

Zodra de markt versplinterde en de concurrentie intensiverde, werd exclusiviteit het *unique selling point*. Alle aanbieders gingen op hun eigen hoopje intellectueel eigendom zitten.

succes te zien. “Kan ik 60 tot 70 miljoen mensen zo ver krijgen het te gaan zien?”, zo beschrijft Netflix’ hoofd film Scott Stuber de uitdaging waar hij voor staat.

KUNSTMATIGE SCHAARSTE

Voor film als kunstvorm is het desastreus en voor liefhebbers ondraaglijk dat films niet in de bioscoop verschijnen of pardoes van streamingdiensten verdwijnen. Streaming beslaat steeds meer ruimte in het filmlandschap, maar heeft geen boodschap aan de archivering en canonisering van de kunstvorm, die daardoor in het geding zijn gekomen.

De bedrijven lijken ook niet bereid hiervoor verantwoordelijkheid te nemen. In 2019 toonde criticus Matt Zoller Seitz hoe na de overname van 20th Century Fox door Disney veel films uit de Fox-bibliotheek plotse-ling niet meer te zien waren. Bioscopen kregen geen toestemming om Fox-klassiekers te vertonen en ze verschijnen ook niet op Disney+. Het is onduidelijk of dat louter een kosten/baten-afweging is of onderdeel van Disney’s aloude strategie om de waarde van hun catalogus op te blazen door kunstmatige schaarste te creëren.

Ook andere streamingdiensten hebben slechts een beperkt aanbod van oudere werken. Het aantal films en series van vóór het jaar 2000 verbleekt bij de hoeveelheid true crime-documentaires die maandelijks verschijnt. Hoe verder je teruggaat in de tijd, hoe schraler het aanbod.

Het is niet rendabel om een heel scala films te vertonen in de bios of op streamingdiensten, maar een terugkeer naar dvd’s is evengoed ondenkbaar. Hoewel de aankoop van van nieuwe streamingproducties is gestagneerd, is streaming nog steeds een groeiende markt. Gezien de kolossale hoeveelheid films, series en documentaires die er verschijnen, is het onmogelijk dat allemaal op schijfjes te vangen. Het internet bracht ooit de belofte van de *long tail*, het idee dat een digitale wereld oneindig plek biedt voor nichewerken die met zijn allen evenveel geld en aandacht opleveren als de grootste blockbusters. Als het web deze belofte al niet kan inlossen, dan zullen dvd’s, met hun beperkte opslag en de fysieke ruimte die ze innemen, dat zeker niet kunnen.

EIGEN PRODUCT EERST

Hoe fiscaal verantwoord hun recente beslissingen ook mogen zijn, ze tasten de betrouwbaarheid van streamingdiensten aan. Ooit bood Netflix het vooruitzicht van een zo groot mogelijk, permanent digitaal archief van film en tv. Maar dat was alleen denkbaar toen het bedrijf de enige (grote) speler was en vrijwel de hele taart in handen had.

Zodra de markt versplinterde en de concurrentie intensiverde, werd exclusiviteit het *unique selling point*. Iedere aanbieder ging op hun eigen hoopje intellectueel eigendom zitten. Met nieuwe producties spelen ze het veilig: die zijn gericht op een zo breed mogelijk publiek of passen naadloos binnen een specifieke niche. Ondertussen worden geliefde maar matig succesvolle producties na één of twee seizoenen stopgezet.

Het zijn keuzes die werken voor de korte termijn, om kosten te drukken en aandeelhouders zoet te houden, maar ze schaden het vertrouwen van de kijker. Men raakt massaal uitgeblust door films en series die per comité lijken gemaakt en erin gaan als fastfood maar geen blijvende herinnering achterlaten. Het verklaart de afnemende aandacht voor series als *Obi-Wan Kenobi*, *She-Hulk* en *Lord of the Rings: The Rings of Power*, die piekten bij de eerste afleveringen. Daarentegen biedt een eigenzinnige en uitgesproken serie als *Star Wars: Andor* hoop. Na een trage start trok was juist de laatste aflevering het best bekeken en de goede mond-tot-mond-reclame lokt nog steeds nieuwe kijkers. *Variety* becijferde dat Netflix, berucht om de kwakkelende kwaliteit van hun *originals*, de laagste klanttevredenheid geniet. HBO Max, in ieder geval tot voor kort geroemd om de rijke bibliotheek met kwaliteitsseries als *The Sopranos*, *The Wire* en *Sex and the City*, heeft de meest tevreden kijkers. We kijken niet altijd de meest uitdagende producties, maar we zien tenminste wel dat we het nodig hebben.

