

uit de literatuur

FILM

Michael KUBALL,

Familienkino: Geschichte des Amateurfilms in Deutschland, 1: 1900-1930, 2: 1931-1960,

Rowohlt Taschenbuch Verlag, Reinbek bei Hamburg, 1980, 380 blz., geïll.

De Westduitse televisie heeft enige tijd terug (december '78-Januari '79) een zevendelige programmaserie uitgezonden over de geschiedenis van de amateurfilm in Duitsland. Michael Kuball, één van de makers van deze TV-productie, heeft het overvloedige feitenmateriaal chronologisch gerangschikt en journalistiek herschreven, waaruit een levendig- en volumineus historisch overzicht van de Duitse amateurfilm is ontstaan. De auteur heeft zijn filmkroniek geïdentificeerd als «Familienkino» omdat het gezinsleven het thema bij uitstek blijkt te zijn bij de amateurfilm.» In Mittelpunkt der ganzen Filmerei stand die Familie. So wurden im Verlauf der Jahre Tausende Meter Film belichtet, der die Entwicklung der Familie fast lückenlos zeigt».

Kuball heeft de authenticiteit van zijn filmgeschiedschrijving extra kracht willen bijzetten door de becommentariërende teksten van iedere nieuwe ontwikkelingsfase rijkelijk op te vullen met illustratief fotomateriaal en met dito overdrukken van relevante eigentijdse tijdschriftenartikelen. In het decennium na de eerste wereldoorlog blijft de amateurfilm niet uitsluitend beperkt tot de familiefilm maar wordt door politiek geëngageerde groeperingen steeds frequenter gebruikt als een belangrijk strijdmiddel. In de jaren dertig kent de amateurfilmbeweging een belangrijke internationale expansie. Vanaf 1931 wordt door de UNICA (=Union Internationale du Cinéma d'Amateur) jaarlijks een internationaal amateurfilmfestival georganiseerd.

Het overzicht van de amateurfilmbeweging in Duitsland wordt vervolledigd door een historiek van de technische ontwikkeling van het medium, waarbij ruime aandacht besteed wordt aan de diverse formaten (8 mm, super 8, 9, 5 mm, 16 mm, 17,55 mm, 35 mm) evenals aan andere technische innovaties zoals kleur en geluid.

K.H.

John Russell TAYLOR,

Die Hitchcock Biographie,

Carl Hanser Verlag, München/Wien, 1980, 402 blz., geïll.

Wolfgang LIMMER,

Rainer Werner Fassbinder, Filmemacher, Rohwolt Verlag, Reinbek bei Hamburg, 1981, 224 blz., geïll.

De film literatuur heeft in haar veelzijdige benadering van het filmwezen steeds voldoende ruimte gelaten voor een biografische doorlichting van de filmvedetten. Vooral in het Duitse taalgebied blijven vele uitgeverijen die op filmgebied enige betekenis hebben, een bijzondere interesse betonen voor het levensverhaal van de filmartiesten dat meestal in een vlotte romanstijl wordt uitgeschreven.

Het filmisch oeuvre van Alfred Hitchcock is in het verleden vaker geanalyseerd geworden maar de studie van John Russell Taylor, de bekende filmcriticus van de 'Times',-originele titel: «Hitch. The Life and Work of Alfred Hitchcock» 1978 - heeft dankzij de hechte vriendschap tussen de auteur en de cineast veel dieper kunnen peilen naar de persoonlijke gevoelens van Hitchcock die een onmiskenbare weerslag hebben gehad op zijn cinematografische benaderingsstijl. Aan de hand van herhaalde contacten met de cineast heeft Taylor het abundantie filmwerk van Hitchcock kunnen reconstrueren, waarbij een duidelijk onderscheid gemaakt wordt tussen de Britse filmperiode die eindigt in 1939 en het Hollywoodtijdperk waarin de cineast zijn absolute glorie heeft bereikt. De Duitse versie van deze Hitchcockbiografie is op de markt gebracht enkele weken na het overlijden van de filmmaker.

Rainer Werner Fassbinder is ongetwijfeld de voornaamste representant van de 'jonge Duitse film'. Wolfgang Limmer heeft het levensverhaal van Fassbinder neergeschreven in een authentieke interviewstijl waarbij de auteur het oeuvre van de cineast gedeeltelijk meent te kunnen verklaren vanuit zijn psychisch, vaak neurotisch gevoelsleven. De biografie van Fassbinder wordt afgerond met een documentair gedeelte waarin chronologisch de cast en de thematiek van al de theater- en de filmwerken van de kunstenaar worden geresumeerd.

K.H.

Curt RIESS,

Die Geburt der Illusion. So wurde Hollywood,

Universitas Verlag, München, 1980, 200 blz., geïll.

