

Call for Papers:

Sociaal medium avant-la-lettre?

Sociale interactie met de magische lantaarn in de lage landen (1780-1940)



Lichtbeeld met 'de wevers van Zele' uit de reeks 'Arm Vlaanderen', s.d. – Amsab-ISG.

De magische lantaarn is een projectieapparaat dat vanaf de zeventiende eeuw ontwikkeld werd en uiteindelijk het hoogtepunt van populariteit bereikt aan het einde van de negentiende eeuw met de projectie van talloze handgemaakte, gedrukte en fotografische lichtbeelden.

Dankzij de grote verspreiding van commerciële speelgoedlantaarns wordt de magische lantaarn veelal gereduceerd tot een ontspannende vorm van huiselijk vermaak. Toch is dit slechts een topje van de ijsberg aangezien de lantaarn naast vermaak ook een populair hulpmiddel was in educatieve, propagandistische en wetenschappelijke contexten en frequent werd ingezet als informatie-, instructie-, en propagandamiddel bij uiteenlopende sociale groeperingen. Zo werden lichtbeelden op grote schaal ingezet door scholen, universiteiten, religieuze groeperingen, werkliedenverenigingen, politieke bewegingen en wetenschappelijke genootschappen. De sociale impact van dit visuele massamedium kan dan ook moeilijk worden onderschat.

Zorgvuldig samengestelde reeksen van beelden werden voorzien van bijpassende retoriek. Op die manier werden idealen en ideologieën zoals het patriërchaat, nationalisme, kolonialisme, hygiëne etc. gepromoot en dit zelfs in schijnbaar neutrale projecties van huiselijk vermaak of wetenschappelijk onderzoek. Dit themanummer wil dan ook bijdragen verzamelen die unieke collecties of diverse beeldstrategieën bespreken waarin niet louter de amusements-, informatie- of instructiewaarde van de toverlantaarn wordt aangetoond, maar ook de specifieke ideologieën en interacties die de toeschouwer mee 'ontwikkelden'. Met aandacht voor interactieprocessen zoals 'Bildung', 'civilisatie', 'propaganda' of 'zelfrepresentatie' (self-fashioning) kan de sociale en psychologische impact van een lantaarnvoorstelling worden nagegaan.

Daarbij onderzoekt dit themanummer hoe de lantaarn voor interactie zorgde door middel van zelfontwikkeling, zelfsturing, propaganda, manipulatie, sociaal protest, verspreiding van leugens ('fake news') in allerhande domeinen van de samenleving (school,

ontspanningsleven, professioneel leven, politiek, gezondheid, lifestyle, marketing et cetera). Zo wordt de rol van de toverlantaarn als een vroege voorloper van de huidige sociale media onderzocht.

Enkele voorbeelden van mogelijke onderwerpen met betrekking tot de lantaarn en sociale interactie zijn:

- Personal branding van politieke leiders met behulp van de toverlantaarn
- Recuperatie van populaire projecties over de Franse Revolutie voor het aanwakkeren van de sociale strijd
- Rol van geografische educatie met lantaarnplaten in nationale identiteitsontwikkeling
- Promotie van het patriarchaat aan de hand van jongensstreken in slides bij de speeldgoedlantaarn
- Oproep tot deelname aan missiewerk aan de hand van koloniale lezingen
- Impact van geïllustreerde lezingen bij participatie heropbouw na de oorlog
- ...

Abstracts van max. 300 woorden kunnen tot 15 maart 2021 worden ingestuurd naar evelien.jonckheere@uantwerpen.be. Indieners krijgen kort hierna een bericht. Volledige artikelen van max. 4000 woorden verwacht tegen 1 juli 2021. De artikelen worden aan redactionele en externe peer review onderworpen. Illustraties zijn meer dan welkom.