bestaat uit de in Nederland geproduceerde films. De zorg voor de kunstzinnige film sluit direct aan bij de overige culturele inspanningen van overheid. Het gaat hier om goederen waarvan de kennisname door de bevolking van zodanig belang wordt geacht dat de productie en de verspreiding niet zonder meer aan het functioneren van de markt kunnen worden overgelaten. Daarmee komt de vraag op wat onder "kunstzinnig" verstaan wordt. Voor een nader antwoord zij verwezen naar paragraaf 5.2. De bescherming van de Nederlandse film is geen onderdeel van het beleid ten aanzien van kunstzinnige films. Het feit dat een film in Nederland wordt geproduceerd, is van zelfstandig belang. Ook Nederlandse films die het predikaat "kunstzinnig" niet direct zouden verkrijgen, kunnen via het Productiefonds door de overheid worden ondersteund.

5.1 Het bereik van de Nederlandse speelfilms

Het bereik van Nederlandse films kan binnen het Skoop/NSS materiaal alleen worden nagegaan voor hen die behoren tot de groep "bioscoopbezoekers", dat wil zeggen degenen die in het jaar voorafgaand aan het onderzoek tenminste één maal naar de bioscoop zijn geweest. [Deze groep is, ook ná weging, niet representatief voor de Nederlandse bevolking. Het is daarom verstandig om bij het onderzoeken van het bereik van de Nederlandse films te profiteren van de oververtegenwoordiging van bioscoopbezoekers in het oorspronkelijke bestand, met andere woorden: gebruik te maken van de ongewogen gegevens.]

Nederlandse films in de bioscoop

De omvang van het aanbod en het bereik van Nederlandse speelfilms wordt meer inzichtelijk als we een vergelijking maken met de omvang van het aanbod en het bereik van buitenlandse speelfilms, zoals die via een bepaald kanaal worden verspreid. Tabel-5.1 geeft een overzicht van het aanbod van "hoofdfilms" in de bioscoop in de afgelopen tien jaar.

Het aandeel van de Nederlandse speelfilms in het totale aanbod van films ligt tussen de 2 en 5 procent. Naar het aandeel in de bruto recettes blijkt de Nederlandse speelfilm een grotere rol te spelen dan men op basis van het relatief geringe aanbod zou verwachten. Zo nemen de 3.6% Nederlandse hoofdfilms in 1984 samen 19.5% van de totale bruto recette voor hun rekening. Als we uitgaan van een gemiddeld gelijk prijspeil van Nederlandse en buitenlandse films, betekent dat, dat er naar een Nederlandse film in 1984 gemiddeld bijna 6.5 maal zoveel mensen in de bioscoop zijn komen kijken, als naar een buitenlandse film. Deze gegevens zijn ontleend aan het jaarverslag van de Nederlandse Bioscoopbond over 1984. Volgens

Tabel-5.1: Uitgebrachte Nederlandse en buitenlandse hoofdfilms in de bioscoop 1975 - 1984

JAAR	NEDERLANDSE FILMS	BUITENLANDSE FILMS
1975	16	317
1976	10	293
1977	8	322
1978	12	311
1979	13	307
1980	7	329
1981	11	360
1982	13	332
1983	16	296
1984	12	317

Bron: NBB, 1985

Tabel-5.2: Aandeel van de Nederlandse speelfilm in de landelijke bruto recette, 1975 - 1984, in procenten.

JAAR	AANDEEL NEDERLANDSE FILM
1975	18.3
1976	8.6
1977	11.6
1978	8.8
1979	11.5
1980	7.1
1981	12.4
1982	12.6
1983	14.3
1984	19.5

Bron: NBB, 1985

deze cijfers is er na 1980 sprake van een vrij stabiele, relatief hoge bijdrage van de Nederlandse speelfilm aan de omzet. Aan de ondervraagde bioscoopbezoekers in het Skoop/NSS-onderzoek is gevraagd welke film zij, voorafgaand aan het onderzoek, het laatst hadden gezien. 17% van hen heeft bij het laatste bezoek een Nederlandse film gezien. Dit stemt goed overeen met de gegevens uit de recettes (Tabel-5.2). Vervolgens is aan hen een lijst voorgelegd met daarop de titels van 28 Nederlandse speelfilms die in de twee jaar voorafgaand aan het onderzoek in Nederland te zien zijn geweest (Zie Bijlage). Over elke film werd gevraagd of men de betreffende film gezien had en zo ja, of dat was geweest in de bioscoop, dan wel op de televisie/video?

In totaal heeft bijna 68% van de bioscoopbezoekers één of meer van deze 28 Nederlandse films gezien. 56% zag één of meer Nederlandse films in de bioscoop. In totaal werd 999 maal een Nederlandse film gezien, waarvan 756 maal in de bioscoop. Van de in het Skoop-NSS onderzoek vermelde lijst van 28 films heeft het merendeel (76%) dus via de bioscoop (inclusief filmhuizen) het publiek bereikt. Men moet hierbij evenwel onmiddellijk bedenken dat 26 van de 28 films op het moment van ondervraging nog niet op de televisie waren uitgezonden. Of zij via videocassette verkrijgbaar waren, is onbekend.

Slechts 2 van de 28 films waren op het moment van ondervraging via de televisie uitgezonden: De Afstand en Veld van Eer. Deze twee films hebben echter, zowel in de bioscoop als via de televisie, een extreem klein publiek getrokken. De Afstand werd uitgezonden op 17 februari 1982 door de NOS en had een kijkdichtheid van 7% en een waardering van 6.2, Veld van Eer werd uitgezonden op 23 maart 1983 door de VPRO, kijkdichtheid 12%, waardering 6.0 (NOS-KLO). Hoewel dit in termen van kijkdichtheid zeer laag is, betekent het nog altijd een aantal kijkers voor deze films op televisie van 0,8, respectievelijk 1.4 miljoen, een aantal dat zij in bioscoop- en/of filmhuis bij lange na niet gehaald zullen hebben. Van de ondervraagden in de Skoop/NSS enquête zeiden er 7 deze films via de bioscoop te hebben gezien en 3 via video of televisie. Op basis van dit materiaal blijkt dus weinig te zeggen over het relatieve belang van de verschillende kanalen voor de verspreiding van Nederlandse films.

Nederlandse films in de filmhuizen

Over het aandeel van de Nederlandse films in het aanbod en het bereik van de filmhuizen hebben wij helaas nauwelijks informatie kunnen vinden. Ook het Skoop/NSS bestand bevat te weinig gegevens om een uitspraak te kunnen doen over het kijken naar Nederlandse films in filmhuizen. Van de (31) bioscoopbezoekers die hun laatste film in een filmhuis zagen, keek 6% naar een Nederlandse film. In het jaarverslag van het Filmfonds over 1983-1984 wordt een overzicht gegeven van de door het Fonds medegefinancierde films die in 1984 in première gingen. Bij een aantal van deze (Nederlandse en per statuut "kunstzinnige") films wordt wel het aantal voorstellingen vermeld waarin deze films in 1984 te zien zijn geweest, maar helaas geen aantal bezoekers (Filmfonds, 1985, pp. 40-44). Een bezoekersaantal van 2500 (25 bezoekers maal 100 voorstellingen) per jaar per film lijkt echter voor de meeste van deze producties al een schatting aan de ruime kant. Een aantal van de films die door het Filmfonds medegefinancierd werden zijn of worden uitgezonden op de televisie. Ook voor deze producties geldt dat nagenoeg elk kijkcijfer de aantallen bezoekers die zij in de filmhuizen trekken verre zal overtreffen.