PUBLIEKE HANDEN

Voor hun voortbestaan is het noodzakelijk dat streamingdiensten film blijven beschouwen als kunstwerken, in plaats van inwisselbare ‘content’ waarvan het enige belang is dat er oogballen op gericht zijn. Maar de barre realiteit is dat hun verdienmodel geen ruimte laat voor de zorgvuldige archivering van film of het toegankelijk houden ervan.

Alleen als concurrerende streamingdiensten de handen ineen zouden slaan kunnen ze een streaming-infrastructuur onderhouden met een zo groot mogelijk en doorlopend aanbod. Anders wordt het misschien tijd om streaming te collectiviseren en in publieke handen te houden. Zodat we allemaal bijdragen aan, en iets te zeggen hebben over, het bewaren van de kunst van film en televisie. ■■■■■ fk



DANSPAINING

Lijstjesgekte

COLUMN | Dan Hassler-Forest zoekt als de Indiana Jones van de filmwetenschappen maandelijks naar verborgen betekenissen en geheime kamers van de filmgeschiedenis.

Vergeet de kerstbomen. Vergeet het vuurwerk. Vergeet de beste wensen. Voor hopeloze filmverslaafden zoals wij staat de jaarwisseling in het teken van maar één ding: lijstjes maken! In een ademloze eindsprint moeten in rap tempo nog even alle opzienbarende films van het afgelopen jaar worden ingehaald – want het filmjaar is niet compleet voordat je mee kunt doen met deze jaarlijkse lijstjesgekte.

Zoals zoveel levenslange cinefielen maakte ik als kind al eindeloze filmlijstjes: niet alleen per jaar, maar ook per decennium, per regisseur, voor elk van mijn favoriete acteurs, en uiteraard de Beste Films Aller Tijden. Filmtijdschriften en naslagwerken vormden in die tijd de belangrijkste bronnen van zowel inspiratie als erkenning voor de eigszins dwangmatig geproduceerde rijtjes filmtitels in schriften, dagboeken, en agenda’s.

Met de introductie van de pc kwam deze hobby al in een stroomversnelling: nu kon je eindeloos blijven schuiven met titels in almaar complexere spreadsheets. Maar sinds de komst van sociale media werd het maken van filmlijstjes pas écht leuk. Platforms als Facebook, Twitter en Letterboxd maakten van dit individuele project een gemeenschappelijke ervaring.

Wie zich afgelopen maand bijvoorbeeld op Twitter of Reddit begaf, kon niet om de eindeloze discussies rondom de grote *Sight & Sound*-poll heen. Al meer dan een halve eeuw vraagt dit gerenommeerde filmland elke tien jaar voor- aanstaande critici én filmmakers lijstjes met de tien beste films aller tijden in te sturen, om zo een nieuw “definitief” filmanon uit te roepen. Op sociale media circuleerden de afgelopen maand niet alleen de lijstjes van mensen die mee hadden gestemd, maar uiteraard ook alle ‘hypothetische’ lijstjes van alle filmliefhebbers die geen stembiljet hadden ontvangen. Het biedt eindeloze inspiratie en stof voor discussie met andere filmfans.

Maar voor het maken, bewerken, delen en commentariëren van filmlijstjes is het cinefiele platform Letterboxd de overtreffende trap. Hier hou je in de eerste plaats bij welke films je wanneer hebt gezien (en wat je ervan vond). Maar ook het maken van elke mogelijke vorm van creatieve filmlijstjes is er een geliefde functie. En niet alleen de gebruikelijke lijstjes per jaar, per regisseur, en aller tijden – lijstjes maken blijkt even creatief als gemakkelijk te kunnen zijn. Lijstjes met de meest absurde categorieën tonen wat we van binnen allemaal al weten: dat het bij onze filmlijstjes niet zozeer gaat om het vaststellen van objectieve kwaliteit, maar om het delen van onze gezamenlijke passie voor alles wat met film te maken heeft.