Curt Riess die na de explosie van het nationaal-socialisme in Duitsland door 'Paris Soir' wordt geëngageerd als film- en theatercriticus, heeft reeds in 1957 met zijn filmhistorische beschouwingen over de Duitse film na 1945 («Das gab's nur einmal») definitief een plaats veroverd bij de populariserende filmgeschiedschrijvers.

In zijn recent werk wordt in een vlotte journalistenstijl een amusant verhaal opgebouwd over Hollywood in zijn stomme filmperiode. De analyse van de industriële groei van de Amerikaanse film wordt rijkelijk doorspekt met diverse illustraties en anecdotische biografieën van de filmvedetten uit de beginjaren (Griffith, De Mille, Pickford, Chaplin,

Valentino...) die uiteindelijk de massale uitbouw van het Hollywoodspektakel hebben mogelijk gemaakt. Curt Riess geeft aan zijn Hollywoodroman een sterk nostalgisch einde waardoor het Amerikaanse filmsprookje nimmer zal terugkeren. - «Hollywood als eine eher märchenhafte Oase, in der es sich gut leben liess-das ist gewesen».

K.H.

Willi BÄR & Hans Jürgen WEBER,

Fischer Film Almanach 1980,

Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt am Main, 1980, 217 blz., geïll.

Met het voorliggend document heeft het 'Jahrbuch Film' van Hans Günter Pflaum (Carl Hanser Verlag), dat sedert 1977 een globaal overzicht probeert te brengen van de film- en televisieactiviteiten in Duitsland in het voorbije jaar, een ongevaarlijke concurrent bijgekregen. In tegenstelling tot het jaarboek van Pflaum, waarin het fenomeen film vanuit diverse invalshoeken (economisch, politiek, esthetisch) wordt geëxploreerd, blijft de 'Fischer Film Almanach' beperkt tot een filmografische opsomming van de commerciële films die in het afgelopen jaar in de Duitse bioscopen of op het Duitse TV-scherm in roulatie werden gebracht. De samenstellers van de filmalmanak zijn er zich blijkbaar van bewust dat de lezer via deze alfabetische filmlijst erg summier geïnformeerd wordt over de globale situatie van de Duitse cinema. Daarom wordt in een apart hoofdstuk ruime aandacht besteed aan het vernieuwde filmsubsidiebeleid in de Duitse Bondsrepubliek, een filmpolitiek thema dat de jongste tijd vaker in de belangstelling heeft gestaan.

K.H.

TELEVISIE

Nico SCHEEPMAKER,

Het meest bekeken programma - 25 jaar NOS-journaal,

Strengholt, 1981, Naarden, 159 p.

Op 5 januari 1956 werd het eerste TV-journaal in Nederland uitgezonden. Deze blijde gebeurtenis viel samen met de eindstrijd om het nationaal schaakkampioenschap, waarin oud-wereldkampioen en challenger Max Euwe de titelverdediger Jan Hein Donner versloeg en zodoende opnieuw kampioen van Nederland werd. Dit sportief evenement zou de eerste aflevering van het journaal volledig domineren; voor ander nieuws bleef men aangewezen op radio en dagbladen. Pas jaren later trad hierin verandering op: waar het journaal tot dusver uitsluitend bestond uit bewegende beelden, deed een nieuwslezer zijn intrede en kwam

meteen de dagelijkse actualiteit beter uit de verf.

Ondanks tal van onvolkomenheden groeide het TV-nieuws in enkele jaren uit tot het meest bekeken televisieprogramma in Nederland (kijkcijfer in 1958: 97%). Nico Scheepmaker, televisiecriticus en o.a. bekend om zijn stukjes in Vrij Nederland, heeft voor de gelegenheid wat rondgescharreld in deze 25-jaar oude nieuwsgeschiedenis. Het resultaat is een vlot geschreven verhalenbundel, met een vleugje spanning er bovenop en vaak met oog voor het anecdotische.

W.S.

L. DERKSEN

Puin Ruimen,

Uitgeverij Teleboek, Bussum, 1981, 191 p.

Het schijnt in Nederland gewoonte te worden columns op elk gebied (en zeker die op televisiegebied) te bundelen in een boek. Zo ook de opstellen van Leo Derksen over televisie in «De Telegraaf» en «De Courant / Nieuws van de dag». «Wie maar lang genoeg over televisie schrijft, krijgt steeds meer het gevoel, dat hij bezig is puin te ruimen. Want wat doet een televisiecriticus anders dan kritisch alle spookbeelden die hem vanuit Hilversum worden toegezonden te volgen, om er dan stevig zijn tanden in te zetten? En wanneer hij dat, zoals Leo Derksen, doet met humor en lichte spot (sic!), blijft er van menig heilig huisje weinig meer over. Je moet tenslotte eerst slopen, wil je later puin kunnen ruimen.»

