

Terugkoppeling: analyse van een film

Bronnenkritiek

- Is de bron authentiek?

Het bijschrift van de bron geeft aan dat het hier gaat om een reclamefilm van de Open Universiteit uit 1988 ?. In het cursusmateriaal is een digitale versie opgenomen. Het is zo niet mogelijk om een definitief oordeel te geven over de authenticiteit, maar de beelden geven op zich geen aanleiding om te veronderstellen dat er in het materiaal geknoeid is. Opvragen van het originele materiaal en vergelijking hiermee zou uitkomst bieden.

- Wat voor soort bron is het?

Een visuele bron. Een onbewuste bron, omdat de film voor andere doeleinden gemaakt is (reclame) dan voor het vastleggen van het verleden.

- Wat is de communicatieve context van de bron?

De maker is onbekend. De opdrachtgever is de Open Universiteit. De film is gemaakt in 1988. De bedoeling van de maker (of beter gezegd de opdrachtgever) is om Nederlanders ertoe te bewegen om te gaan studeren bij de Open Universiteit. Het is een reclamefilm.

- Wat is de positie van de informant?

Bij deze film is de maker ooggetuige.

- Wat is de contemporaine context van de bron?

De wereld van de 'aksiegroepen' uit de jaren zeventig en tachtig.

- Hoe betrouwbaar is de informatie in de bron?

De informatie is gekleurd door de maker. Om een grappig effect te bewerkstelligen wordt een stereotiep beeld van de aksievoerder neergezet, met het idee dat een grappig fillmpje aspirant-studenten voor de OU zal trekken.

Beeldanalyse

- Wat heeft de maker willen tonen

Een stereotiepe aksievoerder uit de jaren '70 en '80. Onderliggende boodschap is dat het volgen van een opleiding je kansen in de samenleving verbetert en dat de Open Universiteit deze opleidingen biedt.

- Welke, door de maker onbedoeld opgenomen informatie, tonen de beelden

De encenering en uitgesproken tekst geven op verschillende manieren informatie over aksiegroepen en hun werkwijze. Je ziet bijvoorbeeld een stencilmachine, posters van aksiegroepen en een personage waarin karakteristieken van 'de aksievoerder' zijn verwerkt (shag draaien, kleding, warrig haar, etc.). In de tekst komt een lange lijst van aksiegroepen uit de jaren '70 en '80 voor. Ook het woordgebruik toont uitdrukkingen die typerend zijn voor het aksiemilieu in deze periode.

- Waar is aanvullende informatie over de context te vinden?

Historische studies, fotoboeken, posterverzamelingen, egodocumenten, kranten en opinieweekbladen, herinneringsliteratuur, documentaires, nieuwsuitzendingen, etc.

- Welke informatie voegt de analyse toe aan de informatie die in het tekstmateriaal bij het thema is geboden?

De film speelt in op het maatschappelijk gegeven dat aksievoerders begin jaren '80 hun strategie hebben verlegd. Ze gaan niet langer uitsluitend de straat op om te demonstreren. Ze realiseren zich dat deelnemen aan het besluitvormingsproces een effectiever aksiemiddel is. Kennis is daarvoor essentieel. Je moet, om de boodschap van de film aan te halen, kennis van het recht hebben om je doel te bereiken.