

Theater als showbusiness

DE ONDRAAGLIJKE LICHTHEID VAN SUPERAMAS

Kan je de tent van het mediacircus verlaten? Is er een kritische positie mogelijk? Superamas doet een poging en encsceneert zichzelf.

Maar Britney weet wel beter: *Just go for it!*

Pieter T'Jonck

Het Frans-Oostenrijkse gezelschap Superamas neemt binnen de hedendaagse podiumkunsten een aparte positie in. Hun eerder beperkte oeuvre bestaat uit een reeks voorstellingen en installaties die niet binnen een bepaald genre onder te brengen zijn. Dat is op zich niets nieuws: ook in de hedendaagse dans worden de grenzen van het genre vaak zo ver opgerokken dat er van dans of beweging zelf nauwelijks nog sprake is. Omwille van die parallel wordt het werk van Superamas dan ook vaak bij 'dans' ondergebracht. Dat is ook in een ander opzicht niet helemaal onterecht. Zoals R. Laermans en C. Meulders hier (zie hun bijdrage in Etcetera nr. 92: 'Het lichaam is de voorstelling') onlangs beweerden, gaat het in de hedendaagse dans vaak om het her-bemiddelen, her-mediëren, via concrete lichamen op een concrete, nabije plek, van beelden die via de media onze mentale werkelijkheid in grote mate zijn gaan beïnvloeden en zelfs constitueren. Diezelfde beelden vormen de basisgrondstof van het werk van Superamas. Hun recentste werk, *Big 1* en *Big 2 - Show/Business*, is opgebouwd als een collage en/of persiflage van vaak zeer bekende films of TV-formats zoals de reality show. Daar ligt meteen echter ook het verschil. Terwijl dansvoorstellingen, zoals Laermans en Meulders aangeven, vooral op een onderbewust niveau aan die voorstellingen morrelen, is het werk van Superamas er veeleer op gericht deze voorstellingen op een kritische manier te onderzoeken. Of anders gesteld: Superamas onderzoekt wat er gebeurt in de ruimte tussen een voorstelling of een beeld en degene die dat beeld waarneemt. Dat gebeurt met een duidelijke agenda: het gaat er niet om een object of voorstelling te creëren die een zienswijze of een boodschap wil overdragen. Wel om de kijker er bewust van te maken dát hij kijkt. Dat kijken wordt meteen onderscheiden van het passief opnemen van informatie. Kijken is een actieve daad, die zowel de kijker als datgene wat bekeken wordt verandert. Ook dat is niets nieuws. Op een alledaags niveau weten we maar al te goed dat we vaak 'miskijken'. We zien bijvoorbeeld vaak genoeg wat we verwachten te zien, niet wat er werkelijk te zien is (daarbij verandert de kijker wat bekeken wordt). Andersom zijn we zo geconditioneerd door wat we te zien krijgen dat we veranderingen niet meer opmerken of niet kunnen waarderen aan sich, maar enkel in vergelijking met wat we kennen (waarbij dat wat bekeken wordt ons kijken zelf verandert). Dit betekent in elk geval dat het werk van Superamas niet beschouwd kan worden als een ideologiekritiek, waarbij de verborgen boodschap van wat zij onderzoeken aan het licht gebracht wordt, en aldus meteen ook ontmijnd. Die ideologiekritische beweging is zeker aanwezig, soms zelfs zeer openlijk, maar ze wordt telkens ook onderuit gehaald, door de makers zelf in de positie van 'slachtoffers' –in de termen van dit werk dus eigenlijk mededaders– van de vervreemdingseffecten van

de beeldcultuur te plaatsen. Het betekent wel dat we bij een analyse van dit werk niet per se de kijkbril van de podiumkunsten moeten opzetten, maar ons misschien eerder moeten verhouden tot modellen en vragen die in de beeldende kunst of de cinema opgeld maken.

