

Wie betaalt, bepaalt?

*Een onderzoek naar het spanningsveld in de samenwerking
tussen de artistiek vrije maker en de sponsor met een boodschap*

Thomas Brouwer
Studentnummer 3545911
Master Film-, en Televisiewetenschap
Universiteit Utrecht, 2014
Begeleiding: Willemien Sanders
Tweede lezer: Vincent Crone

Scriptie | Inhoudsopgave

Inleiding	p.05
De rol van het Mediafonds in de huidige productiecontext	p.07
Spanningsveld	p.08
<i>Production Studies</i>	p.10
Relevantie	p.11
Conflicterende opvattingen?	
Instrumenteel gebruik en documentaire als kunstuiting	p.13
Methode	
Kwalitatief onderzoek vanuit een <i>Grounded Theory</i> benadering	p.20
Verklaring selectie	p.21
Respondenten	p.24
Interviews	p.24
Analyse	p.25
Resultaten	p.37
Conclusie	p.42
Literatuurlijst	p.44
Bijlagen	p.47

Inleiding

Najaar 2012 ontstaat er grote ophef in de film- en tv-wereld als duidelijk wordt dat het kabinet van plan is het Mediafonds per januari 2017 op te heffen.¹ Het Mediafonds is veruit de grootste financier van artistiek hoogwaardige documentaires in Nederland. Na eerdere aangekondigde bezuinigingen op het Filmfonds en bij de Nederlandse Publieke Omroep (NPO), zou met het wegvallen van het Mediafonds nog eens zestien miljoen euro per jaar worden bespaard. De helft van dit bedrag wordt gebruikt voor het financieren van documentaires.² Met dit geld wordt het merendeel van de documentaires die uit worden gezonden op de publieke omroep, mede gefinancierd. De bijdrage gaat vaak richting de tachtig procent. Deskundigen verwachten dan ook dat het opheffen van het Mediafonds zal leiden tot een flinke afname van het aantal Nederlandse documentaires.³

Het wegvallen van de bijdrage van het Mediafonds betekent voor documentairemakers dat zij op zoek moeten naar andere financiële partners, zoals bijvoorbeeld commerciële partijen die een samenwerking willen aangaan op basis van *sponsorship*, waarbij de sponsors (financiële) middelen beschikbaar stellen om zo de documentaire te kunnen realiseren.⁴ In Nederland worden verreweg de meeste documentaires gemaakt voor de publieke omroep en hier bestaat een wettelijke beperking van commerciële sponsoring.⁵ Dat maakt dat documentairemakers aangewezen zijn op externe partners die vanuit een ideële overtuiging de film willen realiseren. Maatschappelijke en ideële organisaties, die het belangrijk vinden dat er aandacht wordt besteed aan bepaalde thema's en een groter publiek willen informeren en overtuigen van hun boodschap. Naar verwachting zal de financiering van een documentaire voor veel van deze sponsors alleen interessant zijn, wanneer de film kan helpen de boodschap van de financier te verspreiden. De productie van documentaires met financiële steun van deze 'sponsors met een boodschap' is niet ongebruikelijk. Zo zijn eerder documentaires die voornamelijk gedraaid werden in conflictgebieden of ontwikkelingslanden, deels gefinancierd door ideële sponsors.⁶ De documentaire WARZONE: LIVING ON THE EDGE van Gideon van

1 Frans Oremus, "Wie betaalt straks de documentaire?" *Villamedia Magazine*, 16 november, 2012, geraadpleegd 7 juni, 2013, <http://www.mediafonds.nl/page/89121/villamedia-frans-oremus-wie-betaalt-straks-de-documentaire>

2 Ibidem.

3 Wilmer Heck, "Next checkt: Door schrappen Mediafonds kan er geen documentaire meer worden gemaakt," *NRC Next*, 8 november, 2012, geraadpleegd 7 juni, 2013, <http://www.nrcnext.nl/blog/2012/11/08/next-checkt-door-schrappen-mediafonds-kan-er-geen-documentaire-meer-worden-gemaakt/>

4 "Sponsorship consists of the giving of monetary or other support to a beneficiary in order to make its activities financially viable, sometimes for altruistic reasons, but usually to gain some advertising, public relations or marketing advantage."

Frank Jefkins, *Advertising* (Essex: Pierson Education Limited, 2000): 153.

5 "Beleidsregels sponsoring publieke omroep 2005. Geldend op 07-09-2013," Overheid.nl, geraadpleegd op 12 september, 2013, http://wetten.overheid.nl/BWBR0018547/geldigheidsdatum_07-09-2013#Bijlage

6 Marleen Garretsen, "Sponsorvriendelijke documentaires?" in: *Een selectieve blik: zelfcensuur in de Nederlandse*

Aartsen, in 2005 uitgezonden door BNN, werd voor de helft betaald door hulporganisatie *Save The Children*.⁷ Maar ook nationaal opererende sponsors hebben eerder financieel bijgedragen aan documentaires voor de NPO. De documentaire *JEROEN JEROEN* van Peter Lataster en Petra Lataster-Czisch uit 2012 kwam mede tot stand met de hulp van *Stichting Philadelphia*.⁸

Bij een samenwerkingsverband tussen de documentairemaker en de sponsor met een boodschap lijkt er sprake van een win-winsituatie. De documentairemaker kan zijn film realiseren en de sponsor kan het thema waar de organisatie zich sterk voor maakt in de maatschappelijke belangstelling brengen. Toch is sponsoring van documentaires niet vrij van discussie, omdat de kans bestaat dat de onafhankelijkheid van de maker er door wordt beïnvloed. Documentairemaker Michiel van Erp vreest dat wanneer een documentairemaker een samenwerking aangaat met externe financiers, hij de volledige controle kwijtraakt over zijn film: "Het gevaar is dat je straks bij allerlei belanghebbenden bij een film, kleine bedragen moet ophalen om het financieel rond te krijgen. Maar die willen allemaal op hun eigen manier bemoeienis. En het laatste dat je als filmmaker wilt is afhankelijk zijn."⁹ De overtuiging dat de artistieke onafhankelijkheid van de documentairemaker onbespreekbaar is, is zeer dominant in de (Nederlandse) documentairepraktijk en is terug te voeren op de opvatting van documentaire als een kunstvorm.¹⁰

De Nederlandse documentairegeschiedenis kent een traditie van eigenzinnige filmmakers als Joris Ivens, Bert Haanstra en Johan van der Keuken. Internationaal succesvolle documentaire-auteurs die in hun films experimenteerden met vorm, inhoud en nieuwe filmtechnieken.^{11, 12} Volgens documentairemaker Jos de Putter is deze experimenteerdrijf kenmerkend voor de Hollandse School van het documentairemaken: "De Hollandse School, ook wel omschreven als 'creatieve documentaire', wordt gekenmerkt door een sterk gevoel voor filmische stijl, en minder door de jacht naar het juiste onderwerp op het juiste moment."¹³ Deze creatieve documentairebenadering staat haaks op de opvatting van de documentaire als een journalistieke vorm. De Putter: "Het gaat daarbij om de kunst van het vertellen, tegenover het vinden van het onderwerp.

journalistiek, ed. Mirjam Prenger (Apeldoorn: Het Spinhuis, 2007).

7 Ibidem.

8 "Jeroen Jeroen, vraag en antwoord," Website Stichting Philadelphia, geraadpleegd 7 juni, 2013, http://www.philadelphia.nl/contentfolder/8765/VraAnt_Jeroen_Jeroen.pdf

9 Oremus, "Wie betaalt straks de documentaire?"

10 Jos de Putter, "Nederlandse Documentaires in een tijd van schaarste," *De Nieuwe Reporter*, 2011, geraadpleegd 8 juli, 2013, <http://www.denieuwereporter.nl/2011/11/nederlandse-documentaires-in-een-tijd-van-schaarste/>

11 Victor Vroegindeweij, "Nederlandse documentaire is gemakzuchtig geworden," *De Nieuwe Reporter*, 2009, geraadpleegd 29 september, 2013, <http://www.denieuwereporter.nl/2009/07/nederlandse-documentaire-is-gemakzuchtig-geworden/>

12 Menna Laura Meijer, "Auteurschap in documentaires: een angstaanjagend proces," *De Nieuwe Reporter*, 2009, geraadpleegd 29 september, 2013, <http://www.denieuwereporter.nl/2009/07/auteurschap-in-documentaires-een-angstaanjagend-proces/>

13 De Putter, "Nederlandse Documentaires in een tijd van schaarste."

In de vertelkunst, dat wil zeggen het artistieke perspectief op het onderwerp, schuilt immers de auteur.”¹⁴

De rol van het Mediafonds in de huidige productiecontext

In de huidige situatie garandeert de subsidie van het Mediafonds de artistieke vrijheid van de maker. In 1988 werd het fonds (toen nog Stimuleringsfonds Culturele Omroepproducties) opgericht door toenmalig minister van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur Elco Brinkman, om een brug te slaan tussen kunstenaars en de publieke omroep. Als minister van het tweede kabinet-Lubbers hechtte Brinkman grote waarde aan de culturele betekenis van de publieke omroep. Het fonds kreeg de taak artistiek en kwalitatief hoogwaardige Nederlandse producties te realiseren, die anders niet tot stand zouden komen.^{15, 16} Volgens de politicus stonden de culturele functie en verantwoordelijkheid van de publieke omroep ten tijde van de oprichting van het fonds zwaar onder druk. Ontwikkelingen als schaalvergroting, commercialisering en internationalisering zouden kunnen leiden tot een overvloed aan programma's die inzetten op ontspanning. De verwachting was dat door deze ontwikkelingen schaarste zou ontstaan op het gebied van culturele producties. De oprichting van het Mediafonds moest voorkomen dat cultuur en publieke omroep zich als strikt gescheiden domeinen van elkaar zouden afzonderen.¹⁷

Jan Kassies, de eerste voorzitter van het Mediafonds, stelde zich tot doel ontspanning en cultuur tot elkaar te brengen.¹⁸ Om dit voor elkaar te krijgen, werd ingezet op individuele kunstenaars en kregen deze televisie- en filmmakers veel creatieve ruimte:

We moeten met name speuren naar talent dat de bruggen kan slaan tussen de beide domeinen. (...) Topprestaties zijn slechts mogelijk op een brede basis, liever nog; een humus, van eindeloos proberen. Daarvoor is een klimaat nodig waarin het individu tot leven wordt gewekt.¹⁹

14 Ibidem.

15 Elco Brinkman, “Stimuleringsfonds moet culturele dimensie omroepbestel versterken,” *Staatscourant*, 02 oktober, 1988, geraadpleegd 18 november, 2013, <http://www.mediafonds.nl/nieuws/92385/25-jaar-mediafonds>

16 “Het Mediafonds stimuleert de totstandkoming van cultureel media-aanbod via radio, televisie en internet van de landelijke en regionale publieke media-instellingen. Het fonds verstrekt productiesubsidies en maakt de ontwikkeling mogelijk van veelbelovende programmaconcepten. Naast de beoordeling van ingediende subsidieverzoeken, organiseert het Mediafonds activiteiten die gericht zijn op talentontwikkeling en kwaliteitsbevordering, zoals evaluaties, workshops, debatten, conferenties en masterclasses.”

“Doel,” Website Mediafonds, geraadpleegd 3 november, 2013, <http://mediafonds.nl/het-fonds>

17 Brinkman, “Stimuleringsfonds moet culturele dimensie omroepbestel versterken.”

18 Jan Kassies, “Bruggen slaan tussen domeinen van ontspanning en cultuur,” *Staatscourant*, 02 oktober, 1988, geraadpleegd 18 november, 2013, <http://www.mediafonds.nl/nieuws/92385/25-jaar-mediafonds>

19 Ibidem.

Het Mediafonds garandeert de artistieke vrijheid van de documentairemaker en heeft ook de onafhankelijkheid van haar bestuursleden vastgelegd in de statuten.²⁰ Volgens de huidige Mediafondsdirecteur Hans Maarten van den Brink heeft het fonds altijd grote waarde gehecht aan het maatschappelijk belang van de artistieke vrijheid van kunstenaars als film- en documentairemakers: “Kunstenaars moesten vooral onafhankelijk zijn, net als wetenschappers, journalisten en nog een aantal andere beroepen van groot maatschappelijk belang.”²¹ Toen de organisatie in oktober haar jubileum vierde, was 'onafhankelijkheid' het thema van het feest.²²

De constructie waarmee de overheid via het Mediafonds momenteel onder andere documentaires subsidieert, is terug te voeren op het zogenoemde 'Thorbecke-adagium'. De liberale staatsman Johan Rudolph Thorbecke stelde in 1862 dat kunst geen regeringszaak is en dat de overheid “geen oordeelaar is van wetenschap en kunst.”²³ De overheid subsidieert, maar moet het inhoudelijke oordeel overlaten aan de deskundigen, de kunstwereld zelf.²⁴ Hiermee wordt de invloed van de overheid tot een minimum beperkt en kan de kunstenaar in relatieve onafhankelijkheid opereren.

Het Thorbecke-adagium heeft grote invloed gehad op de Nederlandse cultuurpolitiek.²⁵ Hoewel de politicus de uitspraken ruim honderdvijftig jaar geleden deed, zijn de principes van Thorbecke nog steeds van kracht. Dit tot onvrede van diverse kunstenaars en politici die vaststelden dat door het uitbesteden van subsidietoekenningen aan commissies van deskundigen, de kunst teveel in zichzelf gekeerd is geraakt en ontoegankelijk is geworden voor een groot deel van de samenleving.²⁶ Ondanks deze kritiek is het Thorbecke-adagium nog steeds een leidend principe.

Spanningsveld

Waar de onafhankelijkheid van de artistiek vrije maker momenteel nog door het Mediafonds wordt gegarandeerd, is het onzeker of de documentairemaker ook deze ruimte krijgt in een samenwerkingsverband met een sponsor met een boodschap. Anders dan bij een samenwerking met het Mediafonds, ligt het voor de hand dat veel sponsoren direct betrokken zijn bij het onderwerp van de documentaire. Naar verwachting hebben deze financiers een bepaald belang en doel met de productie van

20 “Statuten,” Website Mediafonds, geraadpleegd 11 december, 2013,

<http://www.mediafonds.nl/page/51255/statuten>

21 Hans Maarten van den Brink, “25 jaar Mediafonds. Feestje?” *609 Cultuur en Media* 14 (2013): 1, geraadpleegd 8 november, 2013, <http://www.mediafonds.nl/editie/92617/609-cultuur-en-media-14>

22 Ibidem.

23 Maarten Asscher, “De dubbele ziekte van het Nederlandse kunstbeleid,” *de Volkskrant*, 25 augustus, 2005.

24 Harmen Bockma, “Niet meer heilig,” *de Volkskrant*, 21 augustus, 2009.

25 Asscher, “De dubbele ziekte.”

26 Bockma, “Niet meer heilig.”

de film. Zo'n doel kan bijvoorbeeld zijn om via de documentaire een maatschappelijke discussie te starten en een boodschap over te brengen. In dat geval is de documentaire een 'instrument', een middel om dat doel te bereiken. Een dergelijke opvatting van documentaire kan conflicteren met de opvatting van documentaire als kunstuiting van een artistiek onafhankelijke documentairemaker. De kans op conflicten is zeker aanwezig, wanneer de visie van de documentairemaker niet volledig overeenkomt met de wensen en verwachtingen van de financier.

Het is denkbaar dat er in het productieproces van de film een spanningsveld ontstaat tussen enerzijds de 'artistiek vrije maker' die zich beroept op zijn artistieke vrijheid als onafhankelijk kunstenaar, en aan de andere kant de 'sponsor met een belang' die geld heeft geïnvesteerd in de productie van de film en hiervoor bepaalde wensen en verwachtingen over de film gerealiseerd wil zien. Het ontstaan van een dergelijk spanningsveld kan voor problemen zorgen in de ontwikkeling van de documentaire. Maker en financier zijn van elkaar afhankelijk om de film te kunnen realiseren. Durft de sponsor het risico aan een film te financieren waar zij geen inhoudelijke invloed op heeft? Kan een artistiek vrije documentairemaker onafhankelijk van de verwachtingen van zijn financier zijn eigen visie op de film realiseren, of is de partij die betaalt uiteindelijk ook degene die bepaalt?