Nederlandse films op de televisie

Op basis van het materiaal van de NOS Dienst Kijk- en Luisteronderzoek is nauwkeurig na te gaan hoe groot het aanbod en het bereik van Nederlandse films op de televisie is. Evenals in de bioscoop nemen de Nederlandse films in het aanbod op de televisie

een marginale positie in. Het aandeel van de Nederlandse films is overigens tussen 1975 en 1984 wel gestegen van 2% naar 12% van alle uitgezonden films. Het bereik van de Nederlandse speelfilms op TV is af te lezen uit tabel 5.3 en tabel 5.4, waar de aantallen op de Nederlandse televisie uitgezonden Nederlandse en buitenlandse films en hun gemiddelde kijkdichtheid en waardering worden vergeleken. In 1984 stond 1% kijkdichtheid voor 119.000 kijkers. Met als uitzondering het jaar 1980 blijken Nederlandse films op de televisie gemiddeld 1.7 maal zoveel kijkers te trekken als de buitenlandse. Evenals in de bioscoop trekken de Nederlandse films op de televisie veel belangstelling, zij het dat de verhouding niet zo scheef is als in de bioscoop. De waardering voor de Nederlandse films ligt echter gemiddeld wat lager dan die voor de buitenlandse producties.

Tabel-5.3: Nederlandse en buitenlandse speelfilms op de televisie, 1975 - 1984

JAAR	NEREDLANDSE FILMS	BUITENLANDSE FILMS
1975	2	117
1976	3	105
1977	5	128
1978	5	107
1979	8	94
1980	6	92
1981	7	91
1982	8	110
1983	10	131
1984	22	173

Bron: NOS-KLO

Tabel-5.4: Gemiddelde kijkdichtheid van en waardering voor Nederlandse en buitenlandse speelfilms op de televisie 1975 - 1984.

JAAR	KIJKDICHTHEID		WAARDERING	
	NEREDLANDS	BUITENLANDS	NEREDLANDS	BUITENLANDS
1975	38.5	19.6	69.5	72.5
1976	31.1	22.3	74.7	72.5
1977	43.0	20.9	71.0	74.0
1978	42.3	17.8	67.8	72.7
1979	27.7	18.2	68.1	73.2
1980	16.2	16.0	65.7	72.9
1981	32.1	16.9	66.4	72.6
1982	24.5	13.9	66.8	72.3
1983	24.8	16.1	67.0	71.4
1984	25.9	14.3	70.3	71.1

25% van de ondervraagden in de Skoop/NSS enquête zag één of meer Nederlandse films uit het lijstje van 28 op de televisie of op de video. Samen zagen zij in totaal 243 keer een Nederlandse film. Ook hier moet de kanttekening worden geplaatst dat slechts twee films uit de lijst van 28, in de vijf jaar voorafgaand aan het onderzoek te zien waren op de Nederlandse televisie (NOS-KLO). Het is dus niet verwonderlijk dat het aantal mensen dat zegt één van deze Nederlandse films op TV/video te hebben gezien achterblijft bij het aantal mensen dat de films in de bioscoop zag. Overigens rapporteerden slechts 3 mensen dat zij de film 'Veld van eer' op TV/video hadden gezien, de film 'De afstand' had helemaal niemand op TV/video gezien. In totaal zou dus 240 maal een Nederlandse film op video [!! F&G] moeten zijn bekeken. Dit roept enige twijfel op aan de betrouwbaarheid van de Skoop/NSS gegevens op dit punt. Een mogelijke verklaring is dat de ondervraagden gedeelten van films in filmrubrieken op de televisie hebben gezien en daarop besloten tot een positief antwoord.

Nederlandse films op de video

Middels NOS-onderzoek kunnen een aantal uitspraken worden gedaan over het opnemen en afspelen van films op de televisie. In een onderzoek naar videorecordergebruik 1983 is onderzocht hoe vaak men bepaalde categorieën programma's opnam dan wel afspeelde. Eén van de onderscheiden programmacategorieën is 'buitenlands TV-spel/film' en een andere 'Nederlands TV-spel/film'. Met de aanduiding 'TV-spel/film' wordt bedoeld een "gedramatiseerde-niet serie-productie. Ook series die alleen een hoofdtitel gemeen hebben" De omschrijving laat dus ruimte voor meer dan alleen de bioscoopfilm (NOS-KLO, R84-362, p. 66). Volgens de NOS-cijfers zijn de Nederlandse films zowel bij het opnemen als bij het afspelen minder populair (Tabel-5.5). Dat geldt nog steeds als we corrigeren voor het aanbod. Er werden in 1983 13 maal zoveel buitenlandse als Nederlandse films op de TV vertoond. Het aantal opgenomen en afgespeelde buitenlandse films op video was het twintigvoudige van het aantal Nederlandse films.

Tabel-5.5: Videorecordergebruik, gemiddeld aantal opgenomen en afgespeelde films per maand, absoluut en als percentage van het totaal aantal opnamen.

	OPGENOMEN		AFGESPEELD	
	AANTAL	%	AANTAL	%
Buitenlands TV-spel/film	2.3	23	1.8	22
Nederlands TV-spel/film	0.1	1	0.1	1

Bron: NOS-KLO, R84-362

Langs indirecte weg is het mogelijk om enig inzicht te krijgen in het aandeel van de Nederlandse films in de verhuur van videobanden. Sedert februari 1984 publiceert het blad VideoMarkt maande-

lijks een 'video-top-50'. Deze top 50 wordt samengesteld op basis van de omzetcijfers van een representatieve steekproef van videoteken uit heel Nederland. In 1985 stonden maandelijks gemiddeld twee Nederlandse films in de verhuur-top-50, op een (eveneens gemiddelde) 19^e positie. Ook in de verhuur lijken de Nederlandse films het relatief goed te doen, al moet natuurlijk rekening worden gehouden met mogelijke jaarlijkse fluctuaties in het aanbod van Nederlandse films.

De sociale samenstelling van het publiek van Nederlandse films

De structuur van de Skoop/NSS enquête laat op het punt van de sociale samenstelling van publieksgroepen van Nederlandse film via verschillende kanalen slechts weinig empirisch gefundeerde uitspraken toe. Van de groep bioscoopbezoekers is bekend of zij een aantal met name genoemde Nederlandse films hebben gezien en of de film die zij het laatst zagen van Nederlandse oorsprong is. Het is dan ook alleen voor deze groep mogelijk de samenstelling naar een aantal achtergrondvariabelen te bepalen.

Als publiek van Nederlandse film hebben wij daarbij beschouwd diegenen die tenminste één film van de lijst met 28 Nederlandse speelfilms hebben gezien en/of bij hun laatste bezoek aan de bioscoop een Nederlandse speelfilm hebben gezien. Het publiek van de Nederlandse speelfilm blijkt niet of nauwelijks af te wijken van het filmpubliek (N.B. hier bioscooppubliek) in zijn totaliteit of van degenen die niet naar Nederlandse film kijken. Significante verschillen konden niet worden aangetoond.

Conclusie

Aan het voorgaande kan men ontlenuen dat de Nederlandse film niet alleen in de bioscopen een belangrijk aandeel in de publiekswerping heeft. Datzelfde geldt voor de televisie en, voorzover we op grond van het gepubliceerde materiaal kunnen nagaan ook voor de verhuur van videobanden. Voor het filmhuis is het niet mogelijk geweest het aandeel van de Nederlandse films te bepalen. Personen die belangstelling hebben voor Nederlandse films blijken zich overigens in geen enkel opzicht te onderscheiden van andere filmkijkers. De Skoop-enquête laat een nadere vergelijking van de achtergrondkenmerken van het publiek van Nederlandse speelfilms per kanaal helaas niet toe.