Een fundamentele geloofscrisis

Het is inderdaad geen toeval dat Superamas enkele jaren geleden een proeve van beginseltekst opstelde, maar nooit publiceerde, die aanving met een bespreking van de betekenis van de minimal art van kunstenaars als Robert Morris of Donald Judd. Het argument van minimal art is bekend. Door objecten met minimale expressieve karakteristieken op een welbepaalde manier te plaatsen binnen een expositieruimte, maakte deze kunst de bezoeker bewust van zijn positie tegenover dat kunstwerk. Of nog: het is niet enkel zo dat de bezoeker naar het kunstwerk kijkt, het kunstwerk 'kijkt' in zekere zin ook naar de bezoeker. Dat kijken is ook niet langer een abstracte daad, vergelijkbaar met de actie van een camera, die beelden zuiver en onvervormd binnenhaalt, maar een actief zoeken naar een verhouding –zij het louter fysiek– tot dat werk. De kunst vanaf de minimal art bestaat niet meer in het werk alleen, maar bestaat uit of omvat de volledige situatie, kijker inbegrepen. Dat leverde deze kunststroming meteen de kritiek op dat ze steunde op het model van het theater. Met andere woorden: dat ze slechte beeldende kunst was. Dat verwijt berust echter op een gedachte die vanzelfsprekend als waar wordt aangenomen, maar het daarom niet per se is: namelijk, dat elk kunstobject een transcendente betekenis zou hebben, onafhankelijk van de tijd, de context, de toeschouwer etc. Het kunstwerk zou dan op elk moment zijn betekenis kunnen actualiseren. Minimal art, zo stelt Superamas zonder veel omwegen, luidt het tijdperk van een fundamentele geloofscrisis in het beeld in. Dat wordt aan de hand van verschillende voorbeelden, zowel uit de cinema (Hitchcock, Godard) als de beeldende kunst, uit de doeken gedaan.

De gedachte die hier speelt is, evident genoeg, dat bewustzijn geen statisch gegeven is, iets wat zoals de dingen een zekere, kenbare omvang zou hebben, maar een proces dat zich in de tijd afspeelt. Wat meteen betekent dat dingen of gebeurtenissen nooit tweemaal dezelfde betekenis kunnen hebben, maar veranderen doorheen de tijd, en omgekeerd ook ons bewustzijn op onherroepelijke manier veranderen. Of die dingen of gebeurtenissen reëel dan wel fictieel zijn –voor zover die grens op de duur nog te trekken valt– is daarom feitelijk van geen tel. Ongeacht hun aard kunnen ze reële bewustzijns effecten en dito acties veroorzaken. En

omgekeerd hebben ook de dingen geen standvastig, kenbaar karakter mee, maar bewegen hun eigenschappen mee op de flux van het bewustzijn. Meteen komt de wetenschappelijke vraag naar de manier waarop die wisselwerking optreedt in de kijker. Daarbij kunnen vele, en vaak verwarrende vragen ontstaan over de aard van het menselijk beestje. Bijvoorbeeld, of er wel zoiets als vrijheid of vrije wil bestaat, of dat wat wij voor vrijheid aanzien enkel oogverblindend is. Je zou je bijvoorbeeld kunnen afvragen of het functioneren van het menselijk brein niet gewoon te ingewikkeld of zelfs chaotisch is om exact de uitkomst te voorspellen van de optelsom van een bepaalde 'input' en reeds aanwezige 'data'. Dat betekent daarom niet dat er zich, op grotere schaal beschouwd, niet een aantal tendenzen kunnen aftekenen, een 'patroon' van menselijk gedrag dat veel minder willekeurig en vrij is dan we wel zouden wensen of denken.

Big 1: Hitchcockiaanse manipulatie

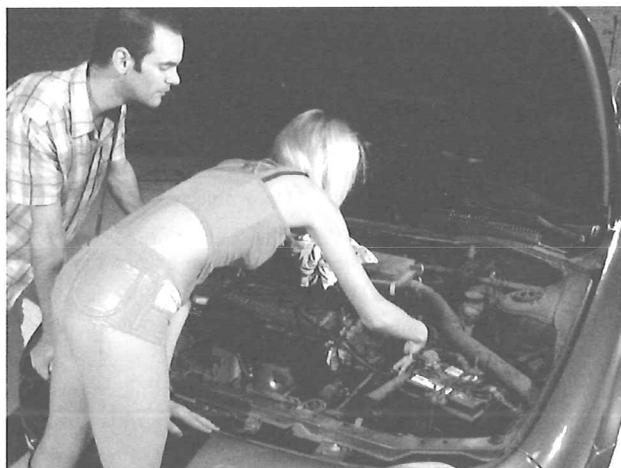
In *Big 1* laten enkele interviews met de neuroloog professor R. Trappl iets van die twijfel doorschemeren. Deze zet uiteen hoe emoties misschien beter begrepen kunnen worden als een middel om efficiënter beslissingen te nemen dan als een uitdrukking van een allerindividueelste gedachte. Veel belangrijker voor het oeuvre van Superamas is echter het onderzoek naar de manier waarop in populaire media zoals film de kijker mee wordt gedacht in het beeld en zo meteen het bewustzijn van de kijker wordt gemanipuleerd zonder dat deze zich daarvan noodzakelijkerwijze bewust is. De aangehaalde beginseltekst demonstreert dit haarfijn aan de hand van de latere films van Alfred Hitchcock. Zonder het theoretisch vertoog van de minimal art, maar met des te meer slagkracht, regisseert Hitchcock in de beroemde