In deze scriptie wordt onderzocht hoe dit veronderstelde spanningsveld in de praktijk wordt ervaren. Hoe werken creatieve documentairemakers en sponsors met een boodschap samen bij de productie van een documentaire? Welke waarde hechten beide partijen aan de volledige onafhankelijkheid van de maker en de wensen van de sponsor? Hoe weten deze partijen naar beider tevredenheid documentaires te realiseren en welke voorwaarden moeten hiervoor worden geschapen? Hoofdvraag van dit onderzoek is:

**Hoe bewegen documentairemakers en sponsors in het spanningsveld
rond de artistieke vrijheid van de maker en de boodschap van de sponsor?**

Om antwoord te geven op deze vraag wordt onderzoek gedaan aan de hand van een *Grounded Theory* benadering. *Grounded Theory* is een methode voor de ontwikkeling van theorie gebaseerd op systematisch verzamelde en geanalyseerde kwalitatieve data.²⁷ Voor de dataverzameling van dit onderzoek zijn interviews gehouden met regisseurs en financiers van drie documentaires die tot stand zijn gekomen met steun van ideële en maatschappelijke organisaties. In de interviews is teruggeblikt op de samenwerking tussen de creatieve maker en de sponsor met een boodschap. Over de aanpak van de analyse en de selectie

27 Anselm Strauss en Juliet Corbin, "Grounded theory methodology," in *Handbook of qualitative research*, ed. Norman K. Dezin en Yvonna S. Lincoln (Londen: Sage Publicist, 1994).

van de casussen wordt verder gesproken in het hoofdstuk 'Methode'.²⁸ Voordat ingegaan wordt op het onderzoek, worden eerst de belangrijke thema's van de hoofdvraag verder uitgewerkt in het hoofdstuk 'Conflicterende opvattingen'.²⁹ Studies van onder andere Barnouw, Nichols en Winston helpen inzicht te geven in opvattingen over documentaire als instrument en als kunstwerk van een onafhankelijke maker.

Production Studies

Voor deze scriptie wordt onderzoek gedaan naar een belangrijk onderdeel binnen het productieproces van documentaires. Om uitspraken te kunnen doen over een spanningsveld tussen artistiek vrije documentairemakers en sponsors met een boodschap, is het noodzakelijk om de samenwerking tussen deze partijen in de praktijk nader te bestuderen. Met de productiepraktijk van documentaires als onderwerp van studie, is dit onderzoek te plaatsen binnen *Production Studies*, een subdiscipline van *Mediastudies*. *Production Studies* onderzoekt de productieprocessen van media op basis van empirisch productieonderzoek:

Production Studies gather empirical data about production: the complexity of routines and rituals, the routines of seemingly complex processes, the economic and political forces that shape roles, technologies, and the distribution of resources according to cultural and demographic differences.³⁰

Door bestudering van de productieprocessen van drie documentaires op basis van interviews met direct betrokkenen, kan worden onderzocht in hoeverre het denkbare spanningsveld tussen documentairemaker en financier in praktijk wordt ervaren. De dataverzameling voor dit onderzoek lijkt beperkt, omdat er geen gebruik wordt gemaakt van geschreven bronnen als mailverkeer, contracten of andere officiële documenten. De keuze om voor de dataverzameling slechts gebruik te maken van interviews met direct betrokkenen is te verklaren, omdat in deze scriptie onderzoek wordt gedaan naar de ervaring van een spanningsveld. Deze ervaring is persoonlijk en zal niet snel naar voren komen in officiële documenten. Door middel van interviews kan deze informatie wel worden achterhaald.

28 *Methode*, 20.

29 *Conflicterende opvattingen*, 13.

30 Vicki Mayer, Miranda J. Banks en John T. Caldwell, "Production Studies: Roots and Routes," in *Production Studies: Cultural Studies of Media Industries*, ed. Vicki Mayer, Miranda J. Banks en John T. Caldwell (New York: Routledge, 2009): 4.

Relevantie

Het onderzoek kent een belangrijke actuele relevantie voor de documentairepraktijk. Het financieel realiseren van een documentaire is in de huidige situatie al niet eenvoudig, en dit zal niet gemakkelijker worden wanneer in 2017 het Mediafonds verdwijnt.

Ondanks de toezegging van NPO-bestuurslid Shula Rijxman dat de Nederlandse Publieke Omroep de rol van het Mediafonds volledig over zal nemen en de Nederlandse drama- en documentaireproductie overeind zal houden, zijn veel makers en vertegenwoordigers van de documentairesector hier niet gerust op.³¹ De VPRO reageerde direct door te vragen om meer garanties voor het behoud van de documentaire.³² Ook Mediafondsdirecteur Hans Maarten van den Brink is niet overtuigd dat de toezeggingen door de NPO waargemaakt zullen worden:

Mijn ervaring met Hilversum is dat beloftes niet worden nagekomen. (...) Het aanbod van de NPO wordt niet verder uitgewerkt voordat het Mediafonds is opgeheven. En de bestaande toezeggingen zijn boterzacht. Sterker nog: er zijn aanwijzingen dat de NPO juist gaan bezuinigen op documentaires en drama.^{33, 34}

Met de toezegging van de NPO lijkt de onzekerheid in de Nederlandse documentairesector dus nog niet verdwenen. Documentairemakers zullen dan ook op zoek gaan naar alternatieve financieringsmogelijkheden. Het realiseren van onafhankelijke documentaires met financiële steun van ideële sponsors is een interessante optie. De in dit onderzoek besproken ervaringen van documentairemakers en ideële financiers over hun ervaringen van de samenwerking tijdens het productieproces van recente documentaires, laten zien dat een dergelijke samenwerking succesvol kan zijn.

Deze scriptie is wetenschappelijk relevant, omdat op basis van het onderzoek het begrip kan worden vergroot van de wijze waarop creatieve makers en sponsors met een boodschap samenwerken in het productieproces van een documentaire. Over deze samenwerking is nog weinig bekend. Dit onderzoek heeft daarom ook een explorerend en open karakter. De resultaten van het onderzoek bieden inzicht in de

31 Shula Rijxman, "Open brief aan de makers van documentaire, drama en film," NPO, 14 november, 2012, geraadpleegd 19 januari, 2014, <http://www.publiekeomroep.nl/organisatie/pers/artikelen/open-brief-aan-de-makers-van-documentaire-drama-en-film-waarom-de-nederlandse-publieke-omroep-drama-en-documentaire-zo-belangrijk-vindt>

32 "VPRO wil meer garanties voor behoud van documentaire," VPRO, 14 november, 2012, geraadpleegd 19 januari, 2014, <http://www.mediafonds.nl/updates-toekomst>

33 Nienke Schipper, "Opheffen Mediafonds is cynisch spel van macht en geld," *de Volkskrant*, 17 december, 2012.

34 Harmen Bockma, "Publieke omroep gaat juist korten op documentaires," *de Volkskrant*, 14 november, 2012.

wijze waarop er in de praktijk wordt gekeken en omgegaan met thema's als het 'instrumenteel gebruik van de documentaire', 'de onafhankelijkheid van de artistieke maker' en de machtsverhoudingen die daarbij een rol spelen. Daarnaast toont het onderzoek ook de economische en politieke invloeden op het productieproces van de documentaire. Deze informatie is erg interessant voor wetenschappers binnen *Production Studies*.^{35, 36} Zo is het antwoord op de vraag 'Wie betaalt, bepaalt?' niet alleen relevant voor direct betrokkenen in de praktijk, maar geeft het ook inzicht in de overwegingen die worden gemaakt bij de productie van documentaire.

Voordat verder gekeken wordt naar de ervaring van een spanningsveld in de praktijk, wordt eerst ingegaan op het conflict dat in theorie bestaat tussen de creatieve maker en de sponsor met een boodschap.

35 *Inleiding*, 5.

36 Vicki Mayer, Miranda J. Banks en John T. Caldwell, *Production Studies: Roots and Routes*, 4.

Conflicterende opvattingen? |

Instrumenteel gebruik en documentaire als kunstuiting

Het idee van een spanningsveld tussen de artistieke vrijheid van de documentairemaker en de wensen en verwachtingen van de sponsor met een boodschap, is terug te voeren op de vraag of de partij die de financiële mogelijkheden schept voor een documentaire ook inhoudelijke invloed mag hebben op deze film. Wie een documentaire ziet als een kunstwerk van een onafhankelijke creatieve maker, zal geneigd zijn te stellen, dat een financier geen enkele inhoudelijke invloed mag hebben op de film. Deze opvatting van documentaire contrasteert met het idee dat documentaire als instrument kan worden ingezet om een boodschap of visie over te brengen. Vanuit deze positie is de documentaire een middel, dat in dienst staat van het verspreiden van de boodschap. Bill Nichols, Brian Winston en Erik Barnouw helpen inzicht te geven in beide posities.

Documentaire als instrument

Erik Barnouw geeft in zijn *A History of the Non-Fiction Film* uit 1974 een overzicht van de geschiedenis van de documentaire. Hij duidt veranderingen en nieuwe stromingen aan de hand van belangrijke documentairemakers die zich onderscheiden door hun visie, thema en stijl en koppelt dit aan technologische ontwikkelingen. Barnouw karakteriseert de filmmakers met labels als: *prophet, explorer, poet* en *observer*.³⁷ Een belangrijke rol in de geschiedenis van de documentaire wordt door Barnouw toegeschreven aan John Grierson. Hij bespreekt deze Britse regisseur/producer onder de karakterisering *advocate*, samen met andere documentairemakers als Leni Riefenstahl en Joris Ivens.³⁸

Volgens Barnouw was John Grierson al vroeg overtuigd van de instrumentele mogelijkheden van de documentaire. Groot-Brittannië kende in de jaren '30 van de vorige eeuw een periode van sociale onrust. Grierson zag een belangrijke rol voor de documentairefilm in het bijeen brengen en laten communiceren van de overheid met haar burgers.³⁹ Voor zijn ideeën over de mogelijkheden van documentaire werd Grierson geïnspireerd door de montagetechnieken van films van de Russische regisseurs Eisenstein en Pudovkin.⁴⁰ In de documentaire *NANOOK OF THE NORTH* (1922) van de Amerikaan Robert Flaherty zag Grierson de mogelijkheid om een dramatische inkijk te bieden in het leven van echte mensen.⁴¹ Door deze films

37 Erik Barnouw, *A History of the Non-Fiction Film* (New York: Oxford University Press, 1974)

38 Barnouw, *A History of the Non-Fiction Film*, 85-139.

39 Ian Aitken. "John Grierson," in: *The Concise Routledge Encyclopedia of the Documentary Film*, ed. Ian Aitken (Oxford: Routledge Press, 2013), 941.

40 John Grierson en Forsyth Hardy, *Grierson on Documentary* (Westport: Praeger, 1971), 17.

41 Elizabeth Sussex en John Grierson, "Grierson on Documentary: The Last Interview," *Film Quarterly*, Vol. 26, No1

raakte Grierson overtuigd van het vermogen van film om de burger te kunnen onderwijzen.⁴² Grierson wist de *Empire Marketing Board*, opgericht om de binnenlandse handel in het Britse rijk te stimuleren, te overtuigen van de mogelijkheden van film. Met geld van de *EMB* produceerde en regisseerde hij zijn eerste film *DRIFTERS* (1929).⁴³ In deze film volgt Grierson een groep Britse haringvissers en laat hij zien hoe de traditionele vissers proberen te overleven in een steeds meer geïndustrialiseerde samenleving.⁴⁴

Voor Grierson betekent *DRIFTERS* de bevestiging dat hij met de documentaire het juiste medium heeft gevonden voor zijn sociale doeleinden.⁴⁵ Dat Grierson gebruik maakt van documentaires om overheid en burgers bij elkaar te brengen, heeft te maken met de sociale en esthetische kwaliteiten die hij deze 'nieuwe filmvorm' toedicht. Documentaire is hier volgens Grierson meer voor geschikt dan andere filmvormen als de fictiefilm en de nieuwsreportage:

Grierson finds documentary superior to the former [fictiefilm, TB] in so far as it engages with the real rather than encouraging fantasy and superior to the latter [nieuwsreportage, TB] in so far as it works imaginatively and dramatically, rather than confining itself to the limited aesthetics of the newsreel and the illustrated lecture.⁴⁶

Grierson was de eerste die gebruik maakte van het begrip 'documentaire' en definieerde het als: "the creative treatment of actuality".⁴⁷ Creativiteit was volgens hem dus zeker een fundamenteel onderdeel, maar Grierson plaatste de boodschap van zijn films boven het kunstzinnige van de documentaire. De artistieke mogelijkheden van de regisseur, zoals montage, staan ten dienste van het doel van de film. Grierson wilde in zijn documentaires een dramatische lading geven aan het alledaagse.⁴⁸ In zijn documentaires stond de lagere sociale klasse centraal, zoals de haringvissers in *DRIFTERS*. Barnouw karakteriseert Grierson als *advocate*, een maker die zijn films in dienst stelt van een boodschap en niet bang is voor het woord 'propaganda':

Grierson importuned his staff to avoid the 'aestheticky.' He told them they were propagandists first, film makers second. Art is a hammer, not a mirror, he said. It was

(1972), 30.

42 Barnouw, *A History of the Non-Fiction Film*, 85.

43 Barnouw, *A History of the Non-Fiction Film*, 87.

44 Grierson en Forsyth Hardy, *Grierson on Documentary*, 17.

45 Ibidem.

46 John Corner, *The Art of Record: A Critical Introduction to Documentary* (Manchester: Manchester University Press, 1996), 11.

47 Bill Nichols, *An Introduction to Documentary* (Bloomington: Indiana University Press, 2010), 6.

48 Grierson en Forsyth Hardy, *Grierson on Documentary*, 17.

part of Grierson's genius that he could build an atmosphere of enthusiasm for necessary, vital propaganda without even being quite clear about its aim, other than the general idea that it was citizenship education, looking forward to a better and richer life.⁴⁹

Het idee dat film mogelijkheden biedt als instrument voor het overbrengen van een visie of ideaal, kent veel navolging. Uit de geschiedenis die Erik Barnouw schetst over de ontwikkeling van de documentaire, blijkt onder andere de belangstelling voor deze inzet van film. Zo werd film voorafgaand aan en tijdens de Tweede Wereldoorlog ingezet om ideologieën te ondersteunen en als oorlogspropagandamiddel voor de motivatie van het eigen volk en het duiden van tegenstanders. Een voorbeeld van dergelijke propagandafilms is TRIUMPH DES WILLENS (1935) van Leni Riefenstahl. De film is een verslag van een partijcongres van Hitlers NSDAP in Neurenberg. Door middel van indrukwekkende camerastandpunten, montage en muziek, weet Riefenstahl het beeld te creëren dat Hitler de persoon is die de wederopstanding van het Duitse volk kan bewerkstelligen.⁵⁰

Ook bedrijven zien mogelijkheden in de productie van documentaires. Barnouw beschrijft hoe organisaties als *Shell* documentaires produceren die internationaal worden vertoond. Hoewel deze films niet direct over *Shell* gaan, zijn de onderwerpen wel enigszins gerelateerd aan de sponsor. Zo worden er vaak films geproduceerd over luchtvaart en auto's, of documentaires die de interesse in het maken van verre reizen moeten aanwakkeren.⁵¹ Een voorbeeld van een dergelijke documentaire is HOUSING PROBLEMS (1935) van Edgar Anstey en Arthur Elton. De film gaat in op de sociale problemen rond slechte behuizing. Producent Grierson wist *The Gas, Light and Coke Company* over te halen de film te financieren, door duidelijk te maken welk belang de film voor het bedrijf kon hebben. Wanneer de documentaire zou leiden tot de bouw van moderne nieuwe huizen, zou ook het gebruik van gas sterk toenemen.⁵² NIGHT MAIL (1936) van Basil Wright toont de postbezorging per trein door *Royal Mail* in Noord-Engeland en Schotland.⁵³ De film werd geproduceerd door Grierson's *GPO Film Unit*, dat sinds 1933 een onderdeel was van het Britse postbedrijf *General Post Office*.⁵⁴ NIGHT MAIL was Grierson's grootste commerciële succes.⁵⁵

Bovenstaande voorbeelden kunnen onterecht het beeld oproepen dat films als medium voor een

49 Barnouw, *A History of the Non-Fiction Film*, 90.

50 Barnouw, *A History of the Non-Fiction Film*, 104.

51 Barnouw, *A History of the Non-Fiction Film*, 213.

52 Barnouw, *A History of the Non-Fiction Film*, 94-95.

53 Blake Morrison, "Stamp of excellence," *The Guardian*, 01 december, 2007.

54 Jack C. Ellis en Betsy A. McLane, *A New History of Documentary Film* (New York: Continuum, 2005), 62.

55 Morrison, "Stamp of excellence."

boodschap, alleen gemaakt werden in de eerste helft van de vorige eeuw. Ook tegenwoordig worden er documentaires gemaakt vanuit een duidelijke instrumentele visie. Voorbeelden van deze 'moderne propagandafilms' zijn bijvoorbeeld FAHRENHEIT 9/11 (2004) van Michael Moore en THE TAKE (2004) van Naomi Klein en Avi Lewis. THE TAKE toont hoe arbeiders in Buenos Aires tijdens een economische crisis gesloten fabrieken weer draaiend wisten te krijgen. De makers zijn kritisch ten opzichte van globalisering en kapitalisme en richten zich in de film op de lagere sociale klasse en democratisch zelfbestuur. Regisseur Avi Lewis omschrijft zijn film als een vorm van 'direct activisme':

Ik vind het een teken van politieke volwassenheid dat de huidige protestbeweging ook culturele uitingen oplevert. Je kunt je van verschillende media bedienen. Een boek is analytischer dan een film. Een film is directer. Maar dan heb je nog zoveel manieren om je boodschap in een film over te brengen. Michael Moore doet dat met ironie. Wij gebruiken liever emotie.⁵⁶

FAHRENHEIT 9/11 van Michael Moore wordt gezien als een duidelijke aanklacht tegen toenmalig president Bush en de oorlog in Irak. Ironie is niet het enige middel dat Moore inzet om zijn boodschap over te brengen:

Fahrenheit 9/11 is een oefening in het politieke gebruik van filmmontage. (...) Het betoog dat Michael Moore houdt, ontstaat door de manier waarop de fragmenten zijn gecombineerd. President Bush werd vooral op de montagetafel aangevallen. Het voornaamste doel: schuld door verbanden te leggen.⁵⁷

Uit bovenstaande komt de inzet van documentaire als instrument voor het overbrengen van een boodschap duidelijk naar voren. Aan de hand van de beschreven voorbeelden is ook vast te stellen dat de opvatting van documentaire als instrument, niet alleen van invloed was op de vroegste documentaires maar nog steeds bepalend is bij de productie van 'moderne propagandafilms.' Tegenover de opvatting van documentaire als instrument, staat het idee dat documentaire een kunstuiting is van een creatieve maker. In het komende deel wordt deze theoretische benadering verder onderzocht.

