

8. INTERNATIONALES FORUM DES JUNGEN FILMS

New American Filmmakers

Eine Serie von Filmen und Videobändern,
zusammengestellt vom Whitney Museum of American Art, New York

Videoprogramm II

DIALECTICAL FACTS (1977) von Ronald D. Clark, 38 Minuten
s/w und Farbe; mit Alison Hartman, Nancy Kastin, Richard Tobias;
Produzent: Fifi Corday Productions

ABOUT MEDIA (1977), Anthony Ramos, 28 Minuten
Kamera: Michael Frenchman; Schnitt: Anthony Ramos und John Trayna

SUITE 212: THE SELLING OF NEW YORK (1972), Nam June Paik, 8 Minuten

MEDIA BURN (1975), Ant Farm, 25 Minuten

TELEVISION DELIVERS PEOPLE (1973), Richard Serra, 6 Minuten

DIALECTICAL FACTS (1977)

Dieses Band intendiert eine Betrachtung dialektischer Ereignisse, wie sie sich in einem kinematografischen Zusammenhang manifestieren. Dabei wird von der Vorstellung ausgegangen, daß Montage grundsätzlich dialektisch ist. Das Verhältnis zwischen Form und Thema ist gegensätzlich und gleichzeitig komplementär: sie informieren und stützen sich gegenseitig. Das Thema des Bandes ist die Politik: politische Gedanken und politische Fakten. Zwei Hauptthemen werden artikuliert: die Komplexität ideologischer Argumentation und die Dynamik einer Beziehung zwischen drei Leuten. Das Band macht geltend, daß letztendlich alles politisch ist.

Ronald D. Clark

ABOUT MEDIA (1977)

ABOUT MEDIA ist Tony Ramos' Antwort und Untersuchung einer Fernsehsendung, deren Gegenstand er war. Gabe Pressman und sein Team betreten die Wohnung von Ramos, um ihn zu interviewen; Ramos richtet seine Kamera auf den Reporter und sein Team. Er zeigt, wie ein Fernseheteam an eine Geschichte herangeht, sie recherchiert und schließlich, beim Schnitt, formt, und wie das Objekt dieser Geschichte in den verschiedenen Stadien reagiert.

"Vieles meiner Arbeit beschäftigt sich mit dem Ausdruck persönlicher Erfahrungen in symbolischer Form.

Als unsere Kultur immer reicher wurde, war sie auch fähig, neue und hochentwickelte Geräte zu erfinden, mit denen der Künstler Begriffe der Wahrnehmung verbinden konnte. Viele von uns, die einst Feder, Pinsel oder Meißel benutzten, gehen jetzt zu Fernsehen oder Film über, um sich auszudrücken.

Dieses Band behandelt die Manipulation von Image und Erfahrung von zwei unterschiedlichen Warten aus: der des "professionellen" Fernseheteams und der des "professionellen" Künstlers. Es geht um das Verhältnis Form - Inhalt, um verwirrende Töne, verzerrte Bilder und um Methoden, Realität zu verzerren und zu manipulieren. Das Kriterium für Form und Inhalt in diesem Augenblick ist das erste Fernsehbild vom Mond, ein verschwommenes Bild, aber ein packendes Thema."

Anthony Ramos

SUITE 212: THE SELLING OF NEW YORK (1972)

Nam June Paik, 1932 in Korea geboren, studierte Musik, Kunst, Geschichte und Philosophie an der Universität München, dem Konservatorium Freiburg und der Universität Köln. Experimentelle Arbeit im Studio für Elektronische Musik am Rundfunk in Köln. Paik ist einer der Engagiertesten in der Entwicklung der Video-Kunst. Seine erste Ausstellung von "Elektronischem TV" fand 1963 in der Parnass Galerie in Wuppertal statt... 1968 entwickelte er mit Unterstützung des Ingenieurs Shuya Abe den Paik/Abe Video Synthesizer. Zusätzlich zu seiner Video-Arbeit komponiert er auch Avantgarde-Musik.

MEDIA BURN (1975)

Amerikaner sind fernsehsüchtig. Fernsehsucht hat sich in Amerika schneller verbreitet als Heroinsucht. Natürlich gibt es einen Vorteil: sie ist legal. Fernsehsucht ist eine psychische Krankheit, keine physische wie Drogensucht, aber sie produziert ebenso eine eingeschränkte Sicht der Realität und künstliche Bedürfnisse. Die Bewußtseinspolizei von 1984.

Fernsehnachrichten präsentieren alle Informationen über die Welt, die man kennen muß, in einem sauberen 30-Minuten-Paket. Acht dieser dreißig Minuten gehören der Werbung..., weil das Fernsehen durch den Verkauf von Werbezeit existiert...

Haben Sie sich nicht wenigstens einmal im Leben gewünscht, richtig in den Fernseher hineinzutreten?

Im Zweiten Weltkrieg wurde in Amerika eine Generation von Kindern geboren, der die neue Erfindung - das Fernsehen - in den Entwicklungsjahren vorgestellt wurde. Diese Generation - anders als die Älteren, deren Realitätsbewußtsein sich vor dem Fernsehen entwickelt hatte, und anders als die Jüngeren, die die Realität niemals ohne den "Kasten" kennengelernt haben - ist die "Fernsehgeneration". Sie wuchsen heran, als das Medium selbst heranwuchs. MEDIA BURN ist ein Statement von Vertretern der "Fernsehgeneration"...

(Aus dem Programm für MEDIA BURN, Cow Palace, San Francisco, 4. Juni 1975)

TELEVISION DELIVERS PEOPLE (1973)

Um eine politische Aussage über die Beziehung zwischen Zuschauer und Fernsehen zu machen, benutzt Richard Serra in TELEVISION DELIVERS PEOPLE nur einen blauen Hintergrund, eine Geräuschkulisse von 'Muzak' und einen 'Character Generator' - diese Maschine, die manchmal kleine, glühende Buchstaben über den Schirm schickt. Während die "Fahrstuhlmusik" harmlos spielt, sendet der 'Character Generator' gedruckte Nachrichten aus, die auf Artikeln von akademischen Media-Kritikern basieren: "Sie selbst sind ein Produkt des Fernsehens... In kommerziellen Sendungen zahlt der Zuschauer für das Privileg, sich selbst verkauft zu haben..."

Was das Bewußtsein des Zuschauers weckt, sind nicht nur die provokativen Texte, die er gelesen hat, sondern die Erkenntnis, daß er tatsächlich innerlich erregt und wütend ist, und daß er sich bedroht fühlt als Reaktion auf ein paar Worte, die elektronisch reproduziert über den Schirm blitzen.

(Carol F. Brown in VOICE, 21. Februar 1977)