woestijnsce ne in de film *North by Northwest* niet alleen het beeld, maar vooral het bewustzijn van de kijker. Hij bouwt zijn montage en cadrage zo op dat ze op een subtiele manier de verwachtingen van de kijker sturen. In wat vooraf ging, heeft de film de kijker laten weten dat Cary Grant gevaar loopt bij zijn rendez-vous met de mysterieuze Mr. Kaplan. Maar Grant zelf –ook dat weet de kijker– is zich van de prins geen kwaad bewust. Meekijkend met Grant 'leest' de toeschouwer het beeld daardoor voortdurend met een dubbele blik. Elke gebeurtenis schijnt plots belangrijk te worden. Het is een klassiek voorbeeld van suspense, omdat elk teken van gevaar loos alarm blijkt te zijn. Het moment waarop werkelijk iets gebeurt, wordt zo eindeloos uitgesteld. De echte aanval op Grant met het vliegtuigje komt zo uiteindelijk toch nog onverwacht. Die suspense, in bredere zin te begrijpen als de manipulatie van het bewustzijn van de toeschouwer, is een mechanisme dat gemeengoed geworden is in populaire media. Superamas definieert televisie bijvoorbeeld als een eindeloze beeldenstroom. Dat laat TV toe zich onmerkbaar te nestelen in, te vermengen met de bewustzijnsstroom van de kijker, die als het ware gedacht wordt door de beelden die hij ziet (tenzij

hij natuurlijk actief ingrijpt door te zappen, en zo de beeldenstroom op zijn suspense-ritme brengt). Dat is meteen het grote verschil met film: het is principieel en praktisch mogelijk een film verschillende malen te bekijken en dus ook een reflexieve houding tegenover het beeld op te bouwen. Dat is niet het geval met TV. Met instemming citeren zij Jean-Luc Godard, die beweert dat film herinneringen voortbrengt, en televisie enkel vergetelheid. Maar de kijkreflexen die hier overgedragen zijn, veranderen wel het bewustzijn van de kijker en meteen ook het aanschijn van de wereld.

Daarmee is de kous echter niet af voor Superamas. Het gaat er niet om TV te ontmaskeren als de grote gesel van deze tijd. *Big 1* demonstreert zelfs eerder het tegendeel. Dit werk onderzoekt hoe mensen zich ondanks alles actief van nieuwe televisie-formats als reality shows bedienen om een extreem complexe werkelijkheid te begrijpen, ook al dragen die formats zelf bij tot het ondoorgroendelijk maken van diezelfde werkelijkheid. Het artistieke *plan de campagne* van Superamas bestaat erin om

vooreerst een onderzoeksterrein –de media in het algemeen– af te bakken en daar vervolgens een specifieke onderzoeksmethode op toe te passen. Daarbij is als vanzelfsprekend ook steeds de verhouding tot andere kunsten –film, beeldende kunst, theater– in het geding. De media, als onderzoeksterrein, mogen hier erg breed geïnterpreteerd worden. Het gaat uiteraard om wat te zien is op film en TV, maar ook over de 'meer verheven' kunst. En tenslotte gaat het zelfs over de meest alledaagse media, die niet eens als zodanig herkend worden: de wijze waarop gebruiksvoorwerpen door hun design of verpakking voortdurend mededelingen overdragen die hun eigenlijke 'nut' ver overstijgen, of waarbij de verpakking er zelfs het eigenlijke nut van uitmaakt. In een kleine film