56 Dana Linssen, "Buenos Aires als spookstad," *Filmkrant*, december, 2004, geraadpleegd 19 januari, 2014, http://www.filmkrant.nl/titelindex_T/5736

57 David Sneek, "Schuldig door montage," *de Volkskrant*, 22 juli, 2004.

Documentaire als kunstuiting

In het essay *Were does Art begin* uit 1933, beschrijft Rudolf Arnheim de problemen die de documentaire heeft moeten overwinnen om zichzelf te kunnen presenteren als kunstvorm.⁵⁸ Dat bleek geen gemakkelijke opgave: “Even in true cinephile circles, people liked to separate documentary film from art. One appreciated the documentary film's teachings, certainly, but film art - that was feature film,” zo stelt Arnheim.⁵⁹ Alleen documentaires als *REGEN* (1929), of *DE BRUG* (1928) van Joris Ivens konden rekenen op een artistieke waardering. Volgens Arnheim is dit te verklaren doordat kunst beoordeeld werd op basis van ideeën over schoonheid, en niet op basis van inhoud⁶⁰ en het idee dat film geen kunst is omdat het niets anders doet dan de realiteit mechanisch reproduceren.⁶¹

Brian Winston gaat in zijn boek *Claiming the Real* in op de veranderde opvatting over film en fotografie als reproductie van de werkelijkheid.⁶² Waar fotografie eerst gezien werd als reproductie, is men zich nu bewust van de mogelijkheden van digitale bewerking. Volgens Winston zijn door technologische ontwikkelingen en veranderende ideeën over verhaalstructuren, de opvattingen over de foto als mechanische reproductie gaan verschuiven. Dit heeft gevolgen voor de waarheidsclaim van documentaires: “It is now vital, if documentary is to 'show us life' to find a replacement for 'truth claim' legitimations that rely solely on some innate quality of the image,” stelt Winston.⁶³

Volgens Bill Nichols hebben documentaires invloed op ons beeld van de wereld. Documentaires zijn geen reproductie van de wereld, maar geven een representatie van die wereld. Het feit dat documentaires geen reproductie zijn, maakt dat documentaires een eigen *voice* hebben. “The voice of documentary is each film's specific way of expressing its way of seeing the world.”⁶⁴ Nichols stelt dat door gebruik van beeld en geluid de *voice* van de documentairemaker zichtbaar kan worden:

The voice of documentary is not restricted to what is verbally said (...) The voice of documentary speaks with all the means available to its maker. These means can be summarized as the selection and arrangement of sound and image, that is, the working

58 Rudolf Arnheim, “Were does Art begin?” in: *Film Essays and Criticism* (Madison: University of Wisconsin Press, 1997), 74.

59 Arnheim, “Where does Art Begin?” 75.

60 Ibidem.

61 Rudolf Arnheim, *Film as Art* (Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1957), 127.

62 Brian Winston, *Claiming the Real II – Documentary: Grierson and Beyond* (Londen: Palgrave MacMillan, 2008).

63 Winston, *Claiming the Real*, 9.

64 Bill Nichols, *An Introduction to Documentary*, 2010, 68.

out of an organizing logic for the film.⁶⁵

Door de mogelijkheden van selectie en daarmee het creëren van een andere realiteit, is te beargumenteren dat documentaire net zoveel aanspraak kan maken op een kunstzinnige waardering als een schilderij. De inmiddels bestaande kunstzinnige waardering voor documentaires is onder andere terug te zien in de benamingen als 'De Hollandse Documentaireschool', eerder besproken aan de hand van Jos de Putter.⁶⁶ Met de Hollandse Documentaireschool wordt een complimenteuze verwijzing gemaakt naar de schilderkunst van Gouden Eeuw.^{67,68} Op de erkenning voor de generatie filmmakers van na de Tweede Wereldoorlog zoals Bert Haanstra, Johan van der Keuken en Herman van der Horst, volgt met 'De VPRO Documentaireschool' ook waardering voor televisiedocumentairemakers uit de jaren zestig en zeventig, waaronder Hans Keller en Pieter Verhoeff.⁶⁹ Ook voor de huidige generatie documentairemakers bestaat artistieke waardering uit binnen- en buitenland. Bekende voorbeelden van deze succesvolle en prijswinnende documentairemakers zijn Heddy Honigmann en John Appel.^{70,71}

In de jaren '50 bekritiseerden de filmcritici van het Franse filmtijdschrift *Cahiers du Cinema*, zoals François Truffaut, de traditionele Franse cinema die naar hun idee teveel aandacht had voor het scenario van de film. Truffaut betoogde dat deze belangstelling verlegd moest worden naar "men of the cinema."⁷² Hiermee doelde de filmcriticus op filmmakers die niet slechts degene zijn "who adds the pictures"⁷³ aan de door anderen geschreven scenario's, maar een eigen invulling gaven aan de film.⁷⁴ Geïnspireerd door de artikelen in *Cahiers du Cinema* raakte de Amerikaanse filmcriticus Andrew Sarris er van overtuigd dat de regisseur de belangrijkste maker -de auteur- is van een film. De persoonlijke visie van de regisseur zou terug zijn te zien in zijn films.⁷⁵ In het essay *Notes on the Auteur Theory in 1962*, stelt Sarris dat een regisseur auteur kan worden genoemd, wanneer hij aan drie voorwaarden voldoet. Een regisseur moet (1) beschikken over de technische competenties voor het maken van een film, (2) beschikken over een herkenbare persoonlijkheid

65 Bill Nichols, *An Introduction to Documentary* (Bloomington: Indiana University Press, 2001), 46.

66 Inleiding, 5.

67 Jan-Pieter Everaerts, "Glas/Glass," in *The Cinema of the Low Countries*, ed. Ernest Mathijs (London: Wallflower Press, 2004), 71-72.

68 Willem Ellenbroek, "Bloei van de Hollandse School," *de Volkskrant*, 22-01-2004.

69 Bert Hogenkamp, "De Televisie zorgde voor Vernieuwing." *De Nieuwe Reporter*, 16 november, 2012, geraadpleegd 11 december, 2013, <http://www.denieuwereporter.nl/2012/11/de-televisie-zorgde-voor-vernieuwing/>

70 Edo Dijksterhuis, "Living Legend Award voor Heddy Honigmann op IDFA," *Filmkrant*, 2013, geraadpleegd 19 januari, 2014, http://www.filmkrant.nl/nieuws_2013/10191/p_cnt_nieuws/7

71 Annemarie Covert, "25 jaar IDFA – de favorieten van NRC: wederom opent John Appel," *NRC*, 8 november 2012, geraadpleegd 19 januari, 2014, <http://www.nrc.nl/breedbeeld/2012/11/08/25-jaar-idfa-de-favorieten-van-nrc-1/>

72 François Truffaut, "A Certain Tendency of the French Cinema," *Cahiers du Cinema*, no. 31 (1954), 8.

73 Truffaut, "A Certain Tendency of the French Cinema," 7.

74 Truffaut, "A Certain Tendency of the French Cinema," 8-9.

75 Andrew Sarris, "Notes on the Auteur Theory in 1962," in: *Film Theory and Criticism*, ed. Leo Braudy en Marshall Cohen (Oxford: Oxford University Press, 2004), 561-564.

en stijl en (3) zijn films moeten 'interior meaning' hebben. Er moet verwantschap bestaan tussen de persoonlijkheid van de regisseur en zijn films.⁷⁶ Wanneer een regisseur niet voldoet aan deze drie criteria, kan hij niet de auteur van de film zijn.

Critici van de auteurtheorie als Pauline Kael, stelden dat de auteurtheorie de invloed van andere crewleden van de film tekort deed. Zij zien film als een collaboratief proces.⁷⁷ Ondanks deze kritiek is de positie van de regisseur als auteur van de film blijvend sterk.

In dit hoofdstuk zijn aan de hand van diverse studies de belangrijkste thema's van de hoofdvraag besproken. De opvatting van documentaire als instrument en de opvatting van documentaire als kunstuiting, zijn theoretisch onverenigbaar. In het komende deel van deze scriptie wordt aan de hand van een *Grounded Theory* benadering onderzocht in hoeverre deze verschillende opvattingen ook in de praktijk zorgen voor een spanningsveld, en hoe de creatieve maker en de sponsor met een boodschap zich binnen dit spanningsveld bewegen.

76 Sarris, "Notes on the Auteur Theory in 1962," 562.

77 Pauline Kael, "Circles and Squares," *Film Quarterly*, Vol. 16, No. 3 (1963), 12-26.

Kwalitatief onderzoek aan de hand van een *Grounded Theory* benadering

Om uitspraken te kunnen doen over de ervaring van een spanningsveld in de samenwerking tussen artistiek vrije makers en sponsors met een boodschap, wordt onderzoek gedaan aan de hand van een *Grounded Theory* benadering. In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de eigenschappen en werkwijze van *Grounded Theory* en hoe deze benadering zal worden ingezet voor dit onderzoek. Er wordt uitgelegd hoe de selectie van de casussen tot stand is gekomen, hoe de selectie van de te interviewen betrokkenen is bepaald en hoe deze interviews zijn afgenomen.

Grounded Theory

Grounded Theory is een methode voor de ontwikkeling van theorie gebaseerd op systematisch verzamelde en geanalyseerde kwalitatieve data. Door een voortdurend samenspel van data-onderzoek en analyse wordt toegewerkt naar een eigen theorie die uit het onderzoeksmateriaal naar voren komt.⁷⁸ De *Grounded Theory* benadering werd in 1967 ontwikkeld door de Amerikaanse sociologen Anselm Strauss en Barney Glaser. Na de ontwikkeling van de theorie raakten beide wetenschappers in discussie over de toepassing van *Grounded Theory*. In tegenstelling tot Glaser stond Strauss (in samenwerking met Juliet Corbin) een combinatie van inductie en deductie voor, zodat hypothesen niet alleen uit het casusmateriaal kunnen ontstaan, maar ook vergeleken en getoetst konden worden aan nieuwe data en bestaande theorie.⁷⁹ Deze scriptie volgt deze opvatting van Strauss en Corbin, omdat hierbij een wisselwerking van theorie en casus mogelijk is. Dit maakt het mogelijk om bij de analyse ook terug te kunnen grijpen op bestaande theorie, over bijvoorbeeld de documentaire als instrument of als kunstuiting.

De basis van het analytisch proces binnen de *Grounded Theory*, is het coderen van data. Strauss en Corbin onderscheiden drie stappen van coderen: *open*, *axiaal* en *selectief*.⁸⁰ Bij *open coderen* worden data door waarneming gecodeerd. Op basis van deze codes kunnen categorieën worden samengesteld. Het doel van *open coderen* is door vaste denkpatronen heen te breken en op basis van gegevens uit de data nieuwe inzichten te verwerven. Bij *axiaal coderen* worden dwarsverbanden tussen categorieën gelegd en onderzocht. Bij *selectief coderen* worden de categorieën verzameld rond een hoofdcategorie. Deze hoofdcategorie is het centrale fenomeen van het onderzoek. Op basis van de relaties tussen de

78 Anselm Strauss en Juliet Corbin, "Grounded theory methodology," in *Handbook of qualitative research*, ed. Norman K. Dezin en Yvonna S. Lincoln, (Londen: Sage Publicist, 1994), 273.

79 Anselm Strauss en Juliet Corbin, "Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria," *Zeitschrift für Soziologie*, (1990).

80 Ibidem.

hoofdcategorie en de andere categorieën kan een theorie worden opgesteld.⁸¹ Het door codering formuleren van een theorie is een inductief proces. Wanneer deze theorie getoetst wordt aan een al bestaande theorie over het onderzochte fenomeen, wordt het proces ook deductief.

Problematisch aan een kwalitatief onderzoek vanuit een *Grounded Theory* benadering, is het subjectieve en interpretatieve karakter van het onderzoek. Op basis van de waarneming van de onderzoeker worden data gecategoriseerd en gebruikt voor theorievorming. Door de stappen die ik in het onderzoek heb gevolgd te beschrijven, probeer ik het subjectieve en interpretatieve karakter te ondervangen. Een uitwerking hiervan is terug te vinden in het 'Stappenplan'.⁸² Zo wordt inzichtelijk welke keuzes er zijn gemaakt en hoe deze keuzes hebben geleid tot de mogelijke theorievorming. Voor ik inga op de uitwerking van het onderzoek, geef ik een toelichting op de selectie van het casusmateriaal.

Verklaring selectie

De documentaires die voor dit onderzoek worden geanalyseerd zijn geselecteerd op de volgende criteria: (1) de documentaire is tot stand gekomen met financiële steun van een ideële en/of maatschappelijke organisatie, (2) de documentaire is uitgezonden door de NPO, (3) de documentairemaker heeft voor deze film geen financiële steun ontvangen van het Mediafonds, het CoBO of het Nederlands Filmfonds, (4) de maker staat bekend als een creatieve documentairemaker en heeft voor andere documentaires financiële steun ontvangen van het Mediafonds.

Het eerste criterium behoeft weinig uitleg. Dit onderzoek richt zich op het spanningsveld tussen creatieve documentairemakers en sponsors met een boodschap. In de inleiding van deze scriptie is beargumenteerd waarom juist de samenwerking met ideële en maatschappelijke organisaties een alternatief kan zijn voor samenwerking met het Mediafonds.⁸³ De tweede voorwaarde is gesteld, omdat de steun van een omroep momenteel ook als belangrijk criterium geldt om in aanmerking te komen voor subsidie van het Mediafonds.⁸⁴ De eis dat de documentairemaker geen financiële steun mocht ontvangen van andere fondsen gerelateerd aan de NPO, is opgenomen om zo het verschil tussen 'gesubsidieerd' en 'gesponsord' helder te maken. Door als vierde eis te stellen dat de documentairemaker eerder subsidie heeft ontvangen van het Mediafonds, is de kwalificatie van de regisseur als 'creatieve documentairemaker' onderbouwd. Een van de criteria voor het ontvangen van subsidie van het Mediafonds is namelijk dat het gaat om een

81 Aselm Straus en Juliet Corbin, "Grounded Theory Research," 423-424.

82 *Bijlage 1: Stappenplan*, 47.

83 *Inleiding*, 5-12.

84 "Criteria," Website Mediafonds.

creatieve documentairemaker.⁸⁵

Bij de selectie van documentaires heb ik een voorkeur gehad voor recent geproduceerde films, omdat de ervaring van dit productieproces nog vers in het geheugen zou liggen. Naast deze selectiecriteria zijn de keuzes voor de documentaires gebaseerd op de mogelijkheid om de betrokken regisseur en sponsor van de film te spreken. Uiteindelijk resulteerde dit in een selectie van drie documentaires.⁸⁶

85 Ibidem.

86 *Tabel 1: Geselecteerde documentaires*, 23.