5.2 Het bereik van kunstzinnige films

De laatste probleemstelling heeft betrekking op het publiek van de 'kunstzinnige film'. Voor deze vraag beantwoord kan worden moet eerst duidelijkheid bestaan over de termen 'kunstzinnigheid' en 'publiek'.

'Kunstzinnigheid' is een term die weinig tot niets zegt en die vraagt om nadere invulling. Wat is 'kunstzinnig', is daar wetenschappelijk iets over te zeggen? En vooral, wat is 'kunstzinnig' in relatie tot film in het algemeen en tot een bepaalde film in het bijzonder? In Van Dale's Groot Woordenboek der Nederlandse Taal heet 'kunstzinnig': "artistiek, of: kunstzin hebbend of doen-

de blijken, waarbij kunstzin is: smaak en gevoel voor het schone der kunst". Deze omschrijving biedt ook geen concrete aanknopingspunten.

Binnen het kader van de Skoop/NSS enquête zijn er verscheidene mogelijkheden om op indirecte wijze uitspraken te doen over de kunstzinnigheid van de films die men bezoekt. Zo zou men de filmhuisbezoekers tot de bezoekers van kunstzinnige films kunnen verklaren, ervan uitgaande dat juist in het filmhuis kunstzinnige films worden gedraaid (Tabel 5.7). Deze opvatting vinden we bijvoorbeeld bij Van den Berg (1983). Hij baseert zich daarbij op de doelstelling van de filmhuizen "het zo optimaal mogelijk vertonen van films die onvoldoende via de commerciële bioscoop te zien zijn, maar vanwege hun kunstzinnige of maatschappelijke waarde een vertoning wel verdienen" (Van den Berg, 1983, Deel 2, p. 1). Uitgaande van deze vooronderstelling is het tot op zekere hoogte mogelijk om uitspraken te doen over het aanbod van kunstzinnige films in Nederland. "In totaal worden per jaar ruim 100 kunstzinnige lange films aangekocht", aldus Van den Berg (1983, Deel 1, p. 112), waarbij "kunstzinnig" staat voor het grootste deel van de import van de alternatieve distributeurs.

Een ander aanknopingspunt dat de Skoop/NSS enquête biedt, ligt in de vragen naar een eventuele aanwezige voorliefde voor "art-films", als men er van uitgaat dat een "art-film" tevens een "kunstzinnige" film is. Overigens is het waarschijnlijk dat deze meting overlapt met de voorgaande, aangezien filmhuizen gedefinieerd zijn met behulp van de term "art-film" (Tabel-5.8).

Beide aanknopingspunten zijn in zekere zin arbitrair. De mogelijkheid die ons inziens de meeste perspectieven biedt om te bepalen wie het publiek vormen van "kunstzinnige films" is om de films die

Tabel-5.7: Het publiek van kunstzinnige films, filmhuisbezoekers in procenten

Filmhuisbezoekers	6
Niet filmhuisbezoekers	94
	100% [n=1484]

Tabel-5.8: Het publiek van kunstzinnige films, "art-film" liefhebbers in percentages per kanaal, gewogen aantallen

	VOORKEUR VOOR ARTFILMS
Bioscoopbezoekers	8
Filmhuisbezoekers	-
Film-op-TV-kijkers	7
Film-op-video-kijkers	2

in de Skoop-enquête met name genoemd worden, in te delen in meer en minder "kunstzinnig". De Nederlandse films waarvan gevraagd is of men ze had gezien en de film die de ondervraagden het laatst hadden gezien leveren samen een lijst op met 48 filmtitels. Als nu van die 48 films bepaald kan worden hoe "kunstzinnig" zij zijn, dan is het ook mogelijk om uitspraken te doen over degenen die die films hebben gezien.

Wanneer men de mate van "kunstzinnigheid" van deze films wil bepalen, ligt er een voor de hand liggende weg open. Hoe men de zaak ook wendt of keert, het staat vast dat "kunstzinnigheid" een term is die bij besprekingen van films, maar zeker bij de beoordelingen van films in het kader van de ondersteuning vanuit de fondsen een rol speelt. Dat betekent dat er in Nederland een forum van personen voorradig is dat het criterium "kunstzinnigheid" in de praktijk hanteert en dat in een aantal gevallen met grote consequenties. Zo deze personen al niet in staat zijn om een definitie te geven van "kunstzinnigheid", op basis waarvan men deze eigenschap aan films zou kunnen afmeten, dan zijn zij toch in ieder geval in staat films naar mate van "kunstzinnigheid" te onderscheiden.

Om een betrouwbaar oordeel op dit punt te krijgen hebben wij een 35-tal deskundigen op filmgebied in Nederland gevraagd om de films voor ons op hun kunstzinnigheid te beoordelen. De deskundigen zijn afkomstig uit de kringen van filmcritici, het Productiefonds en het Filmfonds. Niet alleen werd om een beoordeling gevraagd van de 48 filmtitels, maar ook naar een oordeel over en een omschrijving van "kunstzinnigheid" in relatie tot film. Van de 35 verstuurdde vragenlijsten werden er 23 geretourneerd. 6 reacties bevatten een meer of minder beargumenteerde weigering om aan het onderzoek mee te werken. Daarbij werd veelal wel het nodige over "kunstzinnigheid" opgemerkt, zodat deze reacties op dit punt niet als non-response beschouwd hoeven te worden. Voor de beoordeling van de "kunstzinnigheid" van de verschillende films uit het Skoop-onderzoek kunnen wij ons dus verlaten op de oordelen van 17 experts.

Al spoedig bleek dat wij met onze vraag naar een omschrijving van kunstzinnigheid het nodige hebben losgemaakt. Bij degenen die reageerden kunnen globaal twee groepen worden onderscheiden:

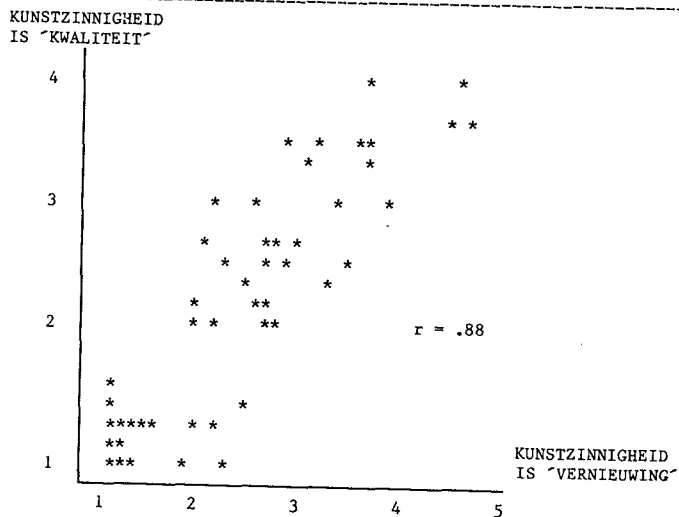
Een eerste groep verbindt "kunstzinnigheid" uitdrukkelijk aan het in de film tot uiting komen van de al dan niet diepe zieleroselen van de auteur/maker van de film, waarbij verder gelet wordt op originaliteit in vorm en inhoud en het vernieuwend karakter van de film. Veel personen in deze groep plaatsen "kunstzinnig" tegenover "commercieel". Een kunstzinnige film is een film die geen kans krijgt in de grote bioscopen omdat hij geen concessies doet aan de smaak van een breed publiek.