Game Boys SUPERAMAS Foto Superamas

die ze maakten na *Big 2* demonstreren ze dat, met een vette knipoog naar het ali natieconcept van Karl Marx, aan de hand van lingerie. Een personage maakt de bedenking dat hij nauwelijks weet welke productiemiddelen ingezet worden om lycra en nylon te maken, maar dat belet hem niet –of is het er zelfs een voorwaarde toe?– om zich te verliezen in allerlei dagdromen over zijn verhouding met de draagster van al dat moois. De media die Superamas onderzoekt, beantwoorden slechts aan  en beperking: het gaat steeds over wat vandaag geproduceerd en getoond wordt. Dat impliceert meteen dat Superamas zich niet beweegt in de wereld van de waarheid, maar in de wereld van de oppervlakkigheid, van de 'schijn', vanuit de simpele vaststelling –of is het eerder een overtuiging die gestaafd wordt door wat anderen daar in vele toonaarden over geschreven hebben?– dat we leven in een wereld van een al dan niet onverdraaglijke lichtheid waar de schijn het allang van de waarheid gehaald heeft, of een soort hyper-waarheid geworden is. Daar is misschien niets verkeerd aan, behalve dan dat deze spectaculaire wereld geen plaats gereserveerd heeft om na te denken over zichzelf. Tenzij dan in de kunst. Die wordt echter meteen ook als een soort reservaat gedefinieerd waar-

in zich een bijzondere mensensoort, de 'artiest' beweegt. Terwijl overal elders elke autoriteit, en meteen ook elke vraag over het fundament van ons denken, over onze subjectiviteit, als onzin van tafel geveegd wordt, wordt van die artiest nu juist verwacht dat hij, als een orakel, diepzinnige en helaas meestal ook onbegrijpelijke waarheden spuit. Het genie is daarmee zowat de enige maatschappelijke figuur die ons rest uit het maatschappelijk bestel van het ancien régime. Zich vereenzelvigen met die positie betekent dan ook meteen dat men zichzelf in elk maatschappelijk debat bij voorbaat buiten spel zet. Wat kunst is, kan geen kennis, zeker geen hanteerbare en inzetbare kennis zijn. Om deze valkuil te ontlopen, vermijdt Superamas zorgvuldig om de figuur van één van haar leden naar voren te schuiven, of zelfs maar om de identiteit van de leden van de groep kenbaar te maken. Het is 'Superamas' en niets anders. Meteen is duidelijk dat het er de groep wel degelijk om te doen is te wegen op een maatschappelijke vraag vanuit een onderzoek naar de mechanismen van productie en receptie van beelden.

Het werk stuurt ook aan op een bepaalde onderzoeksmethode. Het onderscheid tussen film, die een tweede visie en dus ook (zelf-)reflectie toelaat, en TV, die als een stroom verschijnt en verdwijnt en dergelijke reflectie zo verhindert, wijst vooruit naar het steeds weer gebruikte procédé van de herhaling met minieme variaties van dezelfde scène, dat zowel in *Big 1* als *Big 2* de toon zet. Een alternatief is het verplaatsen van een beeld van één medium naar een ander, lees: het zichtbaar maken van montage en cadrage als bewuste manipulatie met een duidelijk betekenis-effect.

Body Builders demonstreerde dat procédé voor het eerst. De scène had er de vorm van een ijshockeypiste, met toeschouwers aan beide zijden van het speelveld. Aan de korte zijden ervan hingen filmschermen. Bij aanvang van de voorstelling namen de vier leden van Superamas, in de groteske outfit van ijshockeyspelers, de heroïsche poses aan die bij dit spel horen. De schermen toonden tegelijk beelden van een ijshockeywedstrijd. Tussendoor kreeg je een overbekende scène uit Hitchcocks *Vertigo* te zien. James Stewart probeert er Kim Novak om te turnen tot de vrouw waarvan hij ten onrechte denkt dat ze door zijn toedoen gestorven is. In werkelijkheid is Stewart natuurlijk slachtoffer van bedrog: Novak is de vrouw die hij haar wil laten zijn. De transformatie slaagt daarom op voor Stewart wonderbaarlijke wijze, maar stelt ook vragen bij Stewarts liefde. Meer in het algemeen demonstreert het verhaal een 'crisis' van het beeld, dat niet meer op zijn eigen waarde kan beoordeeld worden (dat kon natuurlijk nooit, alleen zijn we daar ondertussen veel alerter voor geworden). De combinatie van de mannetjesputters van de ijshockeypiste met de film van Hitchcock laat je van de weeromstuit ook twijfelen aan de betrouwbaarheid van de borstkasomvang van de ijshockeyspelers op het scherm. Maar ook als kijker blijf je niet ongemoeid. Een kleine robot die rondrijdt over de scène vermengt plots beelden van de toeschouwers met deze film- en televisiebeelden. 'I only want you to look nice', deelt het scherm tegelijk mee. Vooraleer iemand echter in diepe somberheid kan vervallen over deze briljante demonstratie van de onontwarbaarheid van schijn en zijn, word je getraakteerd op een hilarische scène, waarin één van de ijshockeyspelers met behulp van slechts een zakje chips verandert in een 'naakte aap'.

