

licentiaatsverhandelingen

eduard wouters

Retoriek in «Alice's Restaurant». Een retorische, formeel-esthetische filmanalyse.

Fac. Soc. Wet., Leuven, 1977, 101 blz.
(Promotor : Prof. Dr. J.M. Peters).

1. Opzet.

Er bestaat in de hedendaagse filmkritiek een sterke tendens om een film te beoordelen naar het gehalte engagement dat hij bevat. Is een film *maatschappij-kritisch*, dan dient hij goed gevonden te worden. Dit is een enigszins vreemd criterium, temeer daar de meeste filmkritici niet dergelijke revolutionaire figuren schijnen te zijn. Veeleer lijken het elementen die de kruimels van de festivaltafels eten en het ongenoegen dat daaruit ontstaat compenseren door afbraak van alles wat (commercieel) succes kent.

Hoe dan ook, dergelijke vaststelling heeft mede geleid tot het aanvatten van een retorische analyse van Arthur Penns *Alice's Restaurant*. Een film waarvan men, gezien Penns voorgaande werken (*The Miracle Worker*, *The Chase...*) kon aannemen dat er enig engagement in zat. Dit werd overigens bevestigd door de kritieken die deze film als onderwerp hadden.

De intentie van dergelijk project is het vinden van een min of meer methodische vorm van analyse, op basis waarvan men gefundeerde uitspraken kan doen omtrent deze of gene film die pretendeert een bepaalde visie te bevatten. Het gaat erom te vinden welke middelen aangewend worden om deze visie in een film uit te drukken en op welke wijze men het publiek tracht te beïnvloeden.

Het betreft hier helaas geen prototype van objectief wetenschappelijk onderzoek. De nodige theoretische basis ontbreekt hiertoe. Daarbij is het nog de vraag of dergelijke theorie wel wenselijk is. Gezien de traagheid waarmee men in de sociale wetenschappen tot theorievorming komt en de snelheid waarmee deze weer wordt aangevochten is het erg waarschijnlijk dat men steeds op de realiteit ten achter zou zijn.

Een *retorische* analyse betekent in onderhavige studie dan ook niet veel meer dan het hanteren van een aantal begrippen en zienswijzen die toelaten te wijzen op een aantal middelen die een cineast hanteert om een bepaalde houding ten aanzien van een bepaald gegeven uit de realiteit te manifesteren en te propageren.

In deze presentatie van onze eindverhandeling zullen we het niet hebben over onze concrete analyse van *Alice's Restaurant*. We beperken ons hier tot enkele theoretische en methodologische principes én vraagstukken die bij een dergelijke analyse op de voorgrond treden.

2. Retorische activiteiten.

Wanneer een cineast zijn publiek in zijn houding tracht te beïnvloeden, is hij retorisch actief. Of deze beïnvloeding al dan niet gerealiseerd wordt doet er niet toe. Wel gaat het erom te achterhalen welke factoren deze beïnvloeding moeten realiseren. Dit is gezien de complexe structuur van een speelfilm een precare zaak.

Hoe dan ook, laten we ervan uitgaan dat een cineast met zijn film poogt te argumenteren voor een mentaliteitsverandering (bevestiging). Hij zal dan trachten via inzicht in een fictieve wereld de toeschouwer een andere kijk op de reële wereld aan de hand te doen. Zo zou een film waarin een waarderend oordeel over abortus wordt geveld een daling van het aantal ongehuwde moeders bewerken. Dat dergelijk effect door één film zou bewerkt worden is echter erg onwaarschijnlijk, doch onderzoek heeft uitgewezen dat cognitieve affecten op lange termijn zeker invloed hebben op de houding en het gedrag van individuen of groepen. Het voortbestaan van de censuur wijst trouwens op de angst die voor dergelijke effecten bestaat.

De reden waarom iemand die meent iets te zeggen te hebben over een of andere realiteit zich van *fictie* gaat bedienen ligt vrij voor de hand. Zijn eerste betrachting is het bereiken van een zo ruim mogelijk publiek. Fictie is hiervoor nog steeds het aangewezen middel. Wanneer een opinie aan een verhaaltje verbonden wordt is dit de meest ideale weg om voor een volle zaal te spreken. Heeft dit verhaaltje dan nog bepaalde vormkwaliteiten dan heeft men wat men noemt «kunst» geproduceerd. Men voert dan een (mogelijk) reële gebeurtenis ten tonele en plaatst hierin een reeks fictieve figuren. Via deze personages brengt men dan zijn ideeën ten gehore. Het gevaar schuilt ook hier in een klein hoekje. De kijker kan de mening toegedaan zijn dat alles wat hij ziet en hoort uit de duim van de cineast komt. Zo ontstaan dan misbegrepen kunstenaars, gedoemd om roemloos op een zolderkamertje weg te kwijnen.

Sinds het invoeren van de schoolplicht zijn echter steeds minder kijkers nog zo naïef, zodat de bewering dat dergelijke films een model bieden voor de manier waarop reële mensen zich zouden kunnen gedragen in soortgelijke situaties enigszins grondig is.

