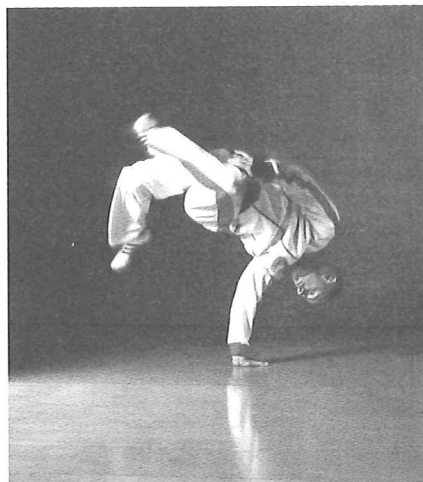


genuur. En op de laatste donderdag van het festival presenteerde Jérôme Bel de resultaten van een workshop van drie weken, de kiem van zijn voorstelling *The show must go on*, deel twee.

Er kwamen veel collega's en bekenden naar deze bijeenkomsten, grotendeels experts dus. Maar de kloof tussen maker en publiek was er niet minder diep om. Geraffineerd inzicht van toeschouwers bleek, zoals wel vaker, te berusten op een beslissing die de kunstenaar uit opportunisme had genomen. Amaia Urrea, bijvoorbeeld, koos voor haar fascinerende performance over wachten een film van Antonioni, omdat ze de titel en twee wachtcènes goed kon gebruiken. Niet omdat het werk van Antonioni, zoals een toeschouwer opmerkte, altijd handelt over dat ene, voorgoed verloren moment dat achteraf cruciaal bleek. 'Dat je het geluid telkens harder zette, wat betekende dat?' vroeg een andere toeschouwer die ook al zo hard had zitten peinen. 'Het geluid stond te zacht, van daar', antwoordde Urrea.

Voorafgaand aan de presentatie van zijn onderzoek zei Jérôme Bel benieuwd te zijn naar de reacties en meningen van zijn publiek. Naderhand bleek hij een slecht luisteraar die vragen niet of half begreep, al kan dat te wijten zijn aan de voertaal van het gesprek, het Engels. Hinderlijker aan deze 'enquête' was dat zij niet anoniem was. Vraag en antwoord bleven daarom oppervlakkig en vooral: sociaal wenselijk. Sommige toeschouwers vonden de presentatie (een semiotische oefening waarin de woorden die de acteurs middels letters op hun t-shirt uitbeeldden vervolgens werden 'gespeeld') saai, maar durfden dat eigenlijk niet te zeggen. En Jérôme Bel wilde het eigenlijk ook niet horen: 'Is het je bedoeling dat we ons gaan vervelen?' vroeg een toeschouwer. Bel: 'Maar jullie verveelden je niet! Het was stil en ik heb ook mensen horen lachen!' Dat publiek zich ook in stilte kan vervelen, en lacht als het iets herkent bij de acteurs, of gewoon omdat het de acteurs kent en hen niet wil teleurstellen, werd door geen van de partijen uitgesproken.

In een bundel over performances en hun publiek, uitgegeven naar aanleiding van het Münchense Spielartfestival in 2001, zegt Jérôme Bel in een gesprek met Jan Ritsema het volgende over het performancepubliek: 'If they want to be treated like children, so be it. If they want to be treated like cattle, so be it. These things are not of our (the artists') concern.' Zijn collega Tim Etchells van Forced Entertainment (ook op Klapstuk te zien), schrijft er



Wanted: Ballet for a Contemporary Democracy
CHUNKY MOVE foto RV

in dezelfde bundel dit over: 'Build the audience. Draw them in. Make them feel at home. Give them the taste of laughing together. Then split the audience. Make a problem of them. Disrupt the comfort and anonymity of darkness. (...) Give them the taste of laughing alone. The feel of a body that laughs in public and then, embarrassed, has to pull it back.'

Dit laatste lijkt een warme, avontuurlijke manier om met de toeschouwers om te gaan, maar aan het slot van Etchells' stuk blijkt dat Forced Entertainment dit avontuur niet met iedere Tom, Dick en Harry aangaat. Het kan alleen met 'an audience that does not want old kinds of dramatic bullshit.'

Natuurlijk, het publiek moet ook talent hebben. Anderzijds: arme massa, waarop het nog altijd zo goed neerkijken is. Waar men bij marketingbureaus allang weet dat de consument soms sushi wil en soms een gehaktschijf, bestaat in het theater nog altijd de gewoonte de tegenstelling tussen 'bullshit', (springlevend in de vorm van *globalart*) en de avant-garde – die, als we niet uitkijken, danig ouderwets wordt – stevig aan te scherpen en er niet overheen te denken. Terwijl de redding voor elk van beide uithoeken nu juist ligt in het goed en eerlijk kijken naar elkaar. Niet in termen van klakkeloos overnemen, maar wel vrij van vooroordelen en met de oprechte vraag naar wat er in het andere veld gebeurt, en of het mogelijk is iets van elkaar te leren. Zeker, de massa heeft zelden gelijk. Maar daaruit volgt niet dat zij per definitie ongelijk heeft.

Wanted: ballet for a contemporary democracy

noemt Chunky Move zijn voorstelling. Het idee ervoor is gebaseerd op het werk van de Russische kunstenaars Komar en Melamid die in 1993 aan de hand van een opiniepeiling nagingen hoe het populairste schilderij van de VS eruit zag. Anno 2003 valt op dat dit proces je in de eerste plaats doet denken aan *direct marketing*, een techniek waarvan *contemporary democracy* onmiskenbaar trekjes heeft overgenomen. *Australia's most wanted dance performance* is een mooi voorbeeld van *product placement*. De voorstelling draait niet om de democratisering, maar om de commercialisering van kunst.

Dat die twee zaken niet hetzelfde zijn, is iets wat binnen en buiten de theaterwereld te vaak wordt vergeten. Commercialisering van kunst – of het politieke proces – betekent: het op steeds kortere termijn bevredigen van de behoeften van de massa, waarna een neerwaartse spiraal van nivellering ontstaat. Werkelijke democratie is iets anders. Dat behelst in het ideale geval de zorg voor de publieke ruimte, waarin ook plek is voor het kwetsbare, het ingewikkelde en de lange termijn. Ook. Niet: *alleen maar*.

Dé uitdaging voor podiumkunstenaars en politici in deze tijd is het vinden van een goede balans tussen de realiteit van de commercie en die utopische democratie. De kunst is de spiegel van de samenleving en polariseert. (De kloof tussen hoog- en laagopgeleiden, om iets te noemen, wordt in Europa bijvoorbeeld steeds dieper.) In een overzichtelijk veld als de kunst is het daarom zaak dat de polen voortdurend met elkaar in contact blijven. Het midden, het *delen* van de publieke culturele ruimte moet de uitdaging zijn. Niet: het zich terugtrekken in bastions en het preken voor eigen parochie.

Makers van *globalart* moeten er zich rekenschap van geven dat elke formule uitgewerkt raakt en dat resultaten behaald in het verleden geen garantie bieden voor de toekomst. Zij moeten een dialoog kunnen aangaan met het experiment. Avant-garde kunstenaars mogen hun onderzoekstaak niet beperken tot de inhoud, maar deze uitbreiden naar hun publiek. Hun vermogen grenzen te verleggen ontslaat hen allerm minst van de plicht om zich goed en eerlijk af te vragen of wat zij willen vertellen, ook overkomt. Juist integendeel. ●●●