Een gelijkaardige transpositie van een filmfragment naar theatrale scènes vormt het grondstramien van *Big 2*. De beginseltekst suggereert daarnaast ook waarom de groep voor live-optredens als basisvorm voor haar werk gekozen heeft. Theater is de enige kunstvorm waar het

bewustzijn van de toeschouwer niet volledig opgeslorpt wordt door het getoonde, waar er een 'lege tijd' bestaat die toelaat een bepaalde afstand, en dus ook reflectie over de gebeurtenis, op te bouwen.

Big 2 - Show/Business: de werkelijkheid als reality show

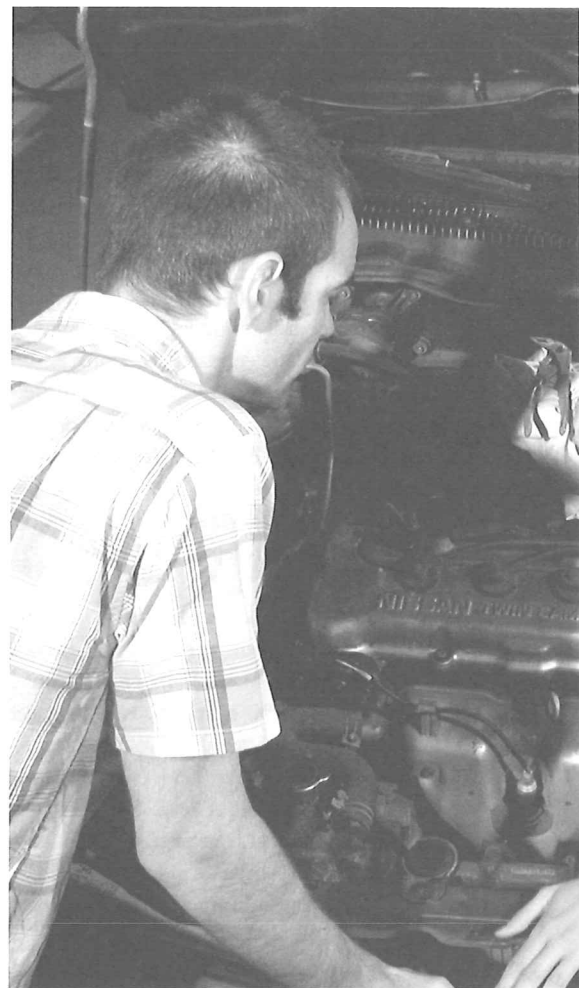
Dat brengt ons bij *Big 2 - Show/Business*, het laatste en meteen ook meest theatrale werk van de groep. Bij het binnenkomen van de zaal wacht een band het publiek op. De leden van de band spelen relaxed luchtgitaar op lounge-muziek van Saint-Germain. Op een filmscherm volgt een fragment uit de filmkomedie 'Zoolander'. Een mannelijk fotomodel vraagt zijn vrienden of ze niet iets zouden moeten doen voor 'de mensen' in plaats van er alleen maar lachwekkend goed uit te zien. Antwoord: net door onze look helpen we de mensen te dromen, en in geval van nood is er nog altijd cappuccino. Daarna maakt het stel een uitgelaten ritje door de stad dat eindigt bij een benzinstation. Daar loopt het fout: hun jolige spelletje benzinespuiten eindigt met een ontploffing.