De tweede groep vindt kunstzinnigheid een onzinnig begrip, uitgevonden door en voor beleidsmakers en wetenschappers [vleidend uitgedrukt F&G]. Wel a.l.t.en vrijwel alle respondenten in deze groep het mogelijk om een kwaliteitsoordeel over films uit te spreken in termen van goed of slecht. In een in Film en TV-Maker (november 1985) gepubliceerde reactie op de door ons verstuurdde vragenlijst komt H. deerecamp tot de verzuchting: "als er dan toch ergens een filmpolitie moet beslissen over het toekennen van subsidies, laat

die dan in godsnaam een eerlijk kwaliteitscriterium hanteren in plaats van die ongrijpbare, uit minderwaardigheidscomplexen geboren notie van kunstzinnigheid." (Film en TV-Maker, november 1985, p. 13). Of de vervanging van de term "kunstzinnig" door "goed" veel zal oplossen valt ons inziens te betwijfelen. De beoordeling van films wordt er niet minder subjectief door en het aantal connotaties dat aan het woord "goed" is verbonden is zo mogelijk nog groter dan de bijbetekenissen die aan "kunstzinnig" kunnen worden gehecht.

Binnen beide groepen komt men tot een oordeel over films, zij het kennelijk op basis van verschillende criteria. Maakt dat nu wat uit voor de oordelen die men geeft? Eén van onze veronderstellingen was dat, ook al zou men het slecht eens kunnen worden over een inhoudelijke definitie van "kunstzinnigheid" of zelfs helemaal niet een begrijpelijke omschrijving van dit begrip kunnen geven, er toch een grote mate van overeenstemming zou zijn. Dit blijkt in soortgelijk onderzoek, waarbij bijvoorbeeld de kwaliteit van historische gebouwen in het geding is, ook het geval te zijn (Ganzeboom, 1981/82). Ook voor de kunstzinnigheid van films geldt dat er grote consensus tussen beoordelaars is. De volgorde waarin men de films plaatst naar kunstzinnigheid komt, gelet op het geringe aantal beoordelaars, behoorlijk overeen. De correlaties tussen de oordelen binnen de groepen variëren van 0.72 tot 0.85.

Figuur-5.9: Samenhang in de oordelen van van twee groepen deskundigen over 48 films



In het spreidingsdiagram in figuur-5.9 is te zien, hoe de relaties liggen tussen de beoordeling van de groep die "vernieuwing" als norm van kunstzinnig aanlegt en de groep die zegt niet over kunstzinnigheid te kunnen spreken, maar wel over kwaliteit. Een "*" in de figuur staat voor één bepaalde film. Men ziet een vrij sterke relatie ($r=.88$). Als het op concrete oordelen aankomt, dan blijken principiële standpunten er nauwelijks meer iets toe te doen.

Vervolgens is de vraag waar we de streep willen zetten om iets al dan niet een "kunstzinnige" film te noemen. Wij hebben gekozen voor een streep in het midden, namelijk bij 2.50. In de bijlage is te zien welke films op basis van dit criterium onder en boven de streep komen te staan. Films als "Van de koele meren des doods", "Ghandi" en "E.T." vallen juist onder de streep, "De stilte rond Christine M.", "Tootsie" en "The Deer Hunter" er juist boven. Tot het publiek van kunstzinnige films zijn vervolgens degenen gerekend die tenminste één van deze films gezien hebben. Dit wel: ook hier gaat het, net als bij de Nederlandse films, om een selectie uit de groep van bioscoopbezoekers.

Tabel-5.10 geeft een inzicht in de grootte van het publiek van kunstzinnige films, althans zoals volgens onze criteria gedefinieerd. De groep die één van deze "kunstzinnige", Nederlandse films in de bioscoop heeft gezien, is nog altijd 13% van de bevolking. We moeten ons bij dit cijfer realiseren dat dit afgemeten wordt aan een beperkt aantal filmtitels. Via de video/televisie is dit getal behoorlijk veel lager: 3.8%. Dat dit getal indicatief is voor een lagere verspreiding van Nederlandse, kunstzinnige films via deze kanalen, kan echter niet gezegd worden, omdat uitgegaan is van een lijst van films die lang niet alle op televisie zijn uitgezonden.

In tabel-5.10 wordt tenslotte een samenvattend cijfer genoemd voor de omvang van het publiek van kunstzinnige films onder de totale bevolking: 17%. Dit getal berust op telling via de verschillende indicaties die de revue gepasseerd zijn: filmhuisbezoek, belangstelling voor de genre "art-film" via bioscoop of media en bezoek aan de opgesomde kunstzinnige films. Door de wijze van berekening zal dit getal eerder bij de bovengrens van de omvang van het publiek van kunstzinnige films dan bij de ondergrens liggen.

Tabel-5.10: Het publiek van kunstzinnige films in procenten

Nederlandse kunstzinnige film in bioscoop gezien	13%
Nederlandse kunstzinnige film via video/televisie gezien	4%
Laatst bezochte film was kunstzinnig	7%

Indicatie van belangstelling voor kunstzinnige films 17%

[n=1484]

Sociale samenstelling van het publiek van kunstzinnige films

In het proefschrift van Ganzeboom (1984) wordt een relatie gelegd tussen het plezier dat mensen beleven aan kunst en hun culturele vaardigheden. Kunst en kunstzinnige objecten bevatten relatief complexe informatie. Naarmate iemand beter in staat is om die informatie te verwerken, om het kunstobject te begrijpen, zal die persoon zich meer tot het object aangetrokken voelen. In hoeverre iemand in staat is om complexe informatie te verwerken, hangt af van zijn of haar opleiding en culturele opvoeding. De resultaten van de analyse van het bezoek aan kunstzinnige films bevestigen deze veronderstellingen.

Anders dan dat met het publiek van de Nederlandse films het geval was, blijkt het publiek van de kunstzinnige film namelijk wel degelijk te verschillen van het overige filmpubliek. Op basis van de informatieverwerkingstheorie zou men verwachten dat met name de hoger opgeleiden kunstzinnige films zouden bezoeken. Dit blijkt inderdaad in sterke mate het geval te zijn. In tabel 5.11 worden gegevens gepresenteerd met betrekking tot een drietal afhankelijke variabelen: de kunstzinnigheid van de laatst bezochte film "KUNSTZINLAATST", de kunstzinnigheid van de Nederlandse film gezien in de bioscoop "KUNSTZINBIOS", dan wel op de video "KUNSTZINVIDEO".