Dat is mooi geschreven boven het fotootje van meneer Derksen op de achterkant van het boek. Maar bij het lezen van het boek krijg je de indruk dat de verkeerde tekst is afgedrukt. Derksen gaat nauwelijks in op het medium televisie. Na lezing ben je geen cent wijzer over het Nederlandse omroepbestel, laat staan dat je weet waar de schoen wringt. Hier is geen sprake van het volgen van spookbeelden, hier is geen sprake van heilige huisjes, waar weinig van over blijft. Hier is alleen sprake van het bevestigen van het «Gesundenes Volksempfinden», dat heel goed aansluit bij de opvattingen van de gemiddelde Telegraaf-lezer, over de VARA, over werklozen, die liever profiteren van de sociale voorzieningen dan werken, over sympathisanten met de derde wereld en andere spoken die het leven van Derksen klaarblijkelijk bedreigen.

Ooit heeft de TV-criticus van het Nederlandse regionale «Dagblad de Stem», Johan Diepstraten, een aantal van zijn kritieken gepubliceerd onder de titel: «Zonde van het papier». «Puin ruimen» is pas écht zonde van het papier.

A.V.P.

MEDIA: NEDERLAND

Jo BARDOEL, en Jan BIERHOFF, (red.), **Media in Nederland**, Van Gennep, 1981, Amsterdam.

Deel 1: **Omroep, film, nieuwe media, invloed**, 247 p.

Deel 2: **Pers, boeken, informatiestromen, reclame**, 244 p.

'Media in Nederland' is een rapport zoals er helaas te weinig verschijnen. De samen-

stellers, beiden experts in massacommunicatie en respectievelijk beleidsmedewerker bij de NOS en docent aan de School voor Journalistiek te Utrecht, ogen wat bescheiden naar de geïnteresseerde mediaconsument: zij hopen met hun reader een 'inleidend en overzichtelijk handboek' af te leveren ter educatie en vorming, maar ook de verder gevorderde vakman steekt er heel wat bij op. 'Media in Nederland' is ook niet uitsluitend geschreven voor Nederlanders, zoals de titel van beide boekdelen ten onrechte laat vermoeden. Weliswaar dient de Nederlandse mediasituatie als vertrekpunt en in diverse bijdragen wordt die vaderlandse toestand meer in detail ontleed. De mechanismen die de bewustzijns-industrie draaiende houden, blijken echter een universele gelding te hebben en bv. evengoed de problemen uit te leggen waarmee we al decennia lang in België geconfronteerd worden. Commercialisering, verrossing, hegomonie van het Westerse (en vooral Amerikaanse) nieuws- en filmaanbod, de popindustrie, nieuwe media (kabel, teletext, viewdata, TV-satellieten), kleinschalige informatie (radio, streekbladen), persconcentratie, de boekenmarkt, reclame... wie zal beweren dat de wetmatigheden achter deze (uitvoerig geïllustreerde) verschijnselen enkel fungeren binnen bepaalde landsgrenzen?

De samenstellers zelf wijzen op de grondige media-ontwikkelingen die zich tijdens de afgelopen twee decennia gemanifesteerd hebben, en dit op drie niveaus. Aan de kant van de productie moest de godsdienstige en ideologische inbedding in een alsmar sneller tempo plaats maken voor de optreedende commercialisering, produkt van een enorme vrije tijds-industrie, die de ontspanning na gedane arbeid tot winstobject maakte. Een van de meest frappante uitingen van het sterker commercieel en marktgericht opereren van de mediabedrijven is het streven naar grotere productie-eenheden. De persconcentratie, die inmiddels grotendeels voltooid is, staat daar model voor. Daarnaast leidde de slag om de kijk- en leescijfers tot het vervaardigen van grootste-gemene-deeler-produkten, gericht naar een zo breed mogelijk consumentenpubliek en met het overslaan van alle levensbeschouwelijke en politieke barrières. Op dit vlak, het niveau van het media-aanbod, bevinden zich de talrijke roddel- en human interest-bladen, of de vertroste programma's op radio en televisie. De derde deelgenoot in het mediabedrijf, het publiek, staat er inmiddels ontredderd bij. De diverse media (krant/weekblad, radio, film en vooral televisie) hebben op een brutale wijze beslag gelegd op zijn doorheen de jaren toegenomen vrije tijd ('De TROS is er voor U!'). De lezer/kijker heeft daar gretig op ingepikt en lijkt van zijn krant of TV-toestel ook weinig meer te verwachten dan louter verstrooiing. Of is het eerder aangewezen te spreken van kunstmatige communicatiebehoefte, uitgelokt door een media-industrie die het publiek enkel beschouwt als een reservoir van consumptiekrachten?