Het filmfragment is niet toevallig: *Big 2* exploreert de verbeelding van één van de steunpilaren van de westerse reclamewereld en/of cultuur: het fantasma van de onmiddellijke en totale vervulling van verlangens – eeuwig jong, *good-looking* en sexy. Daar imiteert het leven de kunst, zoals de modellen demonstreren. Denken aan een reclame-clip volstaat om duistere gedachten te verdrijven. Of zo zouden we het toch wensen. Het filmfragment toont immers ook de 'waanstructuur' van dit naïeve geloof in de kracht van het beeld. Die wordt op dubbele wijze aan het wankele gebracht in deze verder jolige film. In het benzinstation ziet Zoolander, één van de modellen – de enige die symbolisch genoeg de ramp overleeft – in een vuilbak (toevallig?) op de cover van een Time Magazine de kop 'Is Zoolander een idioot?' Terwijl dit hem plots tot somberheid stemt – lees: het beeld, en met dat beeld ook Zoolander zelf, komt tot een besef van zichzelf en meteen van de crisis in zichzelf – ontploffen zijn nog steeds in gelukzalige onwetendheid vertoevende vrienden. De onwaarschijnlijke aanspraken van het geluksbeeld van de media hebben dus een prijs: het verdrongene keert steeds terug als angst voor een onvoorspelbare, catastrofale ramp, die in wezen niets anders is dan het onverwacht toeslaande besef van de totale fictionaliteit van de werkelijkheid. Dat leidt tot een bijzondere ervaringsstructuur: het 'echte', 'goede' leven heeft de structuur van een loop van steeds dezelfde beelden die eindigen op een anti-climax: de net vermeden ramp. Tussendoor vallen er gaten, momenten die geen betekenis krijgen, tenzij als beeldstoringen. (De geest van Buñuels *Charmes discrets de la bourgeoisie* is inderdaad nooit ver weg...) In die ervaring is uiteraard evenmin plaats voor een rationele analyse van het warenfetisjisme dat de fantasie aanstuurt. Wie waarom beelden maakt, blijft een onbeantwoorde vraag, zeker in show-business. Niemand beschreef deze fantasmatische structuur beter dan Rem Koolhaas in *Delirious New-York*, het 'retro-actief manifesto' voor de New-Yorkse cultuur van totale artificialiteit. Hij begint met een anekdote over het ontstaan van de moderne, veilige lift. Toen Elisha Otis zijn nieuwe liftstelsel demonstreerde, liet hij zich ophijzen tot hoog boven het publiek. Op dat moment sneed hij met een dramatisch gebaar de kabel door die het liftplatform ophield. Toch stortte het platform, door een ingenieus beveiligingssysteem, niet naar beneden. Koolhaas schrijft: 'Thus Otis introduces an invention in urban theatricality: the anti-climax as dénouement, the non-event as triumph. (...) Otis has introduced a theme that will be a leitmotiv of the island's (i.e. Manhattan) future deve-

lopment: Manhattan is an accumulation of possible disasters that will never happen'. In deze context zouden we Koolhaas' parabel ook zo kunnen vertalen: steeds meer fictie steeds meer artificialiteit, steeds meer beeld moet een gat in de werkelijkheid dichtrijden dat door diezelfde fictie (artificialiteit, beeldenstroom) geopend wordt.

Big 2 bevat maar twee live-scènes, die voortdurend, met minieme variaties, herhaald worden. In overdub dan nog wel, alsof de acteurs buiksprekerpoppen zijn. In de eerste scène ontmoeten twee mannen in een cosmeticawinkel een knappe air-hostess (Elisa Benureau, ook in werkelijkheid –maar waar spreken we dan nog over?– een air-hostess). Die plooit zich als een perfecte fantasie naar hun verlangens. De verlangens zelf zijn minder duidelijk dan hun verwerkelijking. Welke plaats de drie personages innemen tegenover elkaar blijkt een fluctuerend gegeven, waarin het begerend oog van de toeschouwer ('kies de versie die u het meest bevalt') als het ware mee geënceneerd wordt. Duidelijk is vooral hoe de cosmetica als glijmiddel en 'script' werkt voor de situaties die zich voordoen. En ook, hoe sterk de verschillende variaties steunen op voorgedraaide, overbekende filmscenario's, gaande van 'twee mannen vechten om een vrouw' tot 'knappe vrouw blijkt ooit een kneusje geweest te zijn'. Een filmpje onderbreekt de flux van theaterse scènes om een tweede fantasmatische werkelijkheid achter de winkelscène te tonen. Benureau verschijnt hier als een in glanzend leer gehulde catwoman die een man een beurt komt geven. De aanloop van de film is briljant: close-ups van brede autobanden in de sneeuw, gevolgd door opnames van de snoet van een uit de kluiten gewassen Audi en de vrouw achter het stuur. Deze beelden suggereren, alweer op overbekende wijze, het verband tussen geld (de wagen), macht en geweld (de wagen en/of de vrouw) en seks. Ondertussen krijgen we beelden van een man die in een banaal IKEA-interieur zenuwachtig de laatste voorbereidingen treft voor de komende ontmoeting. Zoals de vrouw aanbelt, lijkt alles klaar te staan voor een gewelddadige confrontatie. Maar na die spanningsopbouw, die zo duidelijk de reacties van de kijkers incalculleert, volgt een anomalie. Plots komt de opnameploeg in de huiskamer mee in beeld. Dat verleent de opname het effect van een realityshow. Plots bevinden we ons niet meer in een fantasmatische ruimte, maar in een geënceneerde, en dus risicoloze omgeving, waarin iedereen een rol speelt, gemodelleerd naar een fictief maar wenselijk leven. Het gevolg is totale ongeloofwaardigheid van het beeld, dat niet anders kan dan in een anti-climax eindigen: een TV-show waarin de 'domina' haar 'slachtoffer' geestverruimende oefeningen geeft. De live-set zelf eindigt voorstelbaar als een verdubbeling van het 'Zoolander'-fragment. Met Benureau in pikante lingerie bespuit het stel elkaar met deodorants.