Tabel 1:*Geselecteerde documentaires*

	Regisseur	Financier	Producent	Uitzending	Mediafonds	Synopsis
BV HET GEZIN	Juul Bovenberg	Gezinshuis.com, Fonds NutsOhra, Rudolphstichting, Stichting Talpa, Stichting Kinderpostzegels Nederland	Amsterdamse Filmstichting	NCRV, 2011	NESTBLIJVERS (2007) DODELIJK DILEMMA (2008)	Miriam en Frans zorgen in hun gezinshuis fulltime voor vier pleegkinderen die op last van de rechter zijn weggehaald bij hun ouders. Kinderen die emotionele en ingrijpende gebeurtenissen hebben meegemaakt. Naast de dagelijkse perikelen hebben de gezinsouders hun handen vol aan contact met ouders, overleg met instanties, hulpverleners en opvoedkundigen. ⁸⁷
IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN	Mercedes Stalenhoef	Nederlandse Vereniging voor een Vrijwillig Levenseinde	Selfmade Films	IKON, 2005	IK BEN NIET GEK (2009) KARSU (2012)	Ooit schitterde hij op de grote concertpodia, maar een hartstilstand deed cellist Tobias Prenen in een rolstoel belanden. Zijn huidige leven contrasteert sterk met het beeld van hem dat ontstaat uit foto's, herinneringen van zijn naasten en opnames van optredens. ⁸⁸
VOORBIJ HOREN EN ZIEN	Wout Conijn	Landelijke Stichting voor Blinden en Slechtzienden, Amsterdams Fonds voor de Kunst	Wout Conijn	BOS, 2013	producent: DE ERFENIS (2011) MITROVICA ROCKS! (2013)	Horen en zien. Het zijn zulke vanzelfsprekende zintuigen, dat nauwelijks is voor te stellen hoe het is als je beide kwijtraakt. Zenboeddhist Marloes Lasker (1976) heeft de zeldzame ziekte van Usher. In deze documentaire vertelt ze openhartig hoe zij omgaat met haar verlies. ⁸⁹

87 "BV Het Gezin," Website NCRV, geraadpleegd 02 november, 2013, <http://dokument.ncrv.nl/ncrvgemist/14-11-2011/ncrv-dokument-bv-gezin>

88 "Ik wil nooit beroemd worden," Website VPRO, geraadpleegd 02 november, 2013, <http://www.vpro.nl/speel.program.3179048>

89 "Voorbij Horen en Zien," Website BOS, geraadpleegd 02 november, 2013, <http://www.bosrtv.nl/uitzending.aspx?lntEntityId=1643>

Respondenten

Voor de kwalitatieve dataverzameling is gesproken met zes respondenten die direct betrokken waren bij het productieproces van bovenstaande films. Van elke casus zijn de regisseur en één financier geïnterviewd.

Wanneer er meerdere sponsors waren, heb ik gekozen voor een interview met de sponsor die het meest betrokken was bij het onderwerp van de documentaire. Voor de casus BV HET GEZIN heb ik dus gekozen voor een interview met Gerard Besten, directeur van Gezinshuis.com. Een organisatie die direct betrokken is bij het thema en de hoofdpersonen van de documentaire. Daarnaast is gesproken met regisseur Juul Bovenberg.

Voor IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN was de keuze voor respondenten erg eenvoudig. Regisseur Mercedes Stalenhoef heeft bij het productieproces van deze film samengewerkt met slechts één ideële sponsor; de NVVE. Naast regisseur Wout Conijn is voor VOORBIJ HOREN EN ZIEN gesproken met de Landelijke Stichting voor Blinden en Slechtzienden (LSBS). Deze stichting is qua onderwerp van de documentaire directer betrokken dan het Amsterdams Fonds voor de Kunst.

Ik heb ervoor gekozen om per casus alleen de regisseur en een sponsor te interviewen, en niet in gesprek te gaan met de betrokken omroep of producent. De reden voor deze keuze is dat deze scriptie zich puur richt op de samenwerking tussen de artistieke maker en de financier. Bovendien was niet bij iedere casus een aparte producent betrokken. Wout Conijn combineerde voor zijn film de rol van regisseur met die van producent. In het productieproces van de film IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN, is bij het contact tussen regisseur Mercedes Stalenhoef en de NVVE geen producent betrokken geweest.

Interviews

Voor gesprekken met de regisseurs en financiers is gekozen voor een semi-gestructureerde interviewaanpak. Voorafgaand heb ik een korte *topiclist* opgesteld als aanzet en houvast tijdens het gesprek.⁹⁰ Er is gekozen voor een semi-gestructureerde interviewaanpak zodat de respondenten de ruimte hadden om uit te wijden en zo eigen ervaringen van het productieproces te bespreken. Zo is het mogelijk om meer inzicht te krijgen in het productieproces, en op basis van deze kennis de samenwerking tussen artistiek vrije maker en de sponsor met een boodschap beter te kunnen duiden. Uitgeschreven versies van de interviews zijn opgenomen in de bijlage van deze scriptie.⁹¹ De interviews zijn gecodeerd volgens een *Grounded Theory* benadering. In het volgende hoofdstuk worden de geselecteerde casussen geanalyseerd en bekeken welke belangrijke thema's uit de interviews naar voren zijn gekomen.

90 Bijlage 1: Stappenplan, 47.

91 Bijlage 2-7: Interviews, 61-108.

Analyse

Bij de codering van de interviews wordt eerst per casus nagegaan welke belangrijke thema's er uit de interviews naar voren zijn gekomen. Een uitwerking van de ontwikkeling van deze thema's is te vinden in het 'Stappenplan'.⁹² Wanneer de gegevens uit de drie casussen worden gecombineerd, komen er belangrijke thema's naar voren. Voordat ik uitspraken doe over alle geanalyseerde data, bespreek ik de belangrijkste thema's per casus.

BV HET GEZIN

01 | *Belang*

In het interview met Gerard Besten wijst de directeur van sponsor Gezinshuis.com voortdurend op het belang dat hij als financier aan de productie van de film hecht. Volgens de sponsor past de documentaire goed in de plannen van de organisatie voor de *branding* van duurzame gezinsvormen voor uithuisgeplaatste kinderen:

Eigenlijk zijn de deskundigen het er wel over eens dat ook deze kinderen gewoon beter af zijn in goede en stevige gezinnen, maar deze praktijk kennen we onvoldoende in Nederland. Daarin lag eigenlijk het belang om onder andere in de vorm van een documentaire deze praktijk gewoon in het voetlicht te brengen. Om deze gewoon breder bekend te maken.⁹³

Daarnaast hoopt Gezinshuis.com met de documentaire nieuwe gezinsouders te werven. Daarbij heeft het volgens Besten geen enkele zin het gezinsouderschap mooier af te spiegelen dan dat het is, omdat veel ouders dan ook weer snel zullen afhaken:

Je kunt beter op voorhand dan inlichten dan naderhand dan nog moeten inlichten.
Nee, we wilden het verhaal ook van de complexiteit en dat het gewoon niet eenvoudig is, dat het zwaar is. Dat wilden we met name ook laten zien.⁹⁴

Voor de *branding* van duurzame gezinsvormen en het werven van nieuwe gezinsouders, is het voor Gezinshuis.com van belang een zo groot mogelijk publiek aan te spreken. Het feit dat de NCRV een uitzendgarantie voor de film heeft gegeven, maakt de film erg interessant voor de sponsor, denkt regisseur

⁹² *Bijlage 1: Stappenplan*, 47.

⁹³ Gerard Besten, interview 30 oktober, 2013.

⁹⁴ *Ibidem*.

Juul Bovenberg:

Als je die niet hebt, dan zeggen ze: 'Ja jongens, allemaal leuk en aardig. Een mooie bezigheidstherapie voor jou, maar wat levert het ons op en waar gaan we het zien? En welke publiciteit genereert het dan?'⁹⁵

Wanneer de sponsor door middel van de film een podium krijgt, is het voor de financier belangrijk dat de boodschap van de film overeenkomt met die van de sponsor. Volgens Bovenberg had Gezinshuis.com dan ook nooit meegewerkt aan de film wanneer gekozen was een minder ideaal gezinshuis te portretteren:

Als ik een gezin had gekozen waarin het niet lekker ging, dat was aangeklaagd wegens incest bijvoorbeeld, of seksueel misbruik, dan hadden ze daar natuurlijk nooit toestemming voor gegeven.⁹⁶

Desgevraagd bevestigt Besten dat de financiering in dat geval niet tot stand zou zijn gekomen: "Dan waren we er niet aan begonnen. (...) Wij hebben een aantal opvattingen over hoe het zou moeten zijn, en daar houden we ook stevig aan vast."⁹⁷ Volgens Bovenberg heeft Gerard Besten vanaf het begin aangegeven wat het belang van de film was voor zijn organisatie en hoe de film zou worden ingezet. Ondanks dat de regisseur bewust was van het belang en de verwachtingen van de sponsor, stelt Bovenberg niet meer druk te hebben gevoeld dan bij de productie van een Mediafonds-film:

Ze [Gezinshuis.com, TB] hebben natuurlijk ook werk van mij gezien. (...) Dus in die zin ben ik helemaal niet bang voor wat zij er uiteindelijk van vinden. (...) Dat is ook wel iets wat je van tevoren afspreekt: 'Jongens we gaan niet alleen maar mooi weer spelen.'⁹⁸

Besten geeft aan zich goed te kunnen vinden in het uiteindelijke resultaat. Gezinshuis.com maakt na de uitzending van de film actief gebruik van de documentaire in voorlichting en pr.⁹⁹

02 | *Kunstenaar*

Door te stellen 'helemaal niet bang te zijn' voor de mening van de sponsor, lijkt Bovenberg te wijzen op haar

95 Juul Bovenberg, interview 02 oktober, 2013.

96 Interview Bovenberg.

97 Interview Besten.

98 Interview Bovenberg.

99 Interview Besten.

onafhankelijkheid als artistiek vrije maker. Toch vindt Bovenberg niet dat BV HET GEZIN een artistieke documentaire is geworden. Op de vraag of de documentaire eerder gezien kan worden als een opdrachtfilm, reageert Bovenberg eerst bevestigend, om daarna te nuanceren:

Het is natuurlijk niet een opdrachtfilm. Wij hebben er een opdrachtfilm van gemaakt eigenlijk. We hadden een onderwerp en we hebben gezorgd dat we de film in opdracht van anderen hebben gemaakt, zodat we de film konden realiseren. Maar wel met ruimte voor de geheel eigen vrijheid.¹⁰⁰

Weliswaar heeft Bovenberg voortdurend inhoudelijk overleg met haar sponsor, maar deze partij heeft volgens haar geen vetorecht. Zijzelf is als regisseur verantwoordelijk voor de uiteindelijke montage van de film.¹⁰¹

03 | *Samenwerking / inhoudelijke inmenging*

Het idee voor de film komt van producent Jos Kuijer, naar aanleiding van een krantenartikel. Volgens Bovenberg is Kuijer wel vaker initiatiefnemer voor de productie van documentaires: “Hij ziet daar dan ook direct kansen voor geldpotjes. (...) Jos kan ontzettend goed graven en die weet gewoon waar het geld zit.”¹⁰² Samen met Bovenberg gaat Kuijer op zoek naar financiers voor de documentaire. Wanneer ze het filmplan voorstellen aan Gezinshuis.com en de daaraan verwante Rudolphstichting, zijn beide partijen direct enthousiast. Vooral de keuze voor de hoofdpersonen stemt erg tevreden. Gerard Besten: “Dit was eigenlijk het eerste gezinshuis dat met ons is gaan samenwerken, dus wij kenden ze goed. Het is gewoon een heel goed gezinshuis. (...) Al vrij snel was over en weer duidelijk: als we het gaan doen, dan gaan we het met dit gezin doen.”¹⁰³ Ook de potentiële hoofdpersonen blijken volgens Bovenberg enthousiast over het filmplan.

Regisseur en sponsor geven aan tijdens het productieproces van de film veel inhoudelijk overleg te voeren, zowel voor als tijdens de draaiperiode. Gerard Besten: “We hebben afgesproken om op een derde van het verhaal gewoon eens wat proefbeelden te laten zien en op basis daarvan nog eens door te praten over wat onze wensen zouden zijn en het eindproduct.”¹⁰⁴ Volgens de sponsor zijn er tijdens dit overleg onder andere suggesties gedaan voor te draaien scènes:

100 Interview Bovenberg.

101 Ibidem.

102 Ibidem.

103 Interview Besten.

104 Ibidem.

In dat proces is dus ergens halverwege ook gezegd: 'Het zou goed zijn om daar nog eens een scène van te maken. Bijvoorbeeld van het gegeven dat je als gezinshuis soms ontzettend veel tijd kwijt bent aan overleg en het bij elkaar brengen van partijen, omdat het zo'n enorm versnipperd veld is.'¹⁰⁵

Regisseur Juul Bovenberg stelt dat ook al in het begin van het productieproces inhoudelijke suggesties zijn gedaan door Gezinshuis.com. Een van deze suggesties is een scène waarin de directeur van de organisatie een rol zou spelen. Bovenberg is niet overtuigd van de toegevoegde waarde van een dergelijke scène, maar zegt toe:

Je moet natuurlijk wel een beetje *pleasen*. (...) Als het tot een interessante scène leidt: uitstekend, maar zo niet.. Het was direct al duidelijk voor mij dat toen we aan het opnemen waren: nee, dit gaat sneuvelen. Dit ga ik niet eens uitschrijven. Dit gaat gewoon onmiddellijk de prullenbak in.¹⁰⁶

Op de draaidag zelf laat Bovenberg echter niets weten van haar besluit. In de uiteindelijke montage wordt het gesprek niet opgenomen. Bovenberg: "Daar hebben we het verder niet over gehad. (...) Ook omdat hij zag in de montage van: 'Je zit op zo'n persoonlijk niveau, je zit zo in dat gezin.' Hij zag zelf ook dat het niet paste."¹⁰⁷ Hoewel sponsor Gerard Besten invloed uitoefent op de film, lijkt Juul Bovenberg haar onafhankelijkheid te hebben behouden.

04 | *Betrokkenheid*

Niet alleen is financier Gezinshuis.com zeer betrokken bij de inhoud van de documentaire, de sponsor neemt ook productionele taken op zich, aldus Besten: "De programmamakers hebben zelf wat fondsen benaderd, wij hebben dat ook gedaan en zo zijn we uiteindelijk tot een cofinanciering gekomen."¹⁰⁸ Naast het zoeken naar potentiële financiers binnen het eigen netwerk, bemiddelt de organisatie ook in het verkrijgen van toestemming voor het filmen van de pleegkinderen en hun biologische ouders, vertellen Besten en Bovenberg.

105 Ibidem.

106 Interview Bovenberg.

107 Ibidem.

108 Interview Besten.

Samenvattend

Op basis van de interviews met regisseur Juul Bovenberg en financier Gerard Besten is vast te stellen dat het productieproces van de documentaire BV HET GEZIN wordt gekenmerkt door een intensieve samenwerking tussen beide partijen. De sponsor heeft een duidelijk belang bij de productie van de film en heeft dit volgens beide partijen duidelijk gecommuniceerd naar de regisseur van de documentaire. Gerard Besten van Gezinshuis.com zet zich niet alleen in voor de financiering van de film, maar is ook inhoudelijk betrokken bij het productieproces. Zo bemiddelt de sponsor in het contact met de hoofdpersonen en worden er suggesties gedaan voor scènes die de sponsor interessant lijkt. Regisseur Juul Bovenberg staat open voor dergelijke suggesties, maar maakt zelf de afweging of deze scènes de uiteindelijke montage halen. Hierbij voelt zij zich niet onder druk gezet. Besten toont begrip voor de keuzes van Bovenberg.

IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN

01 | Onafhankelijkheid

Regisseur Mercedes Stalenhoef hecht grote waarde aan haar onafhankelijkheid als creatieve maker. Het idee voor de documentaire ontstaat na een ontmoeting met Tobias. Deze man woont dan in de inrichting voor verstandelijk gehandicapten, waar Stalenhoef parttime werkt. De documentairemaker weet de Human te overtuigen van haar filmplan, maar zoekt verder geen andere financiers. In het interview beargumenteert Stalenhoef deze keuze als volgt:

Ik wilde niet dat zij [de sponsors, TB] zich er mee zouden bemoeien. (...) Ik vind het niet wenselijk dat ze in een heel vroeg stadium.. Of dat ze een te grote vinger in de pap zouden hebben, (...) qua inhoud. De film moet gewoon zichzelf ontwikkelen en er moet niet een betrokkenheid zijn van een belanghebbende.¹⁰⁹

Uit de argumentatie van Stalenhoef blijkt dat de eerder door Michiel van Erp genoemde angst van regisseurs voor inhoudelijke inmenging van een sponsor.¹¹⁰ Door geen andere financiers te willen zoeken, is Stalenhoef wel genoodzaakt te werken met een minimaal budget. Wanneer de regisseur een eerste montage laat zien, zijn omroep en producent volgens Stalenhoef erg enthousiast. Stalenhoef krijgt de mogelijkheid om de lengte van de film te vergroten van 50 naar 75 minuten. Ook moet de documentaire zo worden aangepast dat de film in de bioscoop kan draaien.

