

1. R. Chirat, *Catalogue des Films Français de Long Métrage*, 1929-1939. Cinémathèque Royale de Belgique, Brussel 1981.

2. D. Paini, G. Scarpetta, 'Jean-Luc Godard: la curiosité du sujet', in: *Art Presse*, dec. 1984-jan.-febr. 1985, nr. 4 (buiten reeks).

3. J.-C. Coquet, 'De Parijse School (III)', in: *Versus*, 1/1987; zie ook: E. Poppe, 'De semiotische verhaalanalyse: het narratieve schema', *Versus*, 1/1986, p. 76.

4. Ch. Metz, *Langage et Cinéma*. Parijs (Editions Albatros) 1977.

5. De titel van een beroemde en populaire filmrubriek op de Franse televisie. De presentator ervan, Pierre Tchernia, werd vereenzelvigd met de titel: 'monsieur Cinema'.

6. Samy Szlingerbaum, een Belgische filmmaker, realiseerde samen met Chantal Akerman de korte film *LE 10 DU 8* en een mooie lange speelfilm, in de jiddische taal: *BRUXELLES TRANSIT*. Hij sloeg vorig jaar de hand aan zichzelf.

Eric de Kuyper

Flow (IV)

I

Het Medium wil weleens de indruk wekken dat het een belangrijke rol speelt en zelfs een sleutelpositie inneemt in de hedendaagse beeldcultuur. Ik betwijfel dit vaak; of beter gezegd, ik heb de neiging om daar kanttekeningen bij te maken. Ik vraag me namelijk af of het Medium wel een *Beeld-Medium* is. Zo weinig van wat op het scherm verschijnt heeft wat met *beelden* te maken. Het zal allemaal wel erg *visueel* zijn wat daar stroomt, maar of het ook nog iets met 'beelden' te maken heeft, is maar de vraag.

Deze indruk is vrij algemeen, ik geef dat toe. Maar er zijn ook aspecten waar ik meer concrete bedenkingen bij heb.

Ik ben er steeds door verrast dat de invloed van het Medium op onze beeldculturele environment zo schraal is, zo goed als nihil is. En als die er al is, dan is die invloed van zo'n twijfelachtig niveau dat je nauwelijks durft te spreken in termen van 'cultuur' (wat voor mij toch steeds een zekere graad aan kwaliteit veronderstelt.)

2

Om maar eens een voorbeeld te geven. Neem nou: de stoel. Mensen zijn voor het Medium onmisbaar voer, en vooral pratende mensen. Ik vind dit, zoals ik reeds eerder schreef in deze reeks, niet per definitie een betreutswaardig verschijnsel.

Het kenmerkende van pratende mensen is dat ze meestal ook *zittende* mensen zijn. Als men zit praat men makkelijker, en het Medium houdt van ongedwongenheid en vlotheid, van de spontane getuigenis en bekenenis. Zitten nu doet men meestal op stoelen. En als men een lekker zittende *stoel* heeft, dan wil het wel eens dat men nog vlotter en meer ontspannen praat. Zo eenvoudig is het! De stoel is dus een wezenlijk,

onmisbaar attribuuft van het Medium. De vraag die ik nu durf te stellen is (als dan al het Medium een markant scharnierstuk is in de beeldcultuur van nu): wat heeft de televisie sedert de drie à vier decennia dat zij bestaat, bijgedragen aan de zit-cultuur? Heeft het dat probleem van 'het zitten voor een camera, al dan niet in een studio' voor zichzelf, in eigen visuele termen en vormen weten op te lossen? En, als dat zo is, hebben deze specifieke tv-oplossingen ook iets bijgedragen aan onze stoelen-cultuur? Kortom, de vraag die ik hier stel, is er een van design. En wel van fundamentele aard, het Medium wordt immers dagelijks, onder alle soort van situaties gedwongen om zich uiteen te zetten met het probleem van het zitten.

'Er zullen wel stoelen nodig zijn zeker?' wordt plots nog bedacht. 'Moeten er niet een paar stoelen bij?' wordt spits opgemerkt. Of iets langer vooraf wordt gedacht: 'We hebben fauteuils nodig die in het decor passen.' Of nog preciezer en vorm-bewust: 'Maak het maar gezellig met een paar stoelen en tafeltjes!'