Tabel-5.11: Regressiecoëfficiënten met betrekking tot het kijken naar kunstzinnige films

	KUNSTZINLAATST	KUNSTZINBIOS	KUNSTZINVIDEO
LF2024	.08 ns	.04 ns	-.01 ns
LEEFTIJD	.33	.10	-.00 ns
STUDENT	.14	.08 ns	-.02 ns
OPLEIDING	.21	.27	.21
ALLEENSTAAN	.09 ns	.14	.09 ns
THUISW. KINDER	-.12	.04 ns	-.10 ns
BEROEPSSTATUS	.12	-.05 ns	.01 ns
URBANISATIE	-.00 ns	.11	.18
	---	---	---
R =	.45	.38	.34

Uit de tabel blijkt dat opleiding een tamelijk sterk positief effect heeft op alle drie variabelen. Hetzelfde geldt voor student zijn en alleenstaan enerzijds en het kijken naar kunstzinnige film in de bioscoop anderzijds. Een opmerkelijk verschijnsel doet zich voor bij de variabele leeftijd. Voor filmkijken in het algemeen geldt dat deze activiteit vooral onder jongeren voorkomt. Bij het kijken naar kunstzinnige films treffen we echter een omgekeerde relatie aan. Bijzonder sterk is deze relatie voor de laatste film die men in de bioscoop zag. In verhouding tot het doorsnee bioscooppubliek is het publiek van kunstzinnige films relatief ouder. Voorts heeft urbanisatie een sterke invloed op het kijken naar kunstzinnige films via de video. Dit doet vermoeden dat het aanbod

van kunstzinnige films via de videotheken in grotere steden beter verzorgd is dan elders.

Het meest opmerkelijke aan tabel-5.11 is evenwel dat de invloed van opleiding op het kennisnemen van kunstzinnige films, niet verschilt tussen de verschillende kanalen. Dat impliceert dat de gedachte onjuist is dat het aanbieden van kunstzinnige informatie via gemakkelijker en massaler toegankelijker kanalen als video en televisie een effect van (verticale) cultuurspreiding zou hebben. In het publiek van kunstzinnige films op video en televisie zijn hoger opgeleiden vrijwel net zo oververtegenwoordigd als in de bioscoop.

Conclusie

Ondanks grote verschillen van mening in reactie op de vraag naar een definitie van kunstzinnigheid met betrekking tot films, blijken een aantal deskundigen in hun concrete oordelen over bepaalde films een behoorlijke consensus te vertonen. Wanneer men voor "kunstzinnigheid" de grens bij het gemiddelde trekt (een keuze die voor discussie vatbaar is), vormt het publiek van kunstzinnige films een vrij grote minderheid (ten hoogste 17%) van het filmpubliek. Voorts kan worden aangetoond dat zich in het publiek van kunstzinnige films dezelfde oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden voordoet als bij het publiek van andere cultuuruitingen. Opmerkelijk is dat deze oververtegenwoordiging gelijk is voor video/televisie en filmhuis/bioscoop.

6 SAMENVATTING EN DISCUSSIE

In het voorgaande is verslag gedaan van een onderzoek naar film en publiek in Nederland. De belangrijkste gegevens die zijn geanalyseerd komen uit het NSS/Skoop onderzoek naar filmkijken in Nederland, dat is gehouden in september 1983. Ook meer algemene statistische gegevens over filmkijken, onder andere ontleend aan kijkcijfers van de NOS, bezoekcijfers van de Nederlandse Bioscoopbond en steekproefgegevens uit de Leefsituatiesurveys (1974, 1983) en de Tijdsbestedingsonderzoekingen (1975, 1980) zijn in de analyse betrokken.

In het onderzoek is ervan uitgegaan dat het filmaanbod het publiek langs vier kanalen kan bereiken: de gewone bioscoop, het filmhuis, de televisie en de video (opgenomen, gekochte en gehuurde films). In de afgelopen jaren is het aanbod van film in toenemende mate verschoven van het klassieke bioscoopkanaal naar filmhuis, televisie en video. Niet alleen is er een verschuiving aan de aanbodkant te constateren, ook in de consumptie van film treden veranderingen op. Zo is het bezoek aan bioscopen vanaf 1978 sterk teruggelopen. Vanuit het oogpunt van overheidsbeleid behoeft een verschuiving van filmconsumptie in de bioscoop naar filmconsumptie via de "thuismedia" op zichzelf niet zorgwekkend geacht te worden. In het cultuurbeleid staan productie en een zo ruim mogelijke verspreiding voorop. Het is goed mogelijk dat het gegroeide belang van de televisie en video bijdraagt aan de realisering van deze doelen. Niettemin zijn de veranderende verhoudingen in de filmsector reden om middels onderzoek de ontwikkelingen nu en in de toekomst nauwlettend te volgen, in het bijzonder om te bekijken of gestelde doelen van film- en cultuurbeleid wellicht in de knel komen.

Met de eerste groep onderzoeksvragen werd beoogd enig inzicht te geven in de omvang, overlapping en sociale achtergrond van het publiek van de verschillende kanalen.

Men kan de omvang van kanalen op twee verschillende manieren bepalen. Een eerste indicatie vormt het percentage van de bevolking dat door een bepaald kanaal wordt bereikt, een tweede het totaal aantal keren dat een film via een bepaald kanaal iemand uit de bevolking bereikt. Deze laatste indicator, het aantal "viewings", komt in geval van bioscoop en filmhuis overeen met het aantal bezoeken. Bij televisie en video zou men kunnen spreken over het totaal aantal bezoeken aan de "thuisbioscoop". Het betreft dus een sommatie over films én over personen. Het bereik van de kanalen in de eerste zin is: televisie-81%, bioscoop-32%, video-30% en filmhuis/arthouse 6%. De frequentie waarmee naar elk kanaal gekeken wordt, is echter niet identiek. Gemiddeld ziet men per bezoeker-/kijker 23 films per jaar via de televisie, 20 films worden bekeken via de video, 7 via de bioscoop en 3 via het filmhuis. Letten we op het aantal "viewings" dan nemen de televisie 69%, de video 22%, de bioscoop 8% en het filmhuis/arthouse 1% van het totale "bezoek" voor hun rekening.

Deze laatste cijfers kunnen in het geval van televisie, bioscoop en filmhuis vergeleken worden met bekende kijk- en bezoekcijfers. Dan blijkt dat met name de verhouding tussen bioscoop en filmhuis niet strookt met de werkelijkheid. Die verhouding is nu 1 op 8,

maar zou ongeveer 1 op 20 moeten zijn. Ten dele komt dat door afronding. Een andere belangrijke oorzaak is waarschijnlijk dat door een wat ongelukkige vraagstelling ook het publiek van de arthouse-bioscopen in het commerciële circuit tot het filmhuispubliek is gerekend.

De belangrijkste conclusies op dit punt zijn dat de televisie verreweg het belangrijkste kanaal van filmdistributie is en dat de video de bioscoop als kanaal van filmdistributie is voorbijgestreefd.

De volgende vraag was in hoeverre door de vier kanalen van filmverspreiding telkens dezelfde, dan wel geheel onderscheiden groepen van de bevolking worden bereikt. Daarvoor is de mate van feitelijke overlapping van de publieksgroepen onderzocht. Het blijkt dat men niet kan concluderen dat de vier kanalen tot elkaar in een directe concurrentieverhouding staan. Eerder is het zo, dat als iemand via een kanaal belangstelling voor films toont, hij of zij die interesse met grote waarschijnlijkheid ook via andere kanalen laat blijken. Dit geldt in het bijzonder de relaties video-televisie, filmhuis-bioscoop, bioscoop-televisie en filmhuis-televisie. De relatie tussen filmhuispubliek en videopubliek vormt enigszins een uitzondering. Op dit punt luidt de conclusie van ons onderzoek derhalve dat er geen scherpe, directe concurrentieverhouding tussen de kanalen aan de hand van het onderzoeksmateriaal kan worden aangetoond. Het is bijvoorbeeld niet zo dat personen die veel film kijken via de media, minder naar de bioscoop gaan.