109 Mercedes Stalenhoef, interview 11 oktober 2013.

110 *Inleiding*, 5.

Oremus, "Wie betaalt straks de documentaire?"

02 | *Financiers*

Het geschikt maken van de film voor een bioscoopvertoning brengt veel extra kosten met zich mee, vertelt Stalenhoef. In overleg met de producent wordt een afwerkingssubsidie bij het Filmfonds aangevraagd en verkregen. Aangezien het thema 'vrijwillig levenseinde' een rol begint te spelen in de film, vraagt Stalenhoef inhoudelijk advies bij de Nederlandse Vereniging voor een Vrijwillig Levenseinde (NVVE). Na de gesprekken over de film, is de vereniging volgens Stalenhoef dermate enthousiast dat zij interesse heeft om de documentaire te sponsoren. De NVVE heeft een ruime ervaring in de sponsoring van documentaires. Fione Zonneveld stelt dat juist de documentaire een geschikt instrument is om de boodschap van de NVVE voor het voetlicht te brengen:

Je weet natuurlijk wel dat documentaires veel aandacht krijgen. (...) Een goed verteld verhaal in documentairevorm kan gewoon heel veel losmaken. Kan heel veel duidelijk maken over hetgeen waar wij mee bezig zijn.¹¹¹

Zo komt pas in de laatste fase van het productieproces een samenwerking tussen de documentairemaker en de NVVE tot stand. Volgens Stalenhoef is het geld van de sponsor alleen gebruikt voor de afwerking van de film.¹¹²

03 | *Media-aandacht*

De NVVE kiest bij voorkeur voor samenwerking met onafhankelijke makers. Fione Zonneveld: "Dat past heel erg bij ons. Wij willen gewoon kwaliteitsfilms afleveren."¹¹³ Deze voorkeur wordt, volgens Zonneveld, ook zeker gemotiveerd door de ervaring dat er bij een dergelijke samenwerking meer kans is op brede vertoning van de film. Met name wanneer de onafhankelijke documentaire interessant blijkt voor uitzending door de NPO:

Ons onderwerp is nou eenmaal gebaat bij een zo breed mogelijk publiek. (...) Daarom is (...) die journalistieke onafhankelijkheid ook zo belangrijk, omdat dat voor ons ook een voeding van het maatschappelijk debat is. Het inzichtelijk maken van problemen die in de samenleving leven met betrekking tot levenseinde.¹¹⁴

De uitzendgarantie van de Human maakt IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN zo een interessante film voor de

111 Fione Zonneveld, interview 18 december, 2013.

112 Interview Stalenhoef.

113 Interview Zonneveld.

114 Ibidem.

vereniging. Stalenhoef vertelt dat de documentaire zelfs nog extra media-aandacht oplevert, wanneer er naar aanleiding van de film een opiniestuk over euthanasie verschijnt in *Trouw*.¹¹⁵ In het televisieprogramma *Netwerk* gaat Mercedes Stalenhoef in debat met de auteur (Gerben van Loenen) van dit artikel. Stalenhoef: “Daar was een goede discussie, en ook in de krant heeft de NVVE haar standpunt nog eens duidelijk kunnen maken.”¹¹⁶ Zo slaagt de NVVE er in om, na aanleiding van de documentaire, haar boodschap bij een groot publiek bekend te maken.

04 | *Samenwerking*

Hoewel de NVVE betrokken is bij de totstandkoming van haar documentaire, vindt Mercedes Stalenhoef niet dat er in dit geval gesproken kan worden van een ‘samenwerking’:

Wat is samenwerken? Ik weet niet.. Ik ben niet afhankelijk van hen [NVVE, TB].

Samenwerken is meer op het gebied.. De film heeft helemaal niets met hen te maken, zeg maar. Behalve dan dat ze er geld aan hebben gegeven.¹¹⁷

Hoewel het de vraag is of de NVVE geld beschikbaar had gesteld voor de film als deze inderdaad 'niets met hen te maken had', is de bewering van Stalenhoef begrijpelijk. Het contact tussen sponsor en regisseur ontstond pas in de laatste fase van het productieproces. Bovendien is, zoals eerder aangegeven, het geld van de NVVE volgens Stalenhoef alleen gebruikt voor de afwerking van de film.¹¹⁸

05 | *Inzet van film*

De NVVE is niet alleen geïnteresseerd in de film van Stalenhoef, maar ook zeker in de hoofdpersonen van haar documentaire. Al tijdens de eerste gesprekken over financiering, wordt geïnformeerd naar de mogelijkheid om deze hoofdpersonen te interviewen voor een onderzoek van de vereniging. Stalenhoef gaat akkoord omdat ze dergelijk onderzoek belangrijk vindt: “Mijn hoofdpersoon was wilsbekwaam, maar is dat nu niet meer. Ja, dan zitten die familieleden er mee, van: 'Wat moeten we er mee?' Dan is het goed als zij daar iets op kunnen naslaan dat dan gaat over niet-wilsbekwaam zijn.”¹¹⁹ De uiteindelijke keuze voor deelname aan het onderzoek laat ze aan de hoofdpersonen zelf. Volgens Stalenhoef is de film veel ingezet door de vereniging, onder andere bij symposia en voorlichtingsbijeenkomsten. De regisseur wordt door de NVVE geïnformeerd wanneer de film wordt vertoond en soms wordt ze gevraagd een toelichting bij de film

115 Gerben van Loenen, “Ik wil niet dood,” *Trouw*, 7 oktober, 2006.

116 Interview Stalenhoef.

117 Ibidem.

118 Ibidem.

119 Ibidem.

te geven.¹²⁰

Samenvattend

Het productieproces van de documentaire *IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN*, wordt gekenmerkt door het streven naar onafhankelijkheid van regisseur Mercedes Stalenhoef. Zij kiest er bewust voor om geen samenwerkingsverband aan te gaan met een fonds of sponsor. Pas in het laatste stadium van de productiefase wordt een afwerkingsubsidie aangevraagd bij het Filmfonds en maakt Stalenhoef een financieringsafpraak met de NVVE. Fione Zonneveld benadrukt welk belang de onafhankelijkheid van een documentaire voor haar vereniging kan hebben: deze onafhankelijkheid kan ervoor zorgen dat de vereniging toegang krijgt tot podia, die anders niet bereikbaar zijn. Doordat de NVVE pas laat betrokken raakte bij productieproces van de documentaire, heeft de vereniging niet vanaf het begin invloed kunnen uitoefenen op de inhoud van de film. De NVVE profiteert echter van de media-aandacht die de documentaire genereert. Daarnaast wordt via Stalenhoef contact gelegd met de hoofdpersonen van de film, die de NVVE wil interviewen voor een eigen onderzoek. De documentaire wordt door de NVVE dus actief ingezet.

VOORBIJ HOREN EN ZIEN

01 | *Aanvraag*

Regisseur Wout Conijn wordt door de Boeddhistische Omroep Stichting (BOS) benaderd om een documentaire te maken, waarmee de omroep een gat in de programmering wil opvullen. Conijn: “Dat was een maand van tevoren. Dus ik moest in een maand én een onderwerp zoeken, én eventueel de financiering erbij én monteren én uitzenden.”¹²¹ Conijn combineert de functies van producent en regisseur om kosten te sparen. Hij zoekt contact met diverse potentiële sponsors, waaronder het Amsterdams Fonds voor de Kunst en de Landelijke Stichting voor Blinden en Slechtzienden (LSBS).¹²²

Volgens Renate Veldhuijzen van de LSBS werd de stichting pas aan het einde van het productieproces benaderd: “Op het moment dat hij belde was de film al bijna af.”¹²³ Conijn moet een aanvraagformulier indienen en een filmplan inleveren, waarna het bestuur van de stichting een beslissing maakt over subsidietoekenning. Voorwaarde hiervoor is dat de film past binnen de doelstelling van de stichting:

120 Ibidem.

121 Wout Conijn, interview 24 oktober, 2013.

122 Interview Conijn.

123 Renate Veldhuijzen, interview 04 november, 2013.

“Bijdragen aan de integratie van blinden en slechtzienden.”¹²⁴ Volgens Veldhuijzen is het bestuur voldoende overtuigd en Conijn krijgt subsidie toegewezen.

02 | *Onafhankelijkheid*

Wout Conijn stelt nog nooit te hebben meegemaakt dat een sponsor een inhoudelijk gesprek eiste over een documentaire. Ook met de LSBS is geen inhoudelijk overleg over de film gevoerd. “Je kunt er wel over praten, maar dan ligt het er aan wat ze willen. (...) Ik probeer toch m'n onafhankelijkheid te bewaren.”¹²⁵

Deze onafhankelijkheid is volgens de regisseur belangrijk omdat:

Je dingen maakt waar jij je visie op legt. Dat is het creatieve van het regisseren, dat je keuzes maakt en een verhaal maakt en inzoomt op dingen die jij van belang vindt. (...) Als het goed is blijft dat gewoon subjectief bij jou als maker.¹²⁶

Hoewel Conijn alle inhoudelijke vrijheid zegt te hebben gehad van de BOS, geeft de regisseur wel aan zelf enigszins rekening te hebben gehouden met het profiel van de omroep. “Je kunt daar niet helemaal los van, ergens moet het Boeddhisme (...) erbij.”¹²⁷ Dat de hoofdpersoon van de documentaire zenboeddhist is, lijkt dus niet geheel toevallig.

03 | *Inhoudelijke invloed*

Dat niet iedereen overtuigd is van de volledige onafhankelijkheid van de creatieve maker, blijkt wanneer Conijn toestemming vraagt om te filmen in de instelling waar zijn hoofdpersoon wordt behandeld. De afdeling eist dat de instelling wordt toegelicht in de film en verwacht daarnaast ook een vermelding op de aftiteling. Conijn gaat niet akkoord: “In principe zeg ik daar geen 'ja' op.”¹²⁸ Wel spreekt hij af de film voor uitzending te laten zien.

Door tijdgebrek lukt het echter niet een officiële *viewing* te organiseren. Conijn stuurt daarom een linkje door, maar krijgt daar al snel spijt van: “Dat doe ik nooit meer. Dat ging dus helemaal rond overal. Werd ik opgebeld door mensen die er in zaten: 'Nee, ik zeg daar dat en dat en dat wil ik niet.’”¹²⁹ Ook hier besluit Conijn geen concessies te doen: “Ik laat me niet beïnvloeden door die mensen. Want je merkt keer op keer

124 Interview Veldhuijzen.

125 Interview Conijn.

126 Ibidem.

127 Ibidem.

128 Ibidem.

129 Ibidem.

dat zij gewoon hun eigen belangen hebben. Die stroken niet met de belangen van een goede film.”¹³⁰

In tegenstelling tot de instelling waar de regisseur zijn film draait, onderneemt de LSBS geen pogingen om invloed uit te kunnen oefenen op de inhoud van de documentaire. Renate Veldhuijzen zegt hierover:

De film was al zo goed als af op het moment dat wij hem gingen financieren. Daar hebben we ook totaal geen invloed op willen hebben. (...) Het script vormde geen enkele aanleiding om daar iets over te zeggen. Het is een film die op naam staat van een filmmaker en niet op naam van een filmsponsor.¹³¹

Deze opstelling maakt ook duidelijk dat het filmplan en de regisseur bij de LSBS kennelijk voldoende vertrouwen hebben gewekt positief bij te kunnen dragen aan de doelstelling van de stichting.

04 | *Inzet van de film*

Na uitzending van de documentaire op televisie, heeft Conijn niet gehoord of en hoe de film door de LSBS is ingezet. Navraag bij de stichting maakt duidelijk dat de LSBS rond de uitzending geen extra ruchtbaarheid aan de documentaire heeft gegeven. Wanneer namelijk gevraagd wordt naar de inzet van de film, reageert Veldhuijzen: “Oh, dat is wel een goede. Ik denk dat als het ooit eens ter sprake komt, dat je [als LSBS, TB] iemand daar wel een tip over zou kunnen geven.”¹³² Vooralsnog wordt de film echter niet actief ingezet door de stichting, aldus Veldhuijzen.

05 | *Artistieke waardering*

Hoewel omroep, sponsors en hoofdpersoon zeer te spreken waren over de film, is regisseur Conijn niet volledig tevreden met het resultaat:

Dit beschouw ik ook niet echt als een film of zo. Het is toch eigenlijk meer (...) een soort van opdracht. (...) Naar ieders tevredenheid gedaan en ook binnen de tijd. Eigenlijk waren ze daar al heel blij mee. (...) Zelf was ik toch een beetje ontevreden, had ik er toch meer uit willen halen. (...) dat het een meer gelaagd verhaal was.¹³³

130 Ibidem.

131 Interview Veldhuijzen.

132 Ibidem.

133 Interview Conijn.

Conijn noemt het filmplan waarmee hij aan de slag is gegaan “teveel uit de losse pols”.¹³⁴ Volgens de regisseur is dat ook het grote verschil tussen de samenwerking met het Mediafonds en met een ‘sponsor met een boodschap’:

Het Mediafonds is inhoudelijk iets meer betrokken. Die kunnen soms ook een plan niet goedkeuren en dat je dan toch nog een kans krijgt om het opnieuw te schrijven. Je moet echt met een goed uitgewerkt plan komen.¹³⁵

Dat dit nu niet is gebeurd, is volgens Conijn vooral te verklaren door de krappe tijd die hij had voor de productie van de documentaire.¹³⁶

Samenvattend

Het productieproces van VOORBIJ HOREN EN ZIEN kenmerkt zich door de korte tijd waarin regisseur Wout Conijn de documentaire moest zien te realiseren. De BOS wil met de film een gat in de programmering opvullen. Om kosten te sparen combineert Wout Conijn de functies van regisseur en producent. Op basis van het filmplan weet hij onder andere de Landelijke Stichting voor Blinden en Slechtzienenden over te halen de film te financieren.

Conijn stelt dat hij bij het zoeken van een onderwerp weliswaar rekening heeft gehouden met het profiel van de BOS, maar dat hij als onafhankelijke creatieve maker heeft kunnen functioneren. In het interview benadrukt Renate Veldhuijzen dat de LSBS geen enkele intentie heeft gehad om inhoudelijke invloed uit te oefenen op de film. De film staat volgens de stichting op naam van een filmmaker en niet op naam van een filmsponsor. De instelling waar Conijn de film draait, probeert enige inhoudelijke wijzigingen door te voeren. Conijn wijst deze inmenging af.

Hoewel Conijn niet geheel tevreden is over de artistieke kwaliteit van de documentaire, zijn de betrokken partijen gelukkig met het eindresultaat. Conijn weet niet of zijn sponsor gebruikt maakt van de film. Navraag leert dat dit momenteel niet het geval is.

134 Ibidem.

135 Ibidem.

136 Ibidem.

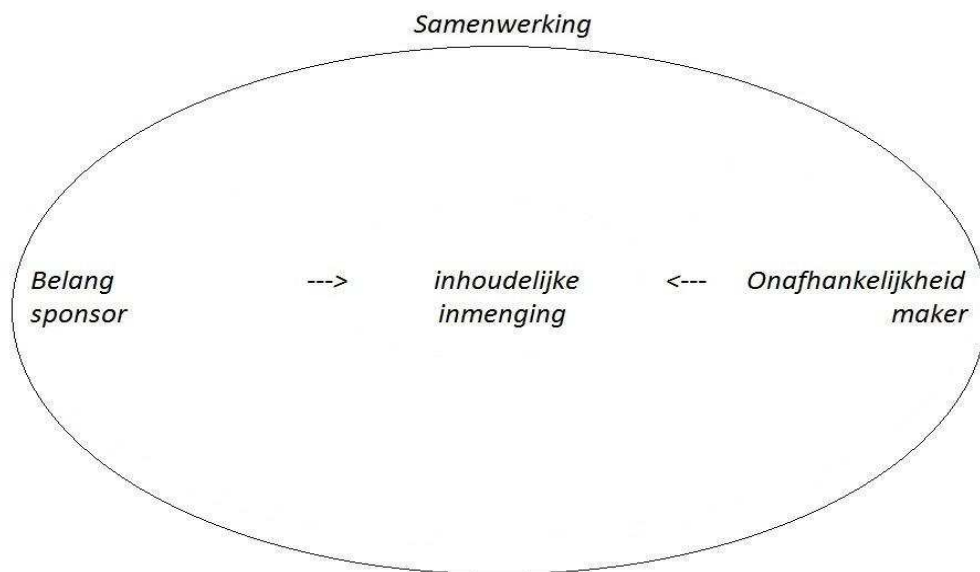
In deze analyse zijn de belangrijkste thema's van de drie casussen behandeld. In het volgende hoofdstuk wordt nader ingegaan op wat deze bevindingen betekenen voor het begrip van het spanningsveld tussen de creatieve maker en de sponsor met een boodschap.