Deze scène krijgt een merkwaardige echo op het einde van de voorstelling. Op het scherm worden we vergast op een video-clip van Britney Spears –geen air-hostess– die de rol van een hitsige, agressieve, in haar fantasievolle pakje gepantserde air-hostess speelt. Op een irritant banale manier bespeelt het filmpje het fantasma van de air-hostess als een seksbom. Een onverzadigbare, en daardoor ook 'gevaarlijke', seksbom wat dat betreft. Wat in het 'catwoman'-filmpje ontzenuwd wordt, wordt hier doorgezet. De 'echte' air-hostess blijkt achter haar imago van feeks in een leren pakje een zachtvaardige heelster te zijn, de 'valse' air-hostess daarentegen speelt de 'echte'. Welk beeld is nu valser? Waar hebben we ons bij de neus laten nemen? Op zijn minst zou je kunnen zeggen dat het catwo-



Game Boys SUPERAMAS foto Superamas

man-filmpje een mythologie van de vrouw zo deconstrueert dat ze verdwijnt achter de vele, opeenvolgende, gedaantes die ze tegelijk aanneemt. Ze wordt inderdaad enkel nog als constructie, als effect van de opname getoond. Ze is dus zowel een effect van de film zelf, als een effect van de verlangende, mannelijke blik. Dat is misschien wel gevaarlijker dan het o zo brave koketteren van la Spears, die blijkbaar zelf niet in de gaten heeft dat ze enkel als glijmiddel dient voor een industrie, de show-business.

Het tweede deel van de voorstelling heeft het over het zakelijk karakter van de (podium-)kunsten. In één beweging door worden ook de mystificaties die in media en kunst de harde en zakelijke kant van de werkelijkheid verhelen tegen het licht gehouden. Die bestaat alweer uit slechts één, met variaties herhaalde, scène. Ook hier wordt de beeldenstroom onderbroken door een 'ontoonbaar', fantasmatisch moment. En ook hier vormt Benureau het 'verdwijnpunt' in deze scène. Terwijl de 'waarheid', zij het lichtjes gemanipuleerd, uitgesproken wordt door een nog jonge Jean-Luc Godard in een interview. Een lid van Superamas praat met een ander lid, dat John Rose, directeur van Rolls-Royce, verbeeldt, over de zakelijke perspectieven van Rolls-Royce. In het gesprek merkt 'Rose' luchtig op dat hij 5000 mensen ontslagen heeft omwille van de economische malaise in de luchtvaart. Een mededeling die een radicale demystificatie inhoudt van het droombeeld 'Rolls-Royce'. Dit bedrijf is in werkelijkheid allang geen luxe-industrie meer, maar een leverancier van