Het ligt voor de hand om de overlapping die optreedt tussen de publieksgroepen van de verschillende kanalen terug te voeren op het feit dat men nu eenmaal film liefhebber moet zijn om film te kijken. Voor de liefhebber gaat het niet om een keuze tussen kanalen, maar om een keuze tussen films. De concurrentieverhoudingen tussen de verschillende media krijgt men pas te zien als men de invloed van de gemeenschappelijke determinant "cinefilie" uitschakelt door te kijken binnen groepen met een soortgelijke voorkeur. Voor een dergelijke analyse biedt het datamateriaal nauwelijks mogelijkheden.

Wanneer de vier publieksgroepen naar sociale achtergrond vergeleken worden, komen allereerst een aantal bekende feiten aan het licht. Daarbij behoren de sterke oververtegenwoordiging van jongeren (in het bijzonder de groep 20-24) in het bioscooppubliek en van de hoger opgeleiden in het filmhuispubliek. Een belangrijke differentiatie tussen filmhuis en bioscoop enerzijds en televisie en video anderzijds is gelegen in de beperkingen die huwelijk en de zorg voor thuiswonende kinderen aan het uitgaansgedrag opleggen. Interessanter zijn evenwel de volgende bevindingen. Jongeren zijn niet alleen oververtegenwoordigd in het bioscooppubliek, maar in alle filmpublieksgroepen. In tegenstelling tot de verwachtingen, is ook het publiek van videofilms en zelfs dat van films op televisie aanzienlijk jonger dan de rest van de bevolking. Hoger opgeleiden zijn niet alleen oververtegenwoordigd onder het filmhuispubliek, maar ook onder het gewone bioscooppubliek. Zij zijn echter ondervertegenwoordigd onder de kijkers naar films via televisie en video. Voor zowel bioscoop en filmhuis geldt dat zij meer

publiek trekken in de meer verstedelijkte gebieden; dat is echter in gelijke mate het geval voor het kijken naar films via video. Er is geen invloed van beroep of inkomen op de keuze voor kanaal voor filmkijken te ontdekken.

De verklaring voor deze bevindingen dient ons inziens gezocht te worden in de specifieke aanspraken die het filmkijken via verschillende kanalen doet op de beschikbare tijd, de culturele waardigheid en de sociale groep waartoe men wil behoren. Filmkijken via televisie en video onderscheidt zich doordat het minder aanspraak doet op het tijdsbudget en wordt daarom vooral aangetroffen bij groepen met minder vrije tijd. Verder is het aangeboden genre in doorsnee minder complex dan het aanbod in de bioscoop en in het bijzonder dat in het filmhuis. Tenslotte is bioscoopbezoek een wezenlijk element in het gedragsrepertoire van grote groepen jongeren. Aan deze verklaring kan men ontlenen dat de verschillende kanalen elkaar misschien minder bijten dan men aanvankelijk zou verwachten: zij opereren op verschillende markten. Echter, de gedachte dat film via televisie en video een demografische geheel anders samengestelde groep zou bereiken dan film via bioscoop en filmhuis, blijkt slechts ten dele ondersteuning in de gegevens te vinden. Weliswaar kan worden aangetoond dat het film-aanbod via televisie en video vaker terecht komt bij groepen die vanwege tijdsdruk en gezinsbelasting niet de bioscoop bezoeken (gehuwden met zorg voor kinderen) en dat bovendien door deze media relatief vaker een publiek van lager opgeleiden wordt bereikt, min of meer verrassend is dat dat ook relatief veel jongeren en alleenstaanden naar film op video kijken.

De gedachte dat dit het grotere aanbod van populaire films op televisie en video er mede oorzaak van is dat in het bijzonder de groep van lager opgeleiden in toenemende mate de bioscoop de rug heeft toegekeerd, vindt steun in een vergelijking van sociale achtergrond van bioscoopbezoekers in de periode 1974-1983 en 1975-1980. Hoger opgeleiden zijn in de loop der tijd sterker in het bioscooppubliek vertegenwoordigd geraakt, ook in verhouding tot hun gegroeide aandeel in de bevolking.

De mate waarin bioscoop, televisie en video een publiek van overeenkomstige samenstelling aanspreken is groter dan wij tevoren hadden verwacht. Een grote scheiding tussen publieksgroepen treffen we wel aan tussen het publiek van filmhuizen/arhouses en het filmkijkend publiek via televisie en video. Het filmhuispubliek bestaat voornamelijk uit hoger opgeleide (studerende) alleenstaanden tussen 25 en 35 jaar. Zij kijken zelden of nooit film via video. Dat het filmhuispubliek in de afgelopen jaren niet zo dramatisch heeft gedeeld in de algehele achteruitgang in aantal van het bioscooppubliek, wijst ook in deze richting. Op basis van onze onderzoeksresultaten kan men voorzichtig concluderen dat het bioscooppubliek steeds meer overeenkomsten gaat vertonen met het traditionele publiek van andere culturele instellingen, zoals theater, concert en museum. De filmhuizen en de bioscopen met het meer kwaliteitsrijke aanbod, die het hoogst opgeleide publiek trekken, lijken zich in de concurrentieslag met de "thuismedia" het best overeind te houden.

Een belangrijke vraag bij deze conclusie is natuurlijk of en in

hoeverre deze ontwikkeling van tijdelijke aard is, aangezien het aanbod via video en televisie zich juist in de afgelopen jaren relatief sterk gericht heeft op het massapubliek. Het zou goed kunnen dat een groter aanbod van kwaliteitsrijke films via video en bijvoorbeeld abonneetelevisie nog grotendeels tot ontwikkeling moet komen en eerst in de toekomst zal bijdragen aan de uitdunning van de geleerden van het bioscooppubliek.

Een laatste groep onderzoeksvragen richtte zich in het bijzonder op het publiek van twee categorieën films die in het overheidsbeleid een bijzondere positie innemen: Nederlandse en kunstzinnige films.

Met betrekking tot de Nederlandse films kan worden geconcludeerd dat zij in de laatste jaren, ondanks hun geringe aantal, onveranderlijk verantwoordelijk zijn geweest voor een relatief groot aandeel in de publieke belangstelling. Dit geldt zowel voor bioscopen als voor televisie. Het was moeilijk om relevante gegevens te verwerven over de belangstelling voor Nederlandse films in filmhuizen en op video. Het publiek van Nederlandse films blijkt, bij een vergelijking met het overig filmpubliek, geen bijzondere kenmerken te vertonen.

Alvorens het publiek van kunstzinnige films aan een nadere analyse onderwerpen is eerst bepaald welke soort films tot deze categorie gerekend kunnen worden. Wij hebben daarvoor onze toevlucht gezocht bij de oordelen van een groep deskundigen: filmmakers, filmrecensenten en andere betrokkenen bij het filmcircuit. De vraag naar een omschrijving van het begrip "kunstzinnigheid" riep zeer uiteenlopende en soms negatieve reacties op. Bij de concrete beoordeling van een lijst met filmtitels naar kunstzinnigheid blijken deskundigen met totaal verschillende opvattingen over de inhoud en het bestaansrecht van dit begrip gemakkelijk tot een consensus te komen.

Met behulp van deze oordelen en met de veronderstelling dat ook het publiek van filmhuizen daartoe gerekend kan worden, kan de grootte van het publiek van kunstzinnige films worden vastgesteld op maximaal 17% van de bevolking. De sociale achtergrond van deze groep wijkt nogal af van die van de doorsnee filmkijker en lijkt sterk op die van het publiek voor andere culturele uitingen. Bij het publiek van kunstzinnige films is sprake van een zeer grote oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden. Interessant is dat er in dit opzicht geen verschil is tussen de verschillende kanalen. De oververtegenwoordiging van hoger opgeleiden onder het publiek van kunstzinnige films is bij televisie en video even groot als in bioscoop en filmhuis. Er is geen sprake een extra grote selectiviteit bij het filmaanbod buitenshuis.