Resultaten

Op basis van de analyse van kwalitatieve data uit het onderzoek, kunnen verschillende belangrijke categorieën worden gedestilleerd.¹³⁷ Zo komen 'belang', 'onafhankelijkheid' en 'samenwerking' regelmatig terug in de interviews. De hoofdcategorie van de thema's die voortkomen uit de analyse is echter 'inhoudelijke inmenging'. Deze hoofdcategorie staat in verhouding met de andere categorieën, zoals ook duidelijk wordt uit Figuur 1.

Figuur 1:

Inhoudelijke inmenging



Figuur 1 geeft de centrale positie aan van 'inhoudelijke inmenging' in het samenwerkingsverband tussen enerzijds de sponsor met een boodschap en anderzijds de onafhankelijke artistieke maker.¹³⁸ De sponsor heeft een belang bij de productie van de documentaire. Gemotiveerd door dit belang tracht de sponsor inhoudelijke invloed uit te oefenen op de documentaire. Deze inhoudelijke inmenging gaat in tegen de onafhankelijkheid van de artistieke maker. Er ontstaat een spanningsveld dat de samenwerking tussen beide partijen danig onder druk kan zetten. De wijze waarop sponsor en maker omgaan met 'inhoudelijke inmenging' kan het succes van de samenwerking bepalen. Uit de analyse van de 3 casussen blijkt dat de manier waarop wordt omgegaan met 'inhoudelijke inmenging' sterk kan verschillen.

¹³⁷ Bijlage 1: Stappenplan, 47.

¹³⁸ Ibidem.

Inhoudelijke inmenging

In het productieproces van de documentaire BV HET GEZIN is duidelijk sprake van inhoudelijke inmenging. De samenwerking tussen regisseur Juul Bovenberg en Gerard Besten van Gezinshuis.com is intensief. Sponsor en regisseur hebben veel inhoudelijke gesprekken. Ook wordt de afspraak gemaakt om op een derde van het productieproces proefbeelden te laten zien en opnieuw te overleggen. Besten geeft aan dat er tijdens dit overleg suggesties zijn gedaan voor nog te draaien scènes.¹³⁹

Tijdens het productieproces van de film VOORBIJ HOREN EN ZIEN worden diverse pogingen gedaan om inhoudelijke invloed uit te oefenen. Zo wil de instelling waar Wout Conijn de film draait, een rol van betekenis in de film en vragen figuranten in de documentaire om aanpassingen nadat ze de film hebben gezien. Conijn gaat niet in op deze verzoeken. De Landelijke Stichting voor Blinden en Slechtzienenden is een belangrijke financier van de film, maar doet geen poging de inhoud van de documentaire te beïnvloeden.¹⁴⁰

Uit de interviews rond IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN blijkt dat er tijdens het productieproces geen sprake is geweest van inhoudelijke inmenging of pogingen daartoe. Dat is enerzijds te verklaren door de opstelling van regisseur Mercedes Stalenhoef, die weigert concessies te doen aan haar film ten behoeve van een sponsor. Aan de andere kant speelt mee dat de NVVE pas betrokken raakt bij de film in de allerlaatste fase van het productieproces. De draaidagen zijn dan al voorbij. Stalenhoef weigert dan ook te spreken van 'samenwerking'¹⁴¹

Samenwerking

Het onderzoek toont aan dat er niet één vaststaande vorm bestaat voor samenwerking tussen een artistiek vrije maker en een sponsor met een boodschap. Uit de resultaten van de analyse blijkt dat de samenwerking tussen een creatieve documentairemaker en een sponsor met een boodschap op diverse manieren tot stand komt. Bovendien wordt er op zeer verschillende wijzen invulling gegeven aan deze samenwerking. Sponsor Gezinshuis.com is zeer betrokken bij het productieproces, zoekt actief mee naar cofinanciers, voert onderhandelingen over de toestemming voor het filmen van kinderen en biologische ouders en heeft daarnaast veel inhoudelijke inmenging bij de productie van de film. Een sponsor als de LSBS is meer passief betrokken bij de film. Deze stichting heeft, nadat het plan voor de film is goedgekeurd en de financiering is toegezegd, geen directe betrokkenheid meer met het productieproces tot het moment dat de

139 Interview Besten.

140 Interview Conijn.

141 Interview Stalenhoef.

uiteindelijke film wordt gepresenteerd.¹⁴²

Een verklaring voor deze sterk afwijkende opstelling van sponsors, ligt in de mate waarin de financier betrokken is bij het onderwerp. De hoofdpersonen van BV HET GEZIN zijn direct verbonden met de belangrijkste sponsor van de film.¹⁴³ Dat betekent dat de manier waarop deze personen worden gerepresenteerd in de film mogelijk terug kan slaan op de organisatie en haar boodschap. Een stichting als de LSBS zet zich in voor de integratie van blinden en slechtzienenden, maar is niet direct verbonden met de hoofdpersoon van VOORBIJ HOREN EN ZIEN. Het doen en laten van de hoofdpersoon en de wijze waarop zij geportretteerd wordt straalt daardoor niet direct af op de stichting.

Uit het onderzoek blijkt dat de fase waarin de sponsor betrokken raakt bij het productieproces van de film, een grote rol kan spelen in de opstelling van de sponsor. Waar bij BV HET GEZIN de sponsor al vanaf het begin bij de productie van de film betrokken was, zegt de NVVE haar financiële steun toe aan IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN op het moment dat alle draaidagen al voorbij zijn. Het aangaan van een samenwerking in een laat stadium van het productieproces van de documentaire, kan voordelen bieden voor zowel de sponsors als de financiers. Voor een sponsor als de NVVE en de LSBS betekent het dat zij een goed beeld kunnen krijgen van het eindresultaat van de documentaire en of dit past in hun doelstellingen. Omdat het productieproces zich in de laatste fase bevindt, is de kans dat er nog grote veranderingen optreden gering. Sponsors die in de laatste fase van het productieproces instappen, lopen daardoor minder risico dat het eindresultaat niet strookt met de verwachtingen van film. Een creatieve maker als Mercedes Stalenhoef wordt tijdens het productieproces van haar film niet beïnvloed door de wensen en verwachtingen van een sponsor. Zij is vrij om haar eigen keuzes te maken, al heeft ze wel te maken met de beperkingen en eisen die de omroep haar oplegt. De beslissing om het productieproces in te gaan zonder financiële toezegging van sponsor of fonds, betekent wel dat Stalenhoef met een zeer beperkt budget moet werken. Dit scenario zal niet voor iedere documentairmaker interessant klinken, omdat er kosten gemaakt moeten worden voordat zeker is dat er sponsors geïnteresseerd zullen zijn om de film te financieren. Dat maakt het zoeken naar financiers in een late fase van het productieproces een risicovolle keuze.

Belang

Iedere sponsor heeft in het interview aangegeven, dat de motivatie voor de financiering van de documentaire gekoppeld was aan de verwachting dat de film bij zou dragen aan de doelstellingen van de sponsor. Uit de interviews blijkt dat deze doelstellingen vooral neer te komen op *branding*, het

142 Interview Veldhuijzen.

143 Interview Besten.

aanzwengelen van een maatschappelijke discussie en het overbrengen van een visie. Een duidelijk voorbeeld van hoe een documentaire kan bijdragen aan de doelstellingen van een sponsor met een boodschap, is de media-aandacht die ontstaat voor vrijwillige levensbeëindiging na IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN. Na aanleiding van de documentaire verschijnt er een opiniestuk in *Trouw*. Hierop volgt een discussie in het televisieprogramma *Netwerk* en wederom een verhaal in *Trouw*, waarin de NVVE haar standpunten kan duiden.¹⁴⁴ Voor een sponsor met het doel een maatschappelijk debat op te starten rond 'het recht op een waardig levenseinde', is een dergelijk effect van een documentaire zeer gewenst.¹⁴⁵

Uit de gesprekken met de documentairemakers blijkt dat zij allen er vanuit gaan dat hun sponsor de film financiert vanuit een instrumentele opvatting. Soms ervaren zij deze wensen van de sponsor als een bedreiging van hun onafhankelijkheid als artistiek vrije maker. Geen van de geïnterviewde documentairemakers en sponsors geeft echter aan een spanningsveld ervaren te hebben tussen de artistieke onafhankelijkheid van de maker en de wensen en verwachtingen van de sponsor.

Onafhankelijkheid

De resultaten uit het onderzoek laten zien dat de eerder beschreven theoretische opvattingen van 'documentaire als instrument' en 'documentaire als kunst' in de praktijk erkend worden, en een belangrijke rol spelen.¹⁴⁶ Hoewel niet elke voor dit onderzoek geïnterviewde regisseur zichzelf als 'kunstenaar' zou omschrijven, stellen de documentairemakers veel waarde te hechten aan hun onafhankelijkheid als maker. Het is opvallend dat ook alle sponsors die hebben meegewerkt aan het onderzoek, waarde zeggen te hechten aan de onafhankelijkheid van de regisseur. Renate Veldhuijzen stelt dat de LSBS geen enkele intentie had om zich inhoudelijk met de gefinancierde documentaire te bemoeien, omdat de filmmaker de auteur is van de documentaire en niet de sponsor. Wanneer Juul Bovenkamp ondanks het verzoek van haar sponsor besluit een scène niet op te nemen in de uiteindelijke montage, maakt Gerard Besten van Gezinshuis.com geen bezwaar, volgens Bovenkamp omdat hij ook zag dat de scene niet paste.¹⁴⁷ Het feit dat Besten geen bezwaar maakt, laat daarnaast ook zien dat hij de voorkeur geeft aan de artistieke vrijheid van de maker boven het inpassen van een extra scène voor eigen pr.

Fione Zonneveld wijst op een interessant argument voor een sponsor om een onafhankelijke documentaire te financieren. Volgens Zonneveld heeft de NVVE de ervaring dat je met een onafhankelijke documentaire meer kans maakt om op verschillende platforms vertoond te worden, bijvoorbeeld op de publieke omroep.

144 Interview Stalenhoef.

145 Interview Zonneveld.

146 *Conflicterende opvattingen*, 13-19.

147 Interview Bovenberg.

Het is lastig een omroep te interesseren om een opdrachtfilm uit te zenden, maar wanneer er sprake is van een film van een onafhankelijke artistiek vrije maker heeft de publieke omroep meer belangstelling.¹⁴⁸ Zo kan een sponsor via een onafhankelijke documentairemaker toegang krijgen tot podia die anders niet bereikbaar waren. In dit geval maakt de onafhankelijkheid van de maker de film instrumenteel waardevoller voor de sponsor, en versterken de theoretisch oppositionele opvattingen van een documentaire elkaar juist.

148 Interview Zonneveld.

Conclusie

In dit onderzoek is getracht een antwoord te geven op de vraag:

Hoe bewegen documentairemakers en sponsors in het spanningsveld rond de artistieke vrijheid van de maker en de boodschap van de sponsor?

Uit het onderzoek blijkt dat documentairemakers en sponsors op verschillende wijze omgaan met dit spanningsveld. Bepalend hierbij is de mate waarin 'inhoudelijke inmenging' een rol speelt. In welke mate probeert de sponsor met een boodschap inhoudelijke invloed uit te oefenen op de documentaire, en hoe reageert de documentairemaker op deze inbreuk op zijn artistieke onafhankelijkheid? Uit de voor dit onderzoek geanalyseerde casussen, blijkt dat sponsors eerder geneigd zijn tot inhoudelijke inmenging naar mate zij direct betrokken zijn met het onderwerp van de documentaire. Daarnaast komt naar voren dat de fase van het productieproces waarin de samenwerking tot stand komt, van grote invloed is op de mate van inhoudelijke inmenging. Wanneer een sponsor in een latere fase van het productieproces betrokken raakt, wordt de mate waarin de sponsor is geneigd tot inhoudelijke inmenging kleiner. De film is in deze fase van het productieproces vrijwel af. De sponsor kan dus beter bepalen of de film bij kan dragen aan haar doelstellingen en op basis hiervan besluiten of de documentaire wel of niet wordt gefinancierd. Het betrekken van een sponsor in de laatste fase van het productieproces van de documentaire, geeft de artistiek vrije maker meer onafhankelijkheid, omdat geen rekening hoeft worden gehouden met de wensen van de sponsor. Tegelijkertijd is de creatieve maker hierdoor wel genoodzaakt te werken met een beperkt budget, en is het onzeker of sponsors zich in een later stadium aan de film willen verbinden.

Deze scriptie toont aan dat theoretische opvattingen van 'documentaire als instrument' en 'documentaire als kunstuiting van een onafhankelijke maker', worden erkend in de praktijk. Financiers en makers zijn overtuigd van de instrumentele mogelijkheden van de documentaire. Voor de sponsors is deze veronderstelde instrumentele mogelijkheid de motivatie voor financiering van de film. Met de documentaire hopen zij een boodschap over te brengen. De documentairemakers geven aan de opvatting van documentaire als instrument als oppositioneel te ervaren aan de door hen onderschreven opvatting van documentaire als kunstuiting. Voor sommige documentairemakers is dit de reden dat zij angstig zijn voor het aangaan van een samenwerking met een sponsor met een boodschap. Documentairemakers als Michiel van Erp en Mercedes Stalenhoef vrezen dat een dergelijke samenwerking een bedreiging kan zijn voor hun onafhankelijkheid.

Deze visie onderschrijft de in de inleiding van deze scriptie verwachte botsing van belangen. Uit het

onderzoek komt echter naar voren dat de financiers de onafhankelijkheid van de artistieke maker niet alleen erkennen, maar deze onafhankelijkheid juist ook als meerwaarde zien. De onafhankelijkheid van een documentaire maakt de film namelijk voor diverse platforms interessant. Waar de sponsors ervaren dat het moeilijk is om een opdrachtfilm onder de aandacht te brengen, biedt een samenwerking met een onafhankelijke maker, sponsors de kans om toegang te krijgen tot podia die anders gesloten waren gebleven. Zo blijkt juist de onafhankelijkheid van de documentaire bij te kunnen dragen aan de instrumentele mogelijkheden van de film. De theoretisch tegengestelde opvattingen van documentaire als instrument en documentaire als kunstuiting van een onafhankelijke maker, kunnen elkaar op deze wijze juist versterken.

Hier moet wel de kanttekening worden gemaakt dat deze conclusies zijn gebaseerd op een analyse van een kleine groep respondenten. Verder onderzoek naar de samenwerking tussen sponsors met een boodschap en artistiek vrije makers is aan te bevelen. Zeker omdat met het wegvallen van het Mediafonds in 2017 en de bezuinigingen bij de NPO, de vraag naar extern gefinancierde onafhankelijke documentaires alleen maar zal toenemen. Uit het onderzoek blijkt dat de samenwerking tussen sponsors met een boodschap en creatieve documentairemakers, een interessant alternatief kan zijn. Voorwaarde is wel dat sponsor en maker elkaars positie en de taakverdeling respecteren. Wanneer hieraan wordt voldaan en de financiers overtuigd blijven van de waarde die een onafhankelijke documentaire kan hebben voor hun boodschap, is een samenwerkingsverband voor alle partijen een aantrekkelijke optie.