Niet in het slechtste geval beslist men dat er 'een zeer mooie of aparte stoel moet zijn', immers men wil het desbetreffende programma een speciaal cachet geven. Dan wordt er echte 'design' gehuurd of gekocht. Een paar Thonet-stoelen worden aangesleept; of een Hoffmann-stoeltje, of wie weet wel een Rietveld of een Mackintosh, of een Starck. Soms zijn dat uiteraard mooie en historisch waardevolle ontwerpen. Maar zitten doe je er niet per definitie steeds goed in en ze zien er ook niet altijd op hun voordeligst uit op het beeld of in dat specifieke decor.

Goed zitten is trouwens een zeer persoonlijke aangelegenheid, die te maken heeft met het type lichaam. Voor elk type lichaam bestaat er een type stoel, en zoals schoenen en broeken maar in beperkte mate van persoon tot persoon inwisselbaar

zijn, heb je 'maten' bij stoelen. Er zijn wel stoelen waar iedereen min of meer goed, min of meer slecht in zit, zoals slippers ook bijna iedereen passen. Maar dat heeft een 'veralgemend' ziteffect, een soort doorsnee gemakkelijheid-ongemakkelijheid waar we ons dan bij neerleggen (zetten).

Het ergste valt te verwachten wanneer het Medium een inspanning doet op creatief vlak. Er wordt bijvoorbeeld een zeer ingenieus decor gebouwd, met allerlei curieuze blokken en grillige uitsteeksels, waarvan er sommige tot zitgelegenheid verklaard worden. De professionelen die vanuit zulke posities hun werk moeten doen, zijn te beklagen. Geen wonder ook dat ze er zo vaak uitzien als poppen die daar gedropt worden. Nog meer te beklagen zijn de 'gewone mensen', van wie men toch blijft verwachten dat ze in natuurlijke houdingen gaan zitten en ontspannen praten.

Zo gaat het er dan aan toe: mevrouw X. wordt op een met hoogpolig 'Rock of Gibraltar' bekleed verhoog geplaatst. Spot op haar; gefixeerd door de camera-blik; vastgenageld door de snoeren van de microfoons vraagt de interviewster haar op indringende wijze, doch met een prop in de keel: 'Mevrouw X., kunt u mij vertellen waarom u zeer oprecht de mening toegedaan was dat u een eind moest maken aan het pijnlijke leven van uw moeder? Kortom, kunt u onze kijkers thuis vertellen, waarom u overgegaan bent tot het plegen van wat in wetenschappelijke termen 'euthanasie' genoemd wordt?'

Overdrijf ik? Bij dit Medium kun je nauwelijks overdrijven! Het is allemaal te mooi, te echt om waar te zijn.

Er blijkt nog weer eens uit dat het Medium wel veel beroep doet op mensen, maar geen respect heeft voor de mens. De mens is beeldvoer. Het zijn allemaal figuren; de ene is iets meer bekend dan de

andere; de ene iets populairder dan de andere.

(Toen ik zelf op de televisie-praatstoel zat, bracht ik steeds mijn eigen stoel van thuis mee. Niet enkel als protest tegen het cultuurbarbarisme van het Medium, maar gewoon ook om in staat te zijn mijn presentatiewerk naar behoren te kunnen doen.)

Neen, tot dit besluit vrees ik dat we moeten komen: het Medium heeft onze zitcultuur niet verrijkt met fraaiere en betere modellen; het Medium heeft voor zichzelf niet eens over de kwestie nagedacht, laat staan er voor eigen gebruik een oplossing voor bedacht.

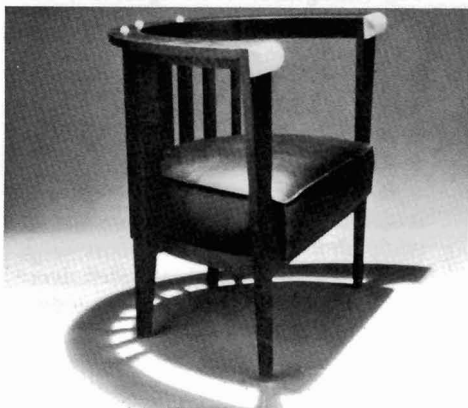
En nu heb ik het nog maar alleen gehad over de 'stoel'!