Aanbevelingen

De resultaten van het onderzoek, gecombineerd met de in hoofdstuk 1 geformuleerde uitgangspunten van het overheidsbeleid, leiden als vanzelfsprekend tot een aantal aanbevelingen. Het filmpubliek is overwegend zeer jong. Dat geldt niet alleen voor de bioscoop, maar ook voor de andere kanalen van filmverbreiding. Gezien de verwachte daling van het aantal jongeren moet

in de toekomst rekening worden gehouden met een algehele teruggang van de aantallen filmkijkers.

De televisie is verreweg het belangrijkste kanaal voor de verspreiding van film. Een overheid die streeft naar een zo breed mogelijke verspreiding van Nederlandse en kunstzinnige films doet er dus goed aan de vertoning van deze films op de televisie te bevorderen.

Dezelfde redenering geldt in toenemende mate voor het videokanaal. Ook het doen uitbrengen van Nederlandse en kunstzinnige films op video verdient vanuit het oogpunt van spreiding aanbeveling.

Ondanks de verschuiving in de publieke belangstelling van de bioscoop naar video en televisie zijn de producenten van films voor hun inkomsten nog altijd aangewezen op diezelfde bioscoop. Vanuit het gezichtspunt van de productie van films geldt: zonder bioscoop geen film. Wellicht is het mogelijk om de bijdrage van televisie en video ook op het vlak van de productie van films te vergroten.

Nederlandse films worden graag bekeken, maar niet altijd even hoog gewaardeerd. Om de gunst van het publiek te behouden lijkt een streven naar kwaliteitsverbetering wenselijk.

Voor de kunstzinnige films geldt dat deze via elk kanaal een hoger opgeleid publiek trekken. De groep kijkers naar kunstzinnige film op televisie is aanmerkelijk groter dan die in de bioscoop, maar niet minder exclusief.

Ook het bioscoopkanaal lijkt in de loop der tijd wat exclusiever te zijn geworden. Men kan stellen dat de situatie bij filmaanbod steeds sterker begint te gelijken op die van de aanbidding van theater en concert via de massamedia en via schouwburgen en concertzalen. Ondanks de teruglopende bezoekcijfers trekt de bioscoop echter nog altijd veel meer bezoekers dan welke andere culturele gebeurtenis dan ook. De ruim 17 miljoen bioscoopbezoekers (waaronder naar schatting 3 à 4 miljoen bezoekers aan kunstzinnige films) dienen vergeleken te worden met 1.4 miljoen theaterbezoekers en 1.2 miljoen concertbezoekers (CBS, 1985, p. 119).

Deze verhouding komt overigens (nog) niet tot uiting in de hoeveelheid geld die aan de film wordt besteed. In de begroting voor 1986 gaat F149.219.000 naar "subsidies en andere uitgaven voor muziek en dans en F56.468.000 naar "subsidies en andere uitgaven voor toneel en mime". Slechts F17.352.000 is bestemd voor de gelijknamige begrotingspost bij de film. Een scheve verhouding, waar de Minister overigens iets aan wenst te doen (Van Bueren en Proper, 1984). Men moet zich bij deze cijfers wel realiseren dat gelijkheid van overheidsbesteding tussen verschillende cultuurvormen natuurlijk niet de norm hoeft te zijn. Film is een cultuursector, die tot op heden grotendeels zichzelf moet (en kan) bedruipen. Maar indien een cultuurtak kwijnt en andere met veel overheidssteun voor minder mensen overleefd worden gehouden, kan dat wel aanleiding tot een heroverweging zijn.

EPILOOG: De betrouwbaarheidsmarges van de gegevens

Een belangrijke vraag bij het waarderen van onderzoeksgegevens is in hoeverre zij betrouwbaar zijn, dat wil zeggen: ongeveer voor vertekening door toevallige steekproeftrekking, vertekende vraagstelling of andere storende factoren. Van alle mogelijke vertekeningen kan men het gemakkelijkst aangeven wat de invloed is van de toevalsfluctuaties die kunnen ontstaan doordat een steekproef nu eenmaal niet altijd een perfecte afspiegeling van de bevolking is. Dergelijke betrouwbaarheidsmarges kunnen op basis van standaard statistiek worden berekend. In het geval van het Skoop/NSS onderzoek is, door de complexe steekproeftrekking, deze standaard statistiek weliswaar niet exact van toepassing, maar de betrouwbaarheidsmarges geven wel een goede indicatie. Onderstaande tabel geeft een overzicht van de marges die liggen rond percentages van verschillende hoogte bij een (deel)steekproeven variërend van N=647 tot N=3326.

Dergelijke betrouwbaarheidsintervallen zijn van toepassing op alle enkelvoudige percentages uit onze tabellen. Complexer ligt de situatie voor samengestelde grootheden, waarin twee toevalsvariabelen met elkaar vermenigvuldigd worden. Dit is bijvoorbeeld het geval in tabel-3.12 waarin het percentage kijkers van een kanaal vermenigvuldigd wordt met het aantal keren dat ze via dit kanaal kijken. Voor een dergelijke grootheid is het moeilijk om een exacte betrouwbaarheidsmarge aan te geven. Het lijkt echter aannemelijk dat de conclusie dat video inmiddels een belangrijker kanaal van filmverspreiding is dan de bioscoop niet op basis van toevalsfluctuaties tot stand is gekomen.

Bij het evalueren van de betrouwbaarheidsmarges mag niet uit het oog worden verloren dat naast statistische fluctuaties de reikwijdte van conclusies in veel belangrijker mate afhangt van de kwaliteit van de vraagstelling en de gegevens en in een aantal gevallen van definitieve kwesties. Zo is bijvoorbeeld onze conclusie omtrent de omvang van het publiek van kunstzinnige films in sterke mate afhankelijk van (a) de afbakening van kunstzinnigheid, (b) het feit dat niet aan iedereen de vraag naar filmvoorkeuren letterlijk is gesteld.

Tabel: 90% betrouwbaarheidsmarges rond percentages bij verschillende steekproefgrootte

N	GEVONDEN PERCENTAGES			
	5% / 95%	10% / 90%	20% / 80%	50% / 50%
3326 (alle personen in de huishoudens van 15-69 jaar)	+ 1 %	+ 1.5%	+ 1.5%	+ 2 %
1484 (alle ondervraagde personen)	+ 1.5%	+ 2 %	+ 2 %	+ 2.5%
647 (alle bioscoopbezoekers)	+ 2 %	+ 2.5%	+ 3 %	+ 3.5%