Literatuurlijst |

- Aitken, I. "John Grierson." In: *The Concise Routledge Encyclopedia of the Documentary Film*, edited by Ian Aitken. Oxford: Routledge Press, 2013.
- Arnheim, R. *Film as Art*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1957.
- Arnheim, R. "Were does Art begin?" In: *Film Essays and Criticism*. Madison: University of Wisconsin Press, 1997.
- Asscher, M. "De dubbele ziekte van het Nederlandse kunstbeleid." *de Volkskrant*, 25 augustus 2005.
- Barnouw, E. *A History of the Non-Fiction Film*. New York: Oxford University Press, 1974.
- Bockma, H. "Niet meer heilig." *de Volkskrant*, 21 augustus 2009.
- Bockma, H. "Publieke omroep gaat juist korten op documentaires." *de Volkskrant*, 14 november 2012.
- Brink, H. M. van den. "25 jaar Mediafonds. Feestje?" *609 Cultuur en Media* 14 (2013): 1. Geraadpleegd 8 november, 2013, <http://www.mediafonds.nl/editie/92617/609-cultuur-en-media-14>
- Brinkman, E. "Stimuleringsfonds moet culturele dimensie omroepbestel versterken," *Staatscourant*, 02 oktober, 1988. Geraadpleegd 18 november, 2013, <http://www.mediafonds.nl/nieuws/92385/25-jaar-mediafonds>
- Covert, A. "25 jaar IDFA – de favorieten van NRC: wederom opent John Appel." *NRC*, 8 november 2012.
- Corner, J. *The Art of Record: A Critical Introduction to Documentary*. Manchester: Manchester University Press, 1996.
- Dijksterhuis, E. "Living Legend Award voor Heddy Honigmann op IDFA." *Filmkrant*, 2013. Geraadpleegd 19 januari, 2014, http://www.filmkrant.nl/nieuws_2013/10191/p_cnt_nieuws/7
- Ellenbroek, W. "Bloei van de Hollandse School." *de Volkskrant*, 22 januari, 2004.
- Ellis, J. C. en Betsy A. McLane, *A New History of Documentary Film*. New York: Continuum, 2005, 62.
- Everaerts, J. "Glas/Glass." in *The Cinema of the Low Countries*, edited by Ernest Mathijs. Londen: Wallflower Press, 2004.
- Garretsen, M. "Sponsorvriendelijke documentaires?" In: *Een selectieve blik: zelfcensuur in de Nederlandse journalistiek*, edited by Mirjam Prenger. Apeldoorn: Het Spinhuis, 2007.
- Grierson J. en Forsyth Hardy. *Grierson on Documentary*. Westport: Praeger, 1971.
- Heck, W. "Next.checkt: Door schrappen Mediafonds kan er geen documentaire meer worden gemaakt." *NRC Next*, 08 november, 2012.
- Jefkins, F. *Advertising*. Essex: Pierson Education Limited, 2000.
- Kael, P. "Circles and Squares." *Film Quarterly*, Vol. 16, No. 3, 1963, 12-26.
- Kassies, J. "Bruggen slaan tussen domeinen van ontspanning en cultuur." *Staatscourant*, 02 oktober, 1988. Geraadpleegd 18 november, 2013, <http://www.mediafonds.nl/nieuws/92385/25-jaar-mediafonds>
- Linssen, D. "Buenos Aires als spookstad." *De Filmkrant*, december 2004. Geraadpleegd 19 januari, 2014, http://www.filmkrant.nl/titelindex_T/5736

- Loenen, G. van, "Ik wil niet dood." *Trouw*, 7 oktober 2006.
- Mayer, V. Miranda J. Banks en John T. Caldwell. "Production Studies: Roots and Routes." in *Production Studies: Cultural Studies of Media Industries*, edited by Vicki Mayer, Miranda J. Banks en John T. Caldwell. New York: Routledge, 2009.
- Mediafonds. "Criteria." Geraadpleegd 17 november, 2013, <http://www.mediafonds.nl/aanvragen>
- Mediafonds. "Doel." Geraadpleegd 3 november, 2013, <http://mediafonds.nl/het-fonds>
- Mediafonds. "Toegekend." Geraadpleegd 3 oktober, 2013, <http://www.mediafonds.nl/toegekend?page=1#content-pager>
- Meijer, M. L. "Auteurschap in documentaires: een angstaanjagend proces." *De Nieuwe Reporter*, 2009. Geraadpleegd op 29 september, 2013, <http://www.denieuwereporter.nl/2009/07/auteurschap-in-documentaires-een-angstaanjagend-proces/>
- Morrison, B. "Stamp of excellence," *The Guardian*, 01 december, 2007.
- Nichols, B. *Representating Reality*. Bloomington: Indiana University Press, 1991.
- Nichols, B. *An Introduction to Documentary*. Bloomington: Indiana University Press, 2001.
- Nichols, B. *An Introduction to Documentary*. Bloomington: Indiana University Press, 2010.
- Oremus, F. "Wie betaalt straks de documentaire?" *Villamedia Magazine*, 16 november 2012. Geraadpleegd 7 juni, 2013, <http://www.mediafonds.nl/page/89121/villamedia-frans-oremus-wie-betaalt-straks-de-documentaire>
- Overheid.nl "Beleidsregels sponsoring publieke omroep 2005. Geldend op 07-09-2013." Geraadpleegd 12 september 2013, http://wetten.overheid.nl/BWBR0018547/geldigheidsdatum_07-09-2013#Bijlage
- Putter, Jos de. "Nederlandse Documentaires in een tijd van schaarste." *De Nieuwe Reporter*, 2011. Geraadpleegd 8 juli, 2013, <http://www.denieuwereporter.nl/2011/11/nederlandse-documentaires-in-een-tijd-van-schaarste/>
- Rijxman, S. "Open brief aan de makers van documentaire, drama en film." NPO, 14 november, 2012. Geraadpleegd 19 januari, 2014, <http://www.publiekeomroep.nl/organisatie/pers/artikelen/open-brief-aan-de-makers-van-documentaire-drama-en-film-waarom-de-nederlandse-publieke-omroep-drama-en-documentaire-zo-belangrijk-vindt>
- Schipper, N. "'Opheffen Mediafonds is cynisch spel van macht en geld.'" *de Volkskrant*, 17 december, 2012.
- Sussex, E. en John Grierson. "Grierson on Documentary: The Last Interview." *Film Quarterly*, Vol. 26, No1 (1972).
- Truffaut, F. "A Certain Tendency of the French Cinema." *Cahiers du Cinema*, no. 31 (1954).
- Sarris, A. "Notes on the Auteur Theory in 1962." In: *Film Theory and Criticism*, edited by Leo Braudy en Marshall Cohen. Oxford: Oxford University Press, 2004.
- Sneek, D. "Schuldig door montage." *de Volkskrant*, 22 juli, 2004.
- Stichting Philadelphia. "Jeroen Jeroen, vraag en antwoord." Geraadpleegd 7 juni, 2013. http://www.philadelphia.nl/contentfolder/8765/VraAnt_Jeroen_Jeroen.pdf
- Strauss, A. en Juliet Corbin. "Grounded theory methodology." In *Handbook of qualitative research*, edited by Norman K. Dezin en Yvonna S. Lincoln. Londen: Sage Publicist, 1994.

Straus, A. en Juliet Corbin. "Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria." *Zeitschrift für Soziologie*, 1990.

"VPRO wil meer garanties voor behoud van documentaire." VPRO, 14 november, 2012. Geraadpleegd 19 januari, 2014, <http://www.mediafonds.nl/updates-toekomst>

Vroegindewij, V. "Nederlandse documentaire is gemakzuchtig geworden." *De Nieuwe Reporter*, 2009. Geraadpleegd 29 september, 2013, <http://www.denieuwereporter.nl/2009/07/nederlandse-documentaire-is-gemakzuchtig-geworden/>

Winston, B. *Claiming the Real II – Documentary: Grierson and Beyond*. Londen: Palgrave MacMillan, 2008.

Bijlage 01 | Stappenplan kwalitatieve analyse vanuit een *Grounded Theory* benadering

In deze bijlage worden de verschillende stappen in mijn onderzoek beschreven en wordt aangegeven tot welke tussen- en eindconclusies dit heeft geleid. Hiermee wil ik inzicht geven in de overwegingen en keuzes die zijn gemaakt bij de analyse van de drie documentaires.

Stap 1

In de eerste fase van mijn onderzoek heb ik diverse documentaires bekeken die (mede) gefinancierd zijn door een maatschappelijke of ideële organisatie. Op basis van de volgende criteria heb ik drie documentaires geselecteerd: (1) de documentaire is tot stand gekomen met financiële steun van een ideële en/of maatschappelijke organisatie, (2) de documentaire is uitgezonden door de NPO, (3) de documentairemaker heeft voor deze film geen financiële steun ontvangen van het Mediafonds, het CoBO of het Nederlands Filmfonds, (4) de maker staat bekend als een creatieve documentairemaker en heeft voor andere documentaires financiële steun ontvangen van het Mediafonds.

Deze drie documentaires zijn: BV HET GEZIN, IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN, VOORBIJ HOREN EN ZIEN. Na aanleiding van deze documentaires heb ik een *topiclist* opgesteld voor de interviews:

- Totstandkoming van de samenwerking
- Motivatie voor samenwerking
- Visie en verwachtingen
- Inhoudelijke afspraken
- Spanningsveld
- Contactmomenten

Op basis van deze *topiclist* zijn er interviews gehouden met Juul Bovenberg (regisseur), Gerard Besten (Gezinshuis.com), Mercedes Stalenhoef (regisseur), Fione Zonneveld (NVVE), Wout Conijn (regisseur) en Renate Veldhuijzen (LSBS).

Stap 2

In deze fase heb ik de interviews gecategoriseerd op basis van waarneming (*open coderen*). De categorisering wordt per film uitgewerkt.

BV HET GEZIN

Juul Bovenberg Regisseur	Initiatief	<ul style="list-style-type: none">– Idee voor film komt van producent Jos Kuijer.– "Kuijer ziet direct kansen voor geldpotjes."– "Waar kunnen we geld mee binnen halen."
	Betrokkenheid	<ul style="list-style-type: none">– Gezinshuis.com heeft bemiddeld bij verkrijgen toestemming voor het filmen van kinderen en ouders.– Stichting Talpa is afstandelijker.
	Samenwerking	<ul style="list-style-type: none">– Inhoudelijk gesprek.– Enthousiast over hoofdpersonen.– "Je moet natuurlijk een beetje <i>pleasen</i>."– Scène verzoek Gezinshuis.com.
	Vertrouwen	<ul style="list-style-type: none">– Afspraken gemaakt, puur op vertrouwen gedaan.
	Taakverdeling	<ul style="list-style-type: none">– Producent gaat over financiën, regisseur bemoeit zich hier niet mee.
	Belang	<ul style="list-style-type: none">– Uitzendgarantie.– Stichting geeft bij voorgesprek al aan hoe zij de film willen inzetten.
	Verwachtingen	<ul style="list-style-type: none">– Ja, maar sponsor heeft eerder werk gezien.– Niet meer extra druk dan bij Mediafondsfilm.
	Kunstenarschap	<ul style="list-style-type: none">– Toegankelijke kunstenaar die dicht bij zijn onderwerp probeert te komen.– BV HET GEZIN misschien meer een opdrachtfilm.– Geen opdrachtfilm, wij hebben er een opdrachtfilm van gemaakt.

Gerard Besten Gezinshuis.com	Samenwerking	<ul style="list-style-type: none"> – Rudolphstichting heeft financiële bijdrage geleverd, wij de inhoudelijke. – Tevreden met keuze voor hoofdpersonen. – Bij andere hoofdpersonen niet meegewerkt. – Veel overleg, inhoudelijke gesprekken.
	Belang	<ul style="list-style-type: none"> – bezig met voortdurende <i>branding</i> van duurzame gezinsvormen. – Jeugdzorg ingewikkeld terrein, veel veranderingen. – Voor het voetlicht brengen: deskundigen: kinderen beter af in goede en stevige gezinnen, maar deze zijn er onvoldoende in Nederland. – Doelstelling is ook om nieuwe ouders te werven.
	Betrokkenheid	<ul style="list-style-type: none"> – Financier gaat binnen het eigen netwerk ook op zoek naar sponsors. – Is inhoudelijk betrokken bij productie van film. – Suggestie voor scènes. – Halverwege proefbeelden tonen.
	Gemeenschappelijk doel	<ul style="list-style-type: none"> – Geen spanningsveld ervaren. – Makers zijn zelf met onderwerp gekomen. – Verwachtingen waren helder.
	Verwachtingen	<ul style="list-style-type: none"> – Vond hem heel aardig aansluiten.
	Inzet van film	<ul style="list-style-type: none"> – Ingezet bij bijeenkomsten. – Aangeboden via website. – Levert ons een heleboel op. – We kunnen de praktijk laten zien die met woorden nog steeds lastig te vangen is

IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN

Mercedes Stalenhoef Regisseur	Filmplan	<ul style="list-style-type: none"> – Kwam op idee door ontmoeting met hoofdpersoon in inrichting. – Wist Human te overtuigen.
	Financiers	<ul style="list-style-type: none"> – Zocht naast omroep geen andere financiers – “De inrichting heeft niets betaald, dat wilde ik ook niet. Ik wilde niet dat zij zich er mee zouden bemoeien.”

Minimaal budget	<ul style="list-style-type: none"> – Geen Mediafonds of Filmfonds aangevraagd. – Minimaal budget, maar toen bleek film erg goed te worden.
Bioscoopfilm	<ul style="list-style-type: none"> – Producent en omroep zijn enthousiast, film mag langer en moet bewerkt worden tot bioscoopfilm. – Hiervoor worden extra financiers gezocht.
Bewuste keuze	<ul style="list-style-type: none"> – Bewuste keuze om niet in een vroeg stadium externe financiers te benaderen. – “Ik vind het niet wenselijk dat ze in een vroeg stadium betrokken zijn.” – “Te grote vinger in de pap.” – “De film moet zichzelf ontwikkelen.”
NVVE	<ul style="list-style-type: none"> – Zoekt in de laatste fase inhoudelijk advies bij NVVE. – NVVE heeft interesse in sponsoring. – Draaidagen waren toen al voorbij. – Geld wordt gebruikt voor afwerking.
Taakverdeling	<ul style="list-style-type: none"> – Producent denkt mee over onderwerp. – Toen de film potentie bleek te hebben heeft producent zich ingezet om de film ook mooi te kunnen afmaken. – Afwerkingsubsidie van Filmfonds aangevraagd en verkregen. – Benadering NVVE is plan Stalenhoef.
Media-aandacht	<ul style="list-style-type: none"> – Na aanleiding van film artikel in <i>Trouw</i> over euthanasie. – Discussie in <i>Netwerk</i>. – NVVE heeft haar standpunt nog eens kunnen duidelijk maken.
Inzet van de film	<ul style="list-style-type: none"> – Ingezet bij symposium. – Na aanleiding van docu onderzoek naar hoofdpersonen van film. – Onderzoek naar hoofdpersonen kwam al ter sprake tijdens financieringsgesprekken – Wordt op de hoogte gehouden van vertoningen.
Samenwerking	<ul style="list-style-type: none"> – “Wat is samenwerken?” – “Ik ben niet afhankelijk van hun (...) de film heeft ook helemaal niets met hun te maken, behalve dan dat ze er geld aan hebben gegeven.” – “Als zij iets doen met de film, vind ik dat allemaal prima.”

Fione Zonneveld NVVE	Kunstenaar	<ul style="list-style-type: none"> – “Alle onderwerpen komen uit mezelf.” – “Het kan dat mensen vragen: 'wil je dit of dit maken?' Dan bekijk ik dat serieus (...) maar ik heb het nog nooit gemaakt.
	Motivatie	<ul style="list-style-type: none"> – Boodschap van NVVE zo goed mogelijk voor het voetlicht willen brengen. – “Omdat het thema 'waardig sterven' en 'zelfgekozen levenseinde' gewoon heel dicht op de huid van mensen zit, gaat dat ook heel vaak om portretten van mensen. Dat komt het best, in onze ogen, over in een documentaire aanpak.”
	Journalistieke aanpak	<ul style="list-style-type: none"> – “Wij maken geen propagandafilm of promotiefilm.” – Transparant. – “Ons onderwerp is nou eenmaal gebaat bij een zo breed mogelijk publiek. Als een omroep dan geïnteresseerd is dan dat voor ons heel interessant. Vandaar ook dat we die journalistieke insteek zo belangrijk vinden, omdat je dan meer kans maakt dat je ook op andere platforms vertoond wordt.” – “Op het moment dat je een documentaire maakt, dat is in ieder geval mijn persoonlijke overtuiging, dat komt toch het meest over het voetlicht als het zo min mogelijk gemanipuleerd is.” – Vanuit dit idee worden ook opdrachtfilms vanuit een journalistieke aanpak gemaakt.
	Media-aandacht	<ul style="list-style-type: none"> – “Dat hopen we ook te bereiken. Daarom is dat belang van die journalistieke onafhankelijkheid ook zo belangrijk, omdat dat voor ons ook een voeding van het maatschappelijk debat is. Inzichtelijk maken van problemen die in de samenleving leven met betrekking tot een levenseinde.”
	Motivatie	<ul style="list-style-type: none"> – “Je weet natuurlijk wel dat documentaires veel aandacht krijgen. En het zijn ook heel vaak levensverhalen van mensen. Ja, en die komen toch..het gaat niet om strakke feiten, want daarvoor is dit onderwerp toch te genuanceerd en te breed uitwaaiierend. Ja, een goed vertelt verhaal in documentaire vorm kan gewoon heel veel losmaken. Kan heel veel duidelijk maken over hetgeen waar wij mee bezig zijn.”