motoren voor gevechtsvliegtuigen. (Ook hier vormt Britney Spears' filmpje een late echo: haar imago als het luxe-artikel 'geile blonde stoot' is herhaaldelijk een nauwelijks verholten aanleiding geweest om de grofste vorm van oorlogspropaganda in te lepelen). Zijn gesprekspartner probeert tegen hem op te snijden over de buitengewone prestaties van Superamas, maar ver komt hij niet. 'Rose' is al nauwelijks geïnteresseerd in deze marginale onderneming, maar als alweer Benureau het podium opkomt, is zijn aandacht voor zaken helemaal verdwenen. De geloofwaardigheid van de vertoning wordt hier op elke mogelijke manier getorpedeerd. Superamas ensceeneert zichzelf hier in de onwaarschijnlijke rol van een zakelijke onderneming, die kunst als dekmantel gebruikt. Maar zelfs dat zakelijke blijkt wat dubieus. Gaat het niet meer om een onlesbare dorst naar erkenning? Wat doe je anders met het applaus dat ze vlak voor het einde van het stuk doelbewust uitlokken als ze allen samen een elegant dansje plaatsen? Dat hengelen naar applaus haalt meteen ook een kritische lezing van de scène onderuit, die zou willen dat Superamas hier het feit aanklaagt dat artiesten op dit ogenblik gedwongen worden om hun werk in economische termen te verklaren en verdedigen. Maar ook de harde werkelijkheid van het zakendoen, als het enige en laatste objectief van de maatschappij, wordt tussen haakjes geplaatst door Roses aandacht voor de air-hostess. De manipulator wordt gemanipuleerd door een fantasmatische creatie die uit zijn eigen business-logica ontstaan is. Haast kwaadaardig wordt deze scène door-

sneden met gemanipuleerde beelden van de nog jonge cineast Jean-Luc Godard. Hij heeft het over film als brug tussen kunst en werkelijkheid. Hij spreekt zichzelf daarbij niet weinig tegen, door film nu eens aan de kant van de werkelijkheid, dan weer aan de kant van de kunst te situeren. Even later spreekt hij over de bijzondere status van de artiest, die als enige vrouwen kan sommeren om plaats te nemen in zijn universum. Gespiegeld aan de anekdote die we hier zien, wordt de artiest plots de super-zakenman, die zowel in de verlangenseconomie als in de echte economie zijn slag kan slaan.

En ook hier steekt 'Zoolander' de kop op. Na de Godard-film bekladden de acteurs elkaar met whisky tot plots een mitrailleur de scène aan flarden schiet. Die plotse, onverklaarbare inbreuk van de realiteit in de gezellige fictie van het zakelijk gesprek lijkt echter, mits wat opruimen van glasscherven, ongemerkt voorbij te gaan. Alleen de muziek van Coldplay levert een melancholische echo op. Superamas herneemt in elk geval, ook zonder gesprekspartner, mechanisch en deze keer ongehinderd door de verschijning van de vrouw, zijn promotiepraatje. Benureau legt hem echter toch het zwijgen op als ze even later, als volleerde karaokezangeres, een nummer brengt van 4 Non Blondes. Dit is wellicht het meest contradictorische moment van de voorstelling. Haar woorden: 'A brotherhood of man. I cry sometimes when lying in bed to get it out. I feel peculiar. What's going on? I try all the time in this institution. I pray for revolution.' Haar woorden mogen dan wel oproepen tot of verlangen naar revolutie, die revolutie is meteen een mentaal, innerlijk proces geworden dat nooit in daden omgezet zal worden. Het blijft narcistisch huilen in bed (al is echte revolutie op zijn manier natuurlijk ook problematisch). Kunst als uitlaatklep, de zangeres/air-hostess/actrice als zoveelste belichaming van een steeds minder vatbaar bewustzijn, dat verlangt naar de big bang, de aanslag die tegelijk ondenkbaar is. Als geniale klap op de vuurpijl geeft Benureau 'John Rose' daarna, alsof haar droomlied nooit bestaan had, een blow-job. Waarmee de zakenman dan toch de grootste artiest blijkt te zijn. Of hoe kunnen we dit allemaal nog volgen? Een herneming van een fragment uit 'Zoolander' biedt in elk geval geen uitweg uit deze spiraal van (zelf-)bedrog.

En een epiloog met theatercriticus Martin Hargreaves is de kers op de taart van dit stuk. Hij vraagt zich af of er wel een kritische positie buiten het mediacircus mogelijk is. Inderdaad een goede vraag na deze *Big 2*. Britney Spears lijkt het in haar videoclip in elk geval wel te weten. Er is toch iemand die nog weet hoe de dingen in elkaar steken. 'Just go for it!' 'But what was it again?'

BIG, 1ST EPISODE

CO-PRODUCTIE Superamas, Dans in Kortrijk, Beursschouwburg

BIG, 2ND EPISODE (SHOW/BUSINESS)

CO-PRODUCTIE Superamas, Dans in Kortrijk, Internationales Tanzfest Berlin; TanzWerkstatt Berlin, Hebbel am Ufer, Szene Salzburg, Nettverk for Scenekunst (Bergen/Oslo/Trondheim)