

reality TV gestructureerde improvisatiesessies zijn, maar dan wel met een ongelofelijke inperking van mogelijke parameters. Ze zijn gescreend, gemonitord, gecut, gepast en gehersenspoeld tot hun 'spontane' reacties precies passen in het voorgeschreven frame van de voor elke serie compleet gelijke opbouw van spanning, concurrentie, conflictgerichte confrontatie en hebbelijke overwinningdrang. Het zijn personages die in hun 'werkelijke' leven niets liever willen dan 'ster-dj, stervoetballer of model' te worden (dixit één van Niki's afgevoerde *dreamdates*).

Wat Karl van den Broeck hierover elders in dit nummer ook moge beweren: *reality soaps* zijn geen revolutie in de televisiewereld, er is hier geen sprake van een bewustmakende avant-garde. Er is enkel sprake van een zodanig goed georchestreerde merchandising dat de hele wereld een soap is geworden, en glamour het gareel dat iedereen braaf achter dezelfde wortel laat lopen.

*Comme tout le monde.*

**3** Om terug te komen op de evolutie van de 'glamour' als term, is dat een interessante vaststelling. Ons begrip van glamour is verschoven van de 'personality' van enkele exclusieve sterren, afgeschermd van de wereld in een onbereikbaar niemandsland – en dus bij uitstek de stof waaruit dromen gemaakt worden – naar het 'democratische' middenveld. Er is niet langer een persoonlijkheid nodig; er is enkel nog de mal, de persvorm, waar iedereen die het wil zich kan inwringen, om zichzelf op de markt te presenteren. Het misverstand is niet, dat al die deelnemers aan talkshows, *reality*-reeksen of spelprogramma's niet zouden beseffen dat zij een rol spelen en meedraaien in een commercieel spel van verleiding. Het misverstand is, dat zij wel denken hierin een bepalende rol te kunnen spelen, dat zij de functie van een 'personality' vertolken, en niet die van het volkomen inwisselbare vulsel voor de gestroomlijnde vorm, die zichzelf precies verkoopt door de bereidwilligheid van zovele anderen om zichzelf te promoten. Veel van de kandidaten leven in de ontorechte veronderstelling dat zij zelf het originele product zullen worden, dat vervolgens door alle smachtende ongelukkigen zal worden geïmiteerd en aangekocht. Ze leven in de absurde hoop dat een moment in de spotlights ook werkelijk de realiteit zal veranderen. Dat alle banale alledaagsheid ineens in rook zal opgaan, en het krap zittende schoentje de voet zal passen. Of met andere woorden, ze koesteren de gedachte dat de glamourfactor nog steeds werkt volgens het oude model: als een mantel rond de persoonlijkheid van een ster, die vanaf dan door iedereen als een sprookjesheld zal worden behandeld. Terwijl de glamour allang niet meer afstraalt op wie hem draagt, maar zelf de focus van de hysterie is geworden. Het geconstrueerde sprookje werd opgegeven voor een ogenschijnlijk haalbare, realistische *change of life* die de kijker niet zozeer responsabiliseert – door hem een forum te geven voor de publieke ontwikkeling van zijn persoonlijkheid – maar hem veeleer culpabili-

seert, door hem voor te liegen dat het leven maakbaar is, en dat het assertieve, aangepaste en agressieve individu wel degelijk in staat is om zijn droom waar te maken. In tegenstelling tot de meeste passieve ongelukkige kijkers onder ons, bij wie zoiets nog niet meteen voor de hand ligt.

Reclame en televisie, maar ook glossy bladen als *Flair* en *Cosmopolitan*, zijn er niet enkel voor ons doordeweeks onschuldig amusement, maar om een doorgedreven vorm van *newspeak* in de samenleving binnen te smokkelen, die 'individualiteit' vervangt door 'inpasbaarheid', 'vrijheid' door 'geconstrueerde exotiek', en 'een goed leven' door 'een leven waarvan elke minuut doorzinderd is van opwinding, nieuwe uitdagingen, en positiviteit'. Er wordt ons daarbij duidelijk gemaakt dat elke afwijking van dat stramien enkel en alleen te maken heeft met *backlash*, of een negatieve ingesteldheid.

**4** Dat is nu precies het verhaal dat in *Zaï Zaï Zaï Zaï* met grimmige humor wordt verteld. De theatervorm is in dit geval een interessante keuze. Door de verschuiving in medium, van televisie naar theater, valt de vanzelfsprekendheid van de 'realiteitsclaim' van het format weg. De constructie van de zogenaamde 'spontane' werkelijkheid wordt in het theater opnieuw zichtbaar. Waar het televisieformat pretendeert het te hebben over 'echte' mensen, en 'echte' emoties, en dus over een werkelijkheid die niet is gemedieerd, geïnterpreteerd of gemanipuleerd, geeft het theater – dat niet over visuele *tools* als montage of *voice-over* beschikt, noch over de eindeloze opnameperiodes waarin materiaal kan worden verzameld – opnieuw een 'hier en nu'-aspect aan het 'reële'. Ongecut, ongecensureerd. Met de camera's zichtbaar in beeld, de verveling van het alledaagse onoverkomelijk, zonder reclamebreaks of hippe interventies. Het fijne daaraan is, dat het theater, als medium van de leugen dat mijlenver staat van het leven van de 'gewone' mens, precies door het doordrijven van die leugen – door overdrijving, pastiche, satirisch taalgebruik, set-constructie – toont wat met zoveel werkelijkheidszin in de populaire media verborgen blijft. De buik van het sprookje, vóór het werd platgeslagen onder het allesverslindend verlangen naar werkelijkheid. De virtuoze leugen die in al haar wreedheid precies spreekt over wat ons drijft en bezighoudt. De constructie is wat kunst eigen is: de afstand. De ontwrichting die gecreëerd wordt ten opzichte van het reële is precies wat het reële zichtbaar maakt. De aanspraak op het ongemedieerde tonen, toont uiteindelijk niets, maar verbergt enkel zijn constructie. Als denkfening interessant, als theater hilarisch.

**Zaï Zaï Zaï Zaï**

**VAN EN MET** Jean-Benoît Ugeux en Anne-Cécile Vandalem

**PRODUCTIE** Victoria

**DECOR** Herman De Roover