3

Laat ik nog even blijven stilstaan bij het onderwerp 'mens op de buis', waar zo kwistig mee omgesprongen wordt. Heeft het Medium een specifieke stijl, een aparte, eigen manier gevonden om 'mensen in beeld te brengen'? Ik zag onlangs de serie over de geschiedenis van de televisie, en het viel mij op hoe vaak de geïnterviewde personen half voor een venster de camera te woord stonden. Wat mij ook opviel was telkens het 'truttige' van die achtergrond: een radiator, een vensterbank met een onbenullig vaasje, asbak of plant. Op zich stoort me dat truttige niet; voor mij hoeft Walter Cronkite niet voor een chique gedrapeerde wand. Wat me wel verrast is dat niemand van de televisiemakers dit is opgevallen. Dat ze van deze omgeving geen visueel tekenend onderdeelje gemaakt hebben; kortom, dat ze er geen beeld van gemaakt hebben. Kun je je voorstellen wat Fassbinder hiermee gedaan zou hebben? Bijvoorbeeld.

4

Er wordt een hele reeks van verantwoordingen, excuses, terechtwijzingen op je afgevuurd als je in deze richting durft te pra-



ten, (het Medium heeft een ontzettende rijke catalogus aan zelfverdedigingsmechanismen, aan excuses en verantwoordingen die ver boven de catalogus van een vijfjarig kind uitstijgen qua aantal en subtiliteit!): het Medium is publieksgericht en moet scoren; het heeft geen tijd, geen geld, geen zin, enz.... voor esthetische verfijning. Kortom, dat is haar taak niet.

Ik neem dit argument à la lettre, en plaats daar een tegenvoorbeeld tegenover.

De gekleurde bijlagen van de Engelse of andere zondagskranten of weekbladen zijn ook publieksgericht. De *Sunday Times* bijvoorbeeld heeft een oplage van 1.267.000 en sedert vijftientig jaar een kleurenbijlage die afgestemd is op informatief visueel amusement. Een beetje vergelijkbaar dacht ik toch met wat het Medium doet. Wat echter opvalt is niet enkel de kwaliteit van de fotografie, maar het feit dat er zo iets als een zeer aparte stijl ontstaan is, waar vele fotografen aan meegewerkt hebben. Op het vlak van de portretfotografie van beroemdheden of van fotografie van gewone mensen – ook in de bijlagen een geprivilegieerd onderwerp – is er, dank zij het werk van Lord Snowdon, Eve Arnold, David Bailey, David Montgomery, enz., een totaal nieuwe stijl ontstaan. Het is niet mijn bedoeling om dit hier te analyseren, maar in de kleurenbijlage van de *Sunday Times* is er in de loop van die kwart eeuw een andere manier ontstaan waarop er naar mensen gekeken wordt, met mensen door een fotograaf omgegaan wordt.

Het equivalent bij het Medium valt niet te constateren. Mensen, gewone mensen evenals beroemdheden, worden voor een camera neergezet of komen naar de camera toe, en verder gebeurt er niets mee. Toch zonde vind ik dat er niet zo iets als een creatieve prikkel, een visuele spanning ontstaat tussen hen en wij, tussen de mensen voor de camera en de mensen erachter.