Bierhoff en Bardoele wijgeren echter de onmondigheid van de mediaconsument als een vaststaand gegeven te beschouwen. Op termijn (maar de auteurs stellen voorzichtigheidshalve dat dit wel de nodige jaartjes tijd vergt) moet er een intensere betrokkenheid tot het mediagebeuren groeien bij de

afnemers. Voorwaarde hiertoe is een grotere basiskennis van het communicatiebedrijf, hetgeen op zijn beurt veronderstelt dat er werk wordt gemaakt van een serieuze media-opvoeding, liefst vanaf het prille begin in de school. Hieruit moet een ruimere competentie bij het publiek voortvloeien en dat kan uitmonden in diverse vormen van actieve opstelling; oprichten van lezerscomités, gebruik maken van het lidmaatschap bij de omroepen om mede-bestuursverantwoordelijkheid op te eisen, groepswijze appellieren aan de overheid, tot en met het in eigen beheer vervaardigen van informatie-produkten langs eigen kanalen. Tegelijkertijd krijgt de overheid de dringende wens zich ingrijpender bezig te houden - in het belang van de consument - met het media-probleem in plaats van willoos de gebeurtenissen te ondergaan (onze Belgische regering kan alvast de boekjes bestellen).

Tenslotte mag er voor de auteurs een pluim af omdat 'Media in Nederland' niet alleen een leerboek, maar ook een leesboek geworden is (een voor vaklui helaas moeilijk te realiseren combinatie). Voor de volledigheid hun namen op een rijtje: Jo Bardoele, Jan Bierhoff, René Sterk, Peter Vasterman, Frans Crone, Jan Heijs, Paulien Terreehorst, Theo Van Steegeren, Ben Manschot, Jan Rogier, Pieter Van Waesberghe, Addy Kaiser, Sjef Bogman, Anthony Mertens, Chris Vos en Cees Hame-link

W.S.

CARTOON

Randall P. HARRISON

The Cartoon.

Communication to the Quick,

Sage, Beverly Hills/London, 1981, 152 blz., geïll.

Hoewel cartoons gewoonlijk slechts vluchtig worden bekeken, kunnen zij toch veel informatie meedelen. Een doorgedreven vereenvoudiging en een overdrijven van bepaalde elementen uit de werkelijkheid zijn de hoofdkenmerken van de cartoon. Harrison maakt een onderscheid tussen de politieke, de instructieve, de louter humoristische, de verhalende en de commerciële cartoon. Hij overloopt in het kort het ontstaan en de ontwikkeling van al deze vormen. Zowel de primitieve schetsen, die 4000 jaar voor Christus op de rotswanden werden getekend, als de computergrafieken van nu komen aan bod. Vooral aan de pioniers van de verschillende genres en vormen (zoals van het «tekstballonneetje») wordt aandacht besteed.

Hij inventariseert de verschillende wetenschappelijke onderzoeken die aan de cartoon gewijd werden, zowel vanuit artistiek, psychologisch, sociologisch als communicatie-wetenschappelijk perspectief. Bovendien stelt hij een aantal «cartoontopics» voor, die om nader onderzoek vragen.

Zelf analyseert hij de code van de cartoon. Hij toont aan welke technieken de tekenaar hanteert in het scheppen van een driedimensionele illusie, het suggereren van de verschillende emoties en het creëren van een beweging.

Hijzelf typeert het boek als een cartoon in de oorspronkelijke betekenis van het woord, d.i. een eerste schets, die nog nader moet uitgewerkt worden.

L.D.

OPNIEUW VERKRIJGBAAR (2de DRUK) :

TELETEKST

en

VIEWDATA

een exploratie in het domein van de telematiek.

Dirk DE GROOFF
o.l.v. Prof. dr. G. FAUCONNIER

645 blz.

1475 BF

INHOUD:

Technische achtergronden — Bestandsopbouw en zoekprocedure — Terminologie — Andere nieuwe media — Typologie van de nieuwe media — Belangengroepen: motieven en problemen — Ontwikkeling in een aantal landen — België: aspiraties en perspectieven — Functies en toepassingsmogelijkheden — redactie: kosten en beleid — Relatie met de traditionele media — Sociale implicaties

Bestelbon

GRAAG ONTVANG IK.....EXEMPL. VAN "TELETEKST en VIEWDATA".

NAAM

ADRES

CeCoWe
K.U.Leuven
E. VAN EVENSTRAAT 2A
3000 LEUVEN

tel.: (016)22.10.70
storting bankrekeningnr. 431-0370172-87