Bron NSS, 1984-1

GERAADPLEEGDE LITERATUUR

- ANF (Associatie van Nederlandse Filmtheaters), Jaarverslag 1984, Amsterdam, 1985
- Austin, B.A., Portrait of Art Film Audience, in Journal of Communication, Vol. 34(1984)1, Winter, pp. 74-87
- Beereboom, H. & H. Ganzeboom, Effecten van prijsverlaging op bioscoopbezoek, Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur, 1985
- Berg, H.O. van den, Filmhuizen in Nederland, Deel 1, Cenario, Amsterdam, 1983
- Besluit Fonds voor de Nederlandse Film, Staatsblad, jrg. 1983, 558, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage, 1983
- Bonnell, R., Bioscoopbezoek en entreeprijzen, in: Skrien, februari 1979, pp. 8-11
- Borde, R., Een kwetsbare kunst, in: Unesco Koerier, 134, Oktober 1984, pp. 4-6
- Bueren, P. van, en R. Proper, Interview met minister Brinkman, In: Skoop, 20, 1984, februari/maart, pp. 28-32
- CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek), De personele inkomensverdeling 1980, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage, 1984
- CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek), Statistisch Zakboek 1985, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage, 1985
- Edmondson, R. en H. Schou, Het nitraatultimatum, In: Unesco Koerier, 134, Oktober 1984, pp. 10-11
- Filmfonds (Stichting Fonds voor de Nederlandse Film), Jaarverslag 1983 - 1984, Amsterdam, 1985.
- Ganzeboom, H.B.G., Beleving van Monumenten, Deel 1 en 2, Sociologisch Instituut, Utrecht, 1982/1983
- Ganzeboom, H.B.G., Cultuurdeelname als verwerking van informatie of verwerving van status, in: Mens en Maatschappij, 57, nr. 4, 1982, pp. 341-372
- Ganzeboom, H.B.G., Cultuur en informatieverwerking, proefschrift, Rijksuniversiteit Utrecht, Utrecht, 1984
- Ganzeboom, H.B.G., Cultuurdeelname in Nederland tussen 1955 en 1985, Manuscript, Sociologisch Instituut, Utrecht, 1986
- Gispens, W., Overheid en film-1, In: Skrien, 1980(95), maart, pp. 34-37
- Hendriks, G.W.M., Film en publiek, onderzoeksopdracht, projectnummer 85-01, S.C.Z. 490
- Jong, G. de, Film en fonds, Ministerie van Cultuur, Recreatie en Maatschappelijk Werk, Rijswijk, 1980
- Knulst, W. en L. Schoonderwoerd, Waar blijft de tijd?, Sociaal en Cultureel Planbureau, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage, 1983
- Linder, St., Toekomst en Tijdgebrek, Wolters Noordhof, Groningen, 1971 [Oorspr. The Harried Leisure Class, New York, 1968]
- NBB (Nederlandse Bioscoopbond), Jaarverslag 1984, Amsterdam, 1985
- NEHEM, Verkenning Bioscoopexploitanten, 's-Hertogenbosch, 1985
- NIBUD (Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting), Scholierenonderzoek 1984, 's-Gravenhage, maart 1985.
- NOS-KLO (Nederlandse Omroepstichting, Afd. Kijk- en Luisteronderzoek), Bioscoopfilms op de TV 1975-1977, R79-227, Hilversum, 1979

NOS-KLO (Nederlandse Omroepstichting, Afd. Kijk- en Luisteronderzoek), Bulletins, Hilversum, 1980-1985

NOS-KLO (Nederlandse Omroepstichting, Afd. Kijk- en Luisteronderzoek), Videorecordergebruik 1983, R84-362, Hilversum, 1984

NOS-KLO (Nederlandse Omroepstichting, Afd. Kijk- en Luisteronderzoek), Kijken naar (kabel)kijkers, R84-354, Hilversum, 1984

Notitie Cultuurbeleid, Tweede Kamer 1984/1985, 18990, nrs. 1-2

NSS (N.V. v. de Nederlandse Stichting voor Statistiek), Het film-publiek in Nederland, najaar 1983, Deel 1 en 2, 's-Gravenhage, 1984

SKOOP, Skoop-enquete Nederlands Bioscooppubliek, Skoop, februari-maart 1984, pp. 81-100

Taalingen, J.Th. van, Het Skoop-onderzoek en de Nederlandse film, in: Film, nr. 47, 30 maart 1984, pp. 3-4

Taalingen, J.Th. van, De bioscoop als onmisbaar element in de ontwikkeling op audiovisueel gebied, notitie, Nederlandse Bioscoopbond, Amsterdam, 1985

Taalingen, J.Th. van, Uiterst belangrijke uitspraak van het Europese hof van justitie, in: Uitgave NBB, september 1985, pp. 4-6

Tweede Kamer 18600, Hoofdstuk XVI, Nr. 2

Sociaal en Cultureel Rapport 1984, Sociaal en Cultureel Planbureau, Staatsuitgeverij, 's-Gravenhage, 1984

VideoMarkt, jaargang 1985

Wolff, J.Ph., Televisie en bioscoopbezoek, in: Economische Statistische Berichten, 1964, 16 december, pp. 1148-1150

Wolff, J.Ph., Film als economisch goed en de subsidiëring daarvan, in: Openbare uitgaven, 13, 1981-3, pp. 132-141.

Wolff, J.Ph., De Skoop-enquête: ongefundeerde conclusies uit interessante uitkomsten van een onderzoek, Film (47), 1984, pp. 1-3

Wolff, J.Ph., Speelfilm en bioscoop temidden van andere media. Een jaaroverzicht, in: Uitgave NBB, september 1985.

BIJLAGE: Beoordeling van 48 filmtitels naar kunstzinnigheid door
17 deskundigen

-----	-----
NEDERLANDSE FILMS	KUNSTZINNIGHEID (1-5)
-----	-----
25 Het dak van de walvis	4.31
28 Casta diva	4.27
23 Golven	4.14
08 De smaak van water	3.63
21 Hans, het leven voor de dood	3.50
06 Menuet	3.46
16 De vierde man	3.40
24 De afstand	3.15
05 Het verleden	3.00
15 De vlaschaard	3.00
03 Een zwoele zomeravond	2.79
27 Veld van eer	2.63
02 De stilte rond Christine M.	2.56
-----	-----
09 Van de koele meren des doods	2.47
10 Ademloos	2.38
26 Luger	2.38
17 Een zaak van leven of dood	2.36
22 An Bloem	2.33
19 De Lift	2.19
18 Vroeger kon je lachen	2.08
13 Als je begrijpt wat ik bedoel	1.86
07 Sprong naar de liefde	1.67
04 Het beest	1.40
14 Zwarte ruiter	1.36
29 Brandende liefde	1.31
01 Sabine	1.30
11 Pruimenbloesem	1.00
12 De boezemvriend	1.00
20 Een schot in de roos	1.00
-----	-----
BUITENLANDSE FILMS	

37 Merry Christmas Mr. Lawrence	3.42
47 One flew over the Cuckoo's Nest	3.12
41 Sophie's Choice	2.92
34 The Meaning of Life	2.90
38 Tootsie	2.53
46 The Deer Hunter	2.53
-----	-----
31 Ghandi	2.33
32 E.T.	2.25
36 An Officer and a Gentleman	2.00
28 Christiane F.	2.00
33 Annie	1.92
42 Blue Thunder	1.56
30 Octopussy	1.33
44 Evil Dead	1.29

40 First Blood	1.15
45 Vier vuisten hebben de tropenkolder	1.11
39 Flash Dance	1.09
35 Porgy	1.00
43 Hot Bubble Gum	1.00

Cultuurreeks (CR)
CR 86/1

Meerdere exemplaren
van de publikatie zijn
te bestellen door
vooruitbetaling van f 12,50
per exemplaar op giro 751
t.n.v. Distributiecentrum
Overheidspublikaties (DOP)
Postbus 20014
2500 EA 's-Gravenhage
onder vermelding van
ISBN 90 346 0563 9

Produktie:
Centrale Directie
Voorlichting,
Documentatie en
Bibliotheek
van het
ministerie van
Welzijn,
Volksgezondheid en
Cultuur