5

Wat ik hier aanklaag is niet dat er geen creatief visueel talent aanwezig zou zijn bij het Medium. Dat is er in voldoende mate, en het verbaast me steeds opnieuw hoeveel talentrijke mensen er werken bij televisie. Maar wat mij ook steeds opvalt, is hoe minmaal zij hun talent mogen en kunnen en op de duur ook weten te benutten. Er zijn belist mensen die het ontzettend boeiend zouden vinden om stoelen te ontwerpen, of om mensen in beeld te brengen. Maar om de een of andere reden 'wil men het niet', 'wil het televisiesysteem het niet'. Trouwens, laat Snowdon of Bailey, laat Fellini of Godard, laat cameramensen zoals Alekan of Almendros werken bij de televisie (ik schrijf niet voor) de televisie, en binnen de kortste tijd vallen ze niet of nauwelijks meer te onderscheiden van hun collega's. Het Medium doodt niet elke vorm van talent, maar verstikt het, doet het tot een kramp verworden, maakt er iets onnatuurlijks van, waarvoor de bezitter ervan zich moet schamen. 'In naam van het publiek', dat er zich toch niet veel van aantrekt. Zoals dit zich niet veel vragen stelt bij de 'weekly' van de *Sunday Times*: als het er maar verrassend, verschillend, prikkelend uitziet. Daarom vindt de kijker ook clips en spots aantrekkelijk of op z'n minst niet onaardig. Daarom ook dat het Medium als het dan al een creatieve inspanning wil doen, die ideeën jat die het zelf vanuit de hoogte en op afstand bekijkt en beoordeelt. De ideologie van het Medium is doordrongen van een soort calvinisme en schoolmeesterachtigheid; alsof de pioniers allemaal behoorden tot de klasse van padvinders, oude vrijsters, bibliothecarissen, kruideniers, predikanten, fatsoensrakkers, bonte-avondvoluntairs, postbedienden, kroegbazen... Kortom niet de doorsneebevolking, maar de crème de la crème uit de bevolking, die precies gekarakteriseerd wordt door totale vreemdheid met een menselijk verschijnsel

als verbeelding en creativiteit. Het systeem dat opgebouwd werd is zo waterdicht en ook internationaal beveiligd tegen elke vorm van wijzigende corruptie, dat het niet moet verbazen dat het Medium zijn taak in de hedendaagse cultuur van het beeld als iets vanzelfsprekends ziet. Omdat het er is. En dat verdere vragen over stoelen en mensen, gereserveerd blijven voor de eigenzinnige kijker die zich daarover vragen durft stellen!

6

Ik wil eerlijk zijn. Ik geloof wel dat er een gebied is waar de invloed van het Medium in ons visueel environment zichtbaar is geworden, namelijk de uitstraling van het televisie-decor of op z'n minst een bepaald type televisiedecor (waarvan de reeds eerder aangehaalde 'Rock of Gibraltar' een idee gaf).

Maar eerst een mooi citaat uit een roman van Barbara Pym: 'The credit titles began to roll up and I saw to my surprise that the designer was my sister's boyfriend, Gary Carter, Gary, then had been responsible for, had "designed" the setting for Crispin's talk - the heavy "primitive" table, with the dark-coloured carafe and glasses reminiscent of Casa Pupo and containing... what? "Rough red wine?" I suggested, as I pointed this out to Alan. "Water, I should think. Do they call that designing? It hardly seems worth mentioning."

"Well, it's gratifying to see Gary's name, isn't it. I must remember to tell Sue when I write". (uit: *An Academic Question*)

Waar de heldin van Barbara Pym het over heeft, is gewoon een doorsnee-set. Waar ik het over wil hebben is het dure, lang vooraf geconcepieerde luxe-decor. Het valt moeilijk te beschrijven, daar het bestaat uit blokige volumes, hoekjes en kantjes, zitjes en trapjes, die het gelijktijdig groot en gezellig willen maken, functioneel modern en toch niet kil, waar de rollen van de gebruikers zo-

wel discreet aangegeven worden (dit is de plek voor de presentator; hier komt een variété-nummer; daar worden de kandidaten tentoongesteld; verder is er ruimte voor het publiek) als bijna onzichtbaar in elkaar overvloeien. Aan de ruimtelijke indeling valt niet veel kop noch staart te bespeuren; er is ook niet zoiets als een richting of een referentiepunt; het heeft allemaal eerder iets van een open doolhof, een knus labyrint. (Toeval: de credits van de reeds geciteerde reeks over de geschiedenis van het Medium vertonen een labyrintmotief, waarin de camera eerst dwaalt om uiteindelijk het geheel te overzien en van bovenaf te controleren.)