Duidelijk is alleszins ook dat een film slechts enige impact zal hebben via processen van *identificatie* en *projectie*. Wanneer een film beoogt via fictieve personages en handelingen model te staan voor een reële situatie dan houdt dit in dat men via deze personages een opinie zal demonstreren. De vraag is dan hoe men er de kijker toe zal brengen de opinie van het ene personage te waarderen en die van een ander te verachten.

3. Methodes en principes

De retoriek tracht een aantal variabelen te isoleren die kenmerkend zijn voor boodschappen die de ontvanger willen overtuigen tot een bepaalde opvatting of actie. Bevestiging van deze variabelen en eventuele effecten zou dan op experimentele wijze

kunnen gebeuren. Deze vorm van communicatie noemt Peters persuasief. Hij onderscheidt daarnaast nog twee andere vormen:

- Informatie: een zaak kenbaar maken door ze weer te geven en toe te lichten met louter cognitieve intenties.
- Evaluatie: men verschaft informatie samen met een waarderende toelichting.

Het is echter twijfelachtig of zuivere informatie bestaat. In de selectie van feiten schuilt dikwijls reeds een onuitgesproken waardeoordeel.

Onderzoeken we nu de communicatieve structuur van een speelfilm van naderbij.

De relatie tussen fictie en realiteit kan gelegd worden door het begrip model, in de zin van voorbeeld of illustratie.

Verder kan in een film een parallel getrokken worden tussen de fictieve en de reële gebeurtenissen. Er kan indirect naar een bepaalde realiteit verwezen worden; gebruikelijk is dan dat men een actueel thema in het verleden gaat situeren.

Een personage in een film zal zelden *nadrukkelijk* zijn houding ten aanzien van een zaak te kennen geven. Dit zou overigens dramatisch erg schraal uitvallen. Zijn houding zal blijken uit de confrontatie met een situatie en uit de daarop volgende reacties van het personage.

Filmbeelden beweren daarbij niets, ze tonen hoe iets is. De houding van de cineast kan dus in het beeld besloten liggen zonder dat dit als zodanig opvalt. Elk beeld bevat in zekere mate een zienswijze, dus een opinie, alhoewel dit ook weer niet mag overdreven worden. Dit maakt echter dat de film hoewel schijnbaar objectief, uiterst subjectief is en daardoor een ideaal propagandamiddel.

Verder kan een houding blijken uit *het acteren van de personages*, het *innemen van het standpunt* van een der personages (identificatie) door *commentaar*, door een *parallel te trekken* met een andere, al dan niet te waarden zaak.

Naast de weergave van een houding worden een aantal technieken gehanteerd die het publiek ontvankelijk moeten maken voor de boodschap. Dit gebeurt zonder dat enige nieuwe feiten of attitudes uitgedrukt worden. Peters noemt deze elementen *operatoren*, en acht dit een belangrijk studieterrein voor de retoriek.

Tot slot willen we nog even wijzen op de factor *humor* in de persuasie. Wanneer men beroep doet op humor om sympathie te winnen voor een bepaald personage en daarmee voor de houding door dat personage uitgedrukt, dan gebruikt men humor als een retorisch procédé. Humor pleegt onprettige zaken acceptabel te maken. Humor brengt vaste waarden op aanvaardbare wijze in diskrediet. De lach is een oplossing voor alles wat ons ongemakkelijk maakt.

In vele gevallen is de humor een vorm van agressie tegen personen of verworvenheden. Echte humor is agressief, maar spot tegelijkertijd met deze agressiviteit.

Omdat de zaken als niet-ernstig worden voorgesteld staat de kijker veel opener voor de gepresenteerde ideeën. In een aantal gevallen is humor moraliserend van aard, in die zin dat woede, erotiek, macht en andere anti-sociale gevoelens belachelijk worden voorgesteld. De comedie presenteert daarbij een vrij realistische wereld met topics die ons direct aangaan.

Humor kan naast amusement dus een dosis informatie en waarderingen bieden. De humoristische vorm moet deze dan aanvaardbaar maken bij het publiek. De mate waarin de realiteit sterker doordringt dan de schijn bepaalt dan de retorische potenties van deze vormaanwending.

(ADVERTENTIE)

Wij zijn de best gedrukte krant van 't land; zuiver, op kwaliteitspapier, met uiterst verzorgde vormgeving en perfecte foto's. Alleen wij verschijnen in 4-kleurendruk. Ook wij geven dus voorkeur aan het beste. Natuurlijk zijn wij maar één onder de vele, toch zijn wij in alle opzichten superieur... onze krant wordt gemaakt voor de alles-eisers.

**BENT U
ER ZO
EEN?**



De grootste regionale krant in België
HET BELANG VAN LIMBURG
Dagelijks meer dan 300.000 lezers

Redactie en administratie:
Herckenrodesingel 10, 3500 Hasselt Tel. 25.09.11