

Het slechte geweten geafficheerd

Etcetera verzamelde een vijftigtal theateraffiches

en vroeg Dirk Lauwaert
om een analyse.

Een greep uit recente theateraffiches. Of ik daar mijn oog en gedachten over kon laten gaan? Wat blijkt? Er gebeurde niets: geen enkele prikkeling, geen enkele uitdaging. Niet alleen lelijk en saai, maar intens moedeloos, uitgeput – zo leek mij de branche. Geen feestelijkheid, geen avontuurlijkheid, maar ook geen bescheidenheid. Wat valt er te zeggen over iets waarvan je de indruk hebt dat het eigenlijk niet (meer) bestaat?

De affiche is een oud kanaal. De theateraffiche dient een oude vorm.

De affiche gaat ervan uit dat zij de voorbijganger niet kent (dat zijn sociologie nog niet geschreven is). De affiche dicht de onbekende voorbijganger beschikbaar toe. De affiche is immers geen gepersonaliseerde boodschap na publieksonderzoek; ze richt zich tot alle voorbijgangers zonder onderscheid en veronderstelt dus dat zij in principe bereikt kunnen worden. Beide uitgangspunten zijn vandaag archeologie: men kent de samenleving (en hoe!), dat kennen heeft meteen iedere beschikbaarheid gelokaliseerd en dus stuurbaar gemaakt. Iedere affiche is zo een ongewild lamento over een maatschappij die niet meer bestaat, waarin geest en cultuur als vrij gedacht konden worden.

Iedere muuraffiche is het gerucht van andere werelden in de ogen van voorbijgangers gefluisterd. Beloftes van een alternatief, beloftes van iets buiten en boven de wet van de dagelijkse gang. Maar ook daar: archeologie. We hebben immers onze behoeften en verlangens in kaart gebracht: de 'carte du tendre' die van de consument is opgesteld heeft van iedere belofte een functie gemaakt. De affiche is een onfunctionele rest.

De theateraffiche bericht over een lokaal verschijnsel: gebonden in tijd en ruimte – éénmalig iedere voorstelling. In de geschiedenis zet de affiche als eerste 'medium' de stap in de richting van de delokalisering. Het is de affiche die zich losmaakt van de plaats der voorstelling en overal in de stad komt te hangen. Vandaag heeft het product zelf zich losgemaakt van zijn plaats (noemen we daarom vandaag alles wat zich zo via kabel en relais manifesteert een 'product?') en het is de affiche die zich voordoet als een achterop geraakte vorm, want té materieel verankerd aan die muur en die straat.

De theateraffiche is eerst de aanduiding van een plaats en een tijd en pas dan van de voorstelling zelf: dáár en dán ga je dát kunnen zien, in die volgorde. De affiche laat die hiërarchie zelden zien in een volgorde en een verhouding in haar beeld. Daar primeert de voorstelling, het 'wat'. De affiche wordt beheerst door de tegenstelling tussen lokaal en het oeuvre (tekst en regie). Die tegenstelling tussen de tekst met de informatie over plaats, tijd en prijs en het beeld dat in relatie staat tot het werkstuk zelf wordt zichtbaar in de grafische problematiek van iedere voorstellingsaffiche. De tekstinformatie is essentieel maar te omvangrijk om niet als een loden ballast het gehele affichebeeld telkens weer hopeloos te schaden. Het beeld staat voor de voorstelling, maar ook voor de mogelijke visuele impact van de affiche zelf.

Commerciële affiches hebben geen lokali-

sering aan te geven en kunnen zich gestroomlijnd wijden aan een geïntegreerd beeld waarin het product door de affiche en omgekeerd de affiche door het product gedragen worden. Dat soort integratie is voor theateraffiches onmogelijk. Hier is de spanning tussen lokaliseren en werkstuk meteen zichtbaar in de oppositie tussen tekst en beeld die nooit in elkaar kunnen fusioneren: immers het zijn twee radicaal verschillende mededelingen, met andere middelen gemaakt.

De schakel tussen beide zou de naam van het stuk kunnen zijn – tegelijk deel van het werkstuk, maar ook informatie over de voorstelling. Maar ook daar lijkt me dezelfde onoplosbare tegenstelling aanwezig tussen beeld en typografie, maar dan als veruitwendiging van de spanning tussen repertoire en regie, tussen theatertekst en zijn radicale herwerking. De titel garandeert de referentie aan het repertoire, het beeld signaleert de afstand die men ervan neemt. Heel deze dubbelzinnigheid zet zich trouwens verder in de strategie van de titel, van de voorstellingsnaam voor hedendaagse creaties. Vooral in het dans-theater heeft de titel een zwakke positie: literair-suggestief, maar geen sterke identificator. Opvallend is toch de systematische afwezigheid van de persoonsnaam. Die gecompliceerde relatie tot de eigenaam lijkt me te wijzen op wrevel tegenover ieder repertoire – maar hoe moet men dan zelf met het eigen oeuvre omgaan dat onherroepelijk een repertoire wordt? De poëtische titel is een magisch gebaar van afweer.

Affiches hangen steeds tussen andere affiches. Op de kleine marktplaats die de stadsmuur is, moet iedere affiche de voorgaande efficiënt vervangen en van de ernaast hangende onder-