Die specifieke televisieruimte, waar de angst voor de 'vide' van de studio gelijke tred houdt met de obsessie voor het opvullen ervan door volumes, een televisie-ruimte die alle karakteristieken heeft van de non-ruimte (je hoeft je er maar in te bevinden om op een akelige manier gewaar te worden dat deze ruimte niet bestaat, een en al 'decor' is), valt moeilijk te beschrijven met onze traditionele ruimtelijke begrippen. Maar dat hoeft ook niet; eenieder over de gehele wereld kent dit soort ruimte: het is het design van het hedendaagse bankkantoor.

Vlak om de hoek, op het plein daar, zijn een paar van dit soort exemplaren. Je glijdt er binnen (ontvankelijkheid) en bevindt je in een 'no man's land'. Een soort vacuüm. Of een aquarium. Je kunt alle kanten op. Geen enkele richting is dwingend: of het nu de hypotheek, de verzekering, het toerisme, of de dagelijkse financiën betreft, alles is bereikbaar, niets dringt zich op ten koste van andere functies. Tussen het personeel en de klanten is er nauwelijks verschil. De bedienden zitten niet achter zware balies, grinnikken niet achter dubbele, met zwaar glas beveiligde loketten. Nee hoor, ze lachen je toe vanachter een tafeltje; naast een of andere exotische plant, tussen de kleur-

rijke folders. Aan de rijen kun je echter merken waar jouw plaats als klant is: achter een andere klant. Het licht is diffuus, de vloer gaat over in zijtes: het is zacht lopen, het is zacht zitten. Het is ook zacht praten. Geld – dat waar het hier om gaat – wordt zo discreet mogelijk behandeld. Als het ware terloops. Het komt uit de hemel glijden in een discreet kokertje; het verdwijnt weer beladen de lucht in. Geld heeft kleur noch geur. Alle scherpe kantjes en botte hoeken zijn door de designer weggewerkt: het is hier een en al ronding. Maar ook niet té: tenslotte is dit geen pretpark waar je in het geld komt wentelen. Neen, het moet het midden houden tussen vlotheid en dwang, tussen souplesse en transactie. Geen enkele barrière; alles is makkelijk te overbruggen, te overhoren, te overzien. Afen toe een discrete oogwenk: 'blijf achter de gele streep staan', zo kan de vorige klant iets meer privacy genieten. Wie echter helemaal afgestemd is op privacy 'kan gebruik maken van onze privé-onderhandelkamertjes'. Hier en daar ook een monitor, met het boeiende programma wat op dat moment de ether in is: de beurskoersen. En wellicht ook hier en daar discreet weggewerkte camera's.

De bank is een ideaal televisiedecor; het prestigieuze televisiedecor kan zo omgetoverd worden in de ideale bank. Het is moeilijk te zeggen wie op wie, wat op wat invloed heeft gehad. Dit is trouwens een karakteristiek voor het verschijnsel beïnvloeding: als er diepgaande effecten gesorteerd zijn, kan de oorsprong niet meer nagegaan worden. Zo ook in het geval van onze televisie-bank-architectuur. Het mooiste tegenbewijs dat er zo iets als tv-beeldcultuur bestaat; of bank-beeldcultuur. En het is, zoals het hoort, international design!

7

Veel van de hedendaagse architectuur, van wat de gespecialiseerde vakbladen wellicht voorbeeldig noemen, is, mits enige aanpas-

sing, geschikte tv-architectuur en omgekeerd. Het viel me op dat de halls en foyers van het Amsterdamse Muziektheater veel leken op een televisie-decor voor een Varashowprogramma. En inderdaad: de beelden van het Muziektheater die je te zien kreeg op het kleine scherm, pasten perfect op de buis. Terwijl een van de moeilijkste dingen om in beeld te krijgen architectuur is (goede architectuur?), passen de krommingen, trappen, overloopjes, zuilen en bruggen van het Muziektheater zich naadloos aan de eisen van de vlakke beeldbuis aan. Het is wel een heel erg duur tv-decor, dat wel. Maar af en toe moet je toch ook eens iets aan prestige doen?