VOORBIJ HOREN EN ZIEN

Wout Conijn Regisseur	Initiatief	<ul style="list-style-type: none"> – Film ontstaat na verzoek van BOS om gat in programmering te vullen. – “Dat was een maand van tevoren. Dus ik moest in een maand en een onderwerp zoeken, en eventueel de financiering erbij en monteren en uitzenden.”
	Financiering	<ul style="list-style-type: none"> – Benadert Amsterdams Fonds voor de Kunst, want snelle respons.
	Onafhankelijk	<ul style="list-style-type: none"> – “Als zij zich achter het plan scharen (...) ze snappen dan, neem ik aan, ook wel het idee van onafhankelijke documentaire. (...) het is geen pr ofzo.” – PR afdeling van instelling wilde wel uitleg en vermelding. “In principe zeg ik daar geen 'ja' op.” – “Ik probeer toch m'n onafhankelijkheid te bewaren.” – Onafhankelijkheid is belangrijk omdat “Je dingen maakt waar jij je visie op legt. Dat is het creatieve van het regisseren, dat je keuzes maakt en een verhaal maakt en inzoomt op dingen die jij van belang vindt. (...) Als het goed is blijft dat gewoon subjectief bij jou als maker.”
	Eis	<ul style="list-style-type: none"> – Financier eist vertoning voor uitzending. – Wegens tijdgebrek wordt een filmpje doorgestuurd. – “Dat doe ik dus nooit meer.” Mensen die in de film figureren hebben klachten over hoe ze in de uitzending over komen.
	Belangen	<ul style="list-style-type: none"> – “Ik laat me niet beïnvloeden door die mensen. Want je merkt keer op keer dat zij gewoon duidelijk hun eigen belangen hebben. Die stroken gewoon niet met de belangen van een goede film. Daar ben jij voor.” – “Natuurlijk moet je rekening houden met belangen van anderen, want anders werken ze niet mee. Maar ik laat me daar niet door sturen.”
	Taakverdeling	<ul style="list-style-type: none"> – “Ik had nu een dubbelrol. In dit projectje had ik alles samen gedaan om een beetje kosten te sparen.” – “Het liefste laat je dat natuurlijk eigenlijk over aan een producent, dan kun je je als regisseur gewoon op de inhoud richten.”
	Mediafonds en sponsor met belang	<ul style="list-style-type: none"> – “Het Mediafonds is inhoudelijk iets meer betrokken.” – Plannetje VOORBIJ HOREN EN ZIEN is een beetje uit de losse pols. – Globaal idee. Kijken wat je gedaan hebt en waar het wordt uitgezonden. “Dat is voor hen ook belangrijk. Dat ze die

Renate Veldhuijzen LSBS		<i>exposure</i> hebben.”
	Vertrouwen	– “Overal waar grote bedragen rond gaan, moet er een soort vertrouwen zijn. Film is een duur spelletje.”
	Verschil met opdrachtfilm	– “Heel anders. Je moet dan wel gewoon voldoen aan de eisen die ze stellen. Dan neem ik mijn eigen eisen wel mee, maar die pas ik aan aan wat de klant wil. Uiteindelijk moeten zij tevreden zijn.” – Zij zetten ook echt een opdracht uit. Terwijl je zo'n fonds moet zien te overtuigen.
	Gebruik van film	– Niet erg meegekregen. Misschien intern.
	Artistieke waardering	– “Dit beschouw ik niet echt als een film ofzo. Het is eigenlijk toch meer een soort van opdracht.” – Zelf een beetje ontevreden. – “Je probeert er toch iets meer van te maken.”
	Aanvraag	– De LSBS is pas in een later stadium benaderd. – “Op het moment dat hij belde was de film al bijna af.” – Wout heeft een aanvraagformulier moeten invullen. Bestuur bespreekt en geeft toezegging.
	Belang	– Film moet passen binnen de doelstellingen. – “Bijdragen aan de integratie van blinden en slechtzienden.” – “In hoeverre draagt dat er aan bij, of is het gewoon een los kunstproject.” – “Daar had het bestuur dus voldoende vertrouwen in dat dat bij zou dragen aan de integratie van blinden en slechtzienden.”
	Vertrouwen en verwachtingen	– Wout heeft oud werk meegestuurd. “Dat schept wel verwachtingen en vertrouwen.” – Verwachting: benieuwd of het een depressieve film zou worden. – Belangrijk voor stichting dat het geen depressieve film wordt. – “Hij heeft dat vertrouwen gewekt in zijn omschrijving. En ook in zijn integriteit. (...) Tenminste, in hoeverre dat in zijn beschrijving naar voren komt.”
	Inhoudelijke invloed	– Geen inhoudelijk gesprek gehad. – “De film was al zo goed als af op het moment dat wij hem gingen financieren. Daar hebben we ook totaal geen invloed op willen hebben.”

		<ul style="list-style-type: none"> - “Dat hebben wij niet gewild nee. Het script vormde geen aanleiding om daar iets over te zeggen. Het is een film die op naam staat van een filmmaker en niet op naam van een filmsponsor.” - “Er was geen aanleiding om hem wijzigingen in het script te doen laten maken. We hebben daar vooral ook geen invloed op willen hebben.”
	Inzet van de film	<ul style="list-style-type: none"> - “Oh, dat is wel een goede. Ik denk dat al het ooit eens ter sprake komt, dat je iemand daar wel een tip over zou kunnen geven.” - Wordt niet ingezet. - Heeft rond de uitzending geen extra ruchtbaarheid aan de documentaire gegeven.
	Artistieke vrijheid	<ul style="list-style-type: none"> - “De reden dat wij die film hebben gefinancierd en ook geen invloed willen hebben op de inhoud van de film, geeft absoluut geen garantie voor andere documentairemakers.” - Dat Wout Conijn die artistieke vrijheid had heeft vooral te maken met het feit dat zijn filmpjan goedgekeurd werd en binnen de visie paste.

Stap 3

In de derde fase heb ik de categorieën op basis van waarneming gecategoriseerd op het niveau van dwarsverbanden (*axiaal coderen*). Deze categorisering geeft een per documentaire een duidelijk overzicht van de belangrijke thema's die voortkomen uit de diverse interviews.

BV HET GEZIN

Juul Bovenberg (JB) Regisseur Gerard Besten (GB) Gezinshuis.com	Samenwerking / Inhoudelijke inmenging	<ul style="list-style-type: none"> – Veel overleg, inhoudelijke gesprekken. (JB/GB) – Rudolphstichting heeft financiële bijdrage geleverd, wij de Inhoudelijke. (GB) – Enthousiast over hoofdpersonen. (JB/GB) – Proefbeelden. (GB) – Scène verzoek Gezinshuis.com (JB/GB) – "Je moet natuurlijk een beetje <i>pleasen</i>." (JB)
	Betrokkenheid	<ul style="list-style-type: none"> – Financier gaat binnen het eigen netwerk ook op zoek naar sponsors. (GB) – Gezinshuis.com bemiddeld bij verkrijgen toestemming voor het filmen van kinderen en ouders. (JB) – Stichting Talpa is afstandelijker. (JB) – Is inhoudelijk betrokken bij productie van film. (GB) – Suggestie voor scènes. (JB/GB)
	Belang	<ul style="list-style-type: none"> – Uitzendgarantie. (JB) – Stichting geeft bij voorgesprek al aan hoe zij de film willen Inzetten. (JB / GB) – Voortdurende branding van duurzame gezinsvormen. (GB) – Jeugdzorg ingewikkeld terrein, veel veranderingen. (GB) – Voor het voetlicht brengen: deskundigen: kinderen beter af in goede en stevige gezinnen, maar deze zijn er onvoldoende in Nederland. (GB) – Doelstelling is ook om nieuwe ouders te werven. (GB) – Bij andere hoofdpersonen niet meegewerkt. (JB/GB) – Niet meer extra druk dan bij Mediafondsfilm. (JB)
	Kunstenaar	<ul style="list-style-type: none"> – Toegankelijke kunstenaar die dicht bij zijn onderwerp probeert te komen. – "Kuijer ziet direct kansen voor geldpotjes." "Waar kunnen we geld mee binnen halen." (JB) – BV HET GEZIN misschien meer een opdrachtfilm. – Geen opdrachtfilm, wij hebben er een opdrachtfilm van gemaakt.

IK WIL NOOIT BEROEMD WORDEN

<p>Mercedes Stalenhoef (MS) Regisseur</p> <p>Fione Zonneveld (FZ) NVVE</p>	Onafhankelijkheid	<ul style="list-style-type: none"> – Zocht naast omroep geen andere financiers. (MS) – Geen Mediafonds of Filmfonds aangevraagd. (MS) – “De inrichting heeft niets betaald, dat wilde ik ook niet. Ik wilde niet dat zij zich er mee zouden bemoeien.” (MS) – Bewuste keuze om niet in een vroeg stadium externe financiers te benaderen. (MS) – “Ik vind het niet wenselijk dat ze in een vroeg stadium betrokken zijn.” “Te grote vinger in de pap.” “De film moet zichzelf ontwikkelen.” (MS) – Minimaal budget, toen bleek film erg goed te worden (MS)
	Financiers	<ul style="list-style-type: none"> – Producent en omroep zijn enthousiast, film mag langer en moet bewerkt worden tot bioscoopfilm. (MS) – Hiervoor worden extra financiers gezocht, afwerkingsubsidie van Filmfonds aangevraagd en verkregen. (MS) – MS zoekt in de laatste fase inhoudelijk advies bij NVVE. (MS) – NVVE heeft interesse in sponsoring. (MS/FZ) – “Je weet natuurlijk wel dat documentaires veel aandacht krijgen. (...) Een goed vertelt verhaal in documentairevorm kan gewoon heel veel losmaken. Kan heel veel duidelijk maken over hetgeen waar wij mee bezig zijn.” (FZ) – Boodschap van NVVE zo goed mogelijk voor het voetlicht willen brengen. (FZ)
	Media-aandacht	<ul style="list-style-type: none"> – “Ons onderwerp is nou eenmaal gebaat bij een zo breed mogelijk publiek. Als een omroep dan geïnteresseerd is dan dat voor ons heel interessant. Vandaar ook dat we die journalistieke insteek zo belangrijk vinden, omdat je dan meer kans maakt dat je ook op andere platforms vertoond wordt.” (FZ) – Na aanleiding van film artikel in <i>Trouw</i> over euthanasie. (MS) – Discussie in <i>Netwerk</i>. (MS) – NVVE heeft haar standpunt nog eens kunnen duidelijk maken. (MS) – “Dat hopen we ook te bereiken. Daarom is dat belang van die die journalistieke onafhankelijkheid ook zo belangrijk, omdat dat voor ons ook een voeding van het maatschappelijk debat is. Inzichtelijk maken van problemen die in de samenleving leven met betrekking tot een levenseinde.” (FZ)
	Samenwerking	<ul style="list-style-type: none"> – “Wat is samenwerken?” “Ik ben niet afhankelijk van hun (...) de film heeft ook helemaal niets met hun te maken, behalve dan dat ze er geld aan hebben gegeven.” (MS) – “Als zij iets doen met de film, vind ik dat allemaal prima.” (MS)
	Inzet van Film	<ul style="list-style-type: none"> – Ingezet bij symposium. (MS) – Na aanleiding van documentaire onderzoek naar

		hoofdpersonen van film. (MS) – Onderzoek naar hoofdpersonen kwam al ter sprake tijdens financieringsgesprekken. (MS) – Wordt op de hoogte gehouden van vertoningen. (MS)
--	--	--

VOORBIJ HOREN EN ZIEN

Wout Conijn (WC) Regisseur Renate Veldhuijzen (RV) LSBS	Aanvraag	– film ontstaat na verzoek van BOS om gat in programmering te vullen (WC) – “Dat was een maand van tevoren. Dus ik moest in een maand en een onderwerp zoeken, en eventueel de financiering erbij en monteren en uitzenden.” (WC) – benadert Amsterdams Fonds voor de Kunst, want snelle respons (WC) – De LSBS is pas in een later stadium benaderd. (RV) – “Op het moment dat hij belde was de film al bijna af.” (RV) – Film moet passen binnen de doelstellingen: “Bijdragen aan de integratie van blinden en slechtzienden.” (RV) – “In hoeverre draagt dat er aan bij, of is het gewoon een los kunstproject.” “Daar had het bestuur dus voldoende vertrouwen in dat dat bij zou dragen aan de integratie van blinden en slechtzienden.” (RV)
	Onafhankelijkheid	– Onafhankelijkheid is belangrijk omdat “Je dingen maakt waar jij je visie op legt. Dat is het creatieve van het regisseren, dat je keuzes maakt en een verhaal maakt en inzoomt op dingen die jij van belang vindt. (...) Als het goed is blijft dat gewoon subjectief bij jou als maker.” (WC) – “Als zij zich achter het plan scharen (...) ze snappen dan, neem ik aan, ook wel het idee van onafhankelijke documentaire. (...) het is geen pr ofzo.” (WC)
	Inhoudelijke invloed	– PR afdeling van instelling wilde wel uitleg en vermelding. “In principe zeg ik daar geen 'ja' op.” (WC) – “Ik probeer toch m'n onafhankelijkheid te bewaren.” (WC) – Geen inhoudelijk gesprek gehad. (RV) – “De film was al zo goed als af op het moment dat wij hem gingen financieren. Daar hebben we ook totaal geen invloed op willen hebben.” “Dat hebben wij niet gewild nee. Het script vormde geen aanleiding om daar iets over te zeggen. Het is een film die op naam staat van een filmmaker en niet op naam van een filmsponsor.” (RV) – “Er was geen aanleiding om hem wijzigingen in het script te doen laten maken. We hebben daar vooral ook geen invloed op willen hebben.” (RV) – “De reden dat wij die film hebben gefinancierd en ook geen invloed willen hebben op de inhoud van de film, geeft absoluut geen garantie voor andere documentairemakers.” (RV)

		<ul style="list-style-type: none"> - Dat Wout Conijn die artistieke vrijheid had heeft vooral te maken met het feit dat zijn film goedgekeurd werd en binnen de visie paste. (RV)
	Inzet van film	<ul style="list-style-type: none"> - Niet erg meegekregen. Misschien intern. (WC) - "Oh, dat is wel een goede. Ik denk dat al het ooit eens ter sprake komt, dat je iemand daar wel een tip over zou kunnen geven." (RV) - Wordt niet ingezet. (RV) - Heeft rond de uitzending geen extra ruchtbaarheid aan de documentaire gegeven. (RV)
	Artistieke waardering	<ul style="list-style-type: none"> - "Dit beschouw ik niet echt als een film ofzo. Het is eigenlijk toch meer een soort van opdracht." (WC) - Plannetje VOORBIJ HOREN EN ZIEN is een beetje uit de losse pols.(WC) - Zelf een beetje ontevreden. "Je probeert er toch iets meer van te maken." (WC)

Stap 4

In deze fase wordt een vertoog vastgesteld rond een hoofdcategorie. Op basis van de data uit de interviews komen categorieën als 'samenwerking', 'onafhankelijkheid' en 'belang' vaak naar voren. De hoofdcategorie is echter 'inhoudelijke inmenging'. Deze hoofdcategorie staat in verhouding met de andere categorieën. Zo wordt inhoudelijke inmenging van de sponsor met een boodschap gemotiveerd vanuit het belang dat deze financier heeft met de productie van de documentaire. De inhoudelijke inmenging gaat in tegen de onafhankelijkheid van de maker en kan de samenwerking tussen beiden partijen danig onder druk zetten.

Aan de hand van de relatie tussen de hoofdcategorie en de andere categorieën kan een vertoog worden opgesteld. Dit vertoog is verder uitgewerkt in het hoofdstuk 'Resultaten.'

Inhoudelijke inmenging	Belang
	Onafhankelijkheid
	Samenwerking

Belang	Belang
	Media-aandacht
	Inzet van de film
	Artistieke waardering

Onafhankelijkheid	Onafhankelijkheid
	Kunstenaar
	Inhoudelijke invloed

Samenwerking	Samenwerking
	Betrokkenheid
	Financiers
	Aanvraag

Stap 5

In de laatste fase is gezocht naar treffende quotes uit de interviews die de uitkomsten van het onderzoek onderbouwen. Deze quotes zijn opgenomen in de hoofdtekst. Daarnaast is gekeken hoe de resultaten van het onderzoek passen binnen de *Production Studies*, en wat de resultaten zeggen over het denkbare spanningsveld tussen de onafhankelijke creatieve maker en de sponsor met een boodschap.