

Cinema en de herinnering aan water
— Serge Daney

Wanneer men zich in de loop van de jaren 1990 zal buigen over de meest succesvolle metaforen van de jaren 1980, zal men merken dat ze met water te maken hebben. 'Al dat water, al dat water' zal men zeggen, als men zich al die dingen herinnert die in alle betekenissen van het woord *golfdien*. Van de valutakoersen tot de stroom van televisiebeelden (het thema van de 'beeldenstroom'), van de terugkeer van synchroonzwemmen als Olympische sport tot de promotie van surfsport en ten slotte, om in stijl af te sluiten, de liquidatie (in het Oosten) van het communisme tegen de achtergrond van het vloeibaar worden (in het Westen) van het subject: steeds wordt dezelfde boodschap verkondigd, namelijk dat het nieuwe individu, de antiheld van de democratische massamaatschappij, dat 'vlottende atoom dat door alle circulerende modellen is uitgehold en dus voortdurend kan worden gerecycled' (Lipovetsky), in wezen iemand is die moet kunnen zwemmen.

Hoe kan het ook anders in een wereld die Baudrillard, met afstand de beste journalist van het decennium, vaak als 'uiterst vloeibaar' heeft beschreven. Maar populaire metaforen ('in een flow zitten') vertellen ook iets over de verbazing dat we niet zinken en dat we, ondanks al het ingeslikte water, met een paar bewegingen het hoofd boven water weten te houden, ver van het strand en het plaveisel uit de jaren 1960. Voortaan verdient de cultuur het meer dan ooit als 'bouillon' te worden omschreven, de handelswaar drijft er koninklijk in rond en de handelaren in soep (niet alleen Andy Warhol met zijn Campbell's Soup) zijn talrijker dan ooit.

Hoe is de cinema in die bouillon blijven drijven? Niet echt goed. Toch zijn er twee 'verhalen' die tekenend zijn voor de afgelopen jaren, dat van een apolitieke duiker die lijdt aan apneu, en dat van een communistische waterpolospeler. Het ene, *Le grand*

bleu (1988), heeft een verpletterend succes gekend bij wat er van het grote publiek over is en het andere, *Palombella rossa* (1989), heeft iedereen die nog behoefte heeft aan cinema in de gelegenheid gesteld zich te laten gelden.¹

De twee films hebben niets gemeen, behalve dat ze op een volkomen verschillende manier over hetzelfde vertellen. In beide gevallen is er sprake van een in het water levende, sympathieke held en van een 'draaikolk' waaruit ze beiden ontsnappen, de een 'via de diepte', en de ander door het wateroppervlak te bezetten. In beide gevallen is er sprake van moeizame communicatie, want de eerste wordt bijna afatisch en de tweede wordt doodziek van taal. Wat het oedipale betreft, is er een vader op de oceaانبodem en een moeder aan de rand van het zwembad, maar geen vrouwen of seks, en de relaties met andere mannen zijn verre van competitief. De een is onverslaanbaar, de andere een geboren verliezer, maar beiden hebben slechts die 'ander' die ze onder de duim moeten houden en dat zijn ze zelf. Deze helden, geconfronteerd met wat Eric Conan in deze krant 'de nulgraad van het anders-zijn' noemde, zijn duidelijk helden van onze tijd.

Vanaf de première bracht *Le grand bleu* de beroepsceinefielen in verlegenheid. De film, die esthetisch te weinig samenhang vertoont, wordt dat treurige ding: een maatschappelijk fenomeen. Het is dus niet het fenomeen zelf dat wordt geanalyseerd, maar wat het onthulde over zijn jonge publiek, dat dolenthousiast was en de film tien keer ging zien.² Welnu, *Le grand bleu* is

1 Een merkwaardig gevoel, bij het uitgaan van de film, die terugkeer van een 'ouderwetse' cinefile in groepsverband. Het voelt alsof je zo weer ruzie kan krijgen met je beste vriend als hij *Palombella rossa* niet goed zou vinden. Je zou zelfs de weinige gebreken van de film door de vingers willen zien: een bepaalde theoretische gewildheid, een bepaalde benauwende neiging om alles te willen zeggen.

2 De psychoanalyticus Jean-Jacques Moskowitj vertrouwde aan de schrijver toe dat zijn jonge zoon de film telkens weer was gaan zien om hem beter te begrijpen. Maar wat is er zo moeilijk te begrijpen aan dit doodeenvoudige verhaal? Het antwoord zou kunnen zijn: *Le grand bleu* laat zien dat de dood bestaat. Hij laat het zien aan kinderen die het gespartel van doden op televisie of uit *splatter movies* niet verwarren met de echte dood waarvan de aanblik steeds zorgvuldiger aan het zicht wordt onttrokken. Ook *Dead Poets*

niet, zoals *Jean de Florette* of *Camille Claudel*, een bombastische, gelifte versie van een voorbijgecinema of een alom bekend symptoom dat vanwege zijn esthetische tekortkomingen eerder voer voor sociologen is. Als hij op een gegeven moment het gevoel geeft ‘goed te vallen’, dan is dat juist omdat de film met esthetiek heeft te maken. De vraag is alleen of het nog wel om een esthetiek van de cinema gaat.

Laten we dus terugkeren naar het water en nog dieper erin duiken. Wat zo ontwapenend is aan *Le grand bleu* is de wijze waarop Besson genoeg neemt met het beeld van de zee dat alang in elke willekeurige reclamefilm wordt gebruikt (denk aan het huiveringwekkende spotje voor Ultra Brite). Niet zozeer uit onvermogen de zee te filmen als wel omdat hij hem precies zo ziet: als synthese van iets ‘groots en blauws’ waarover men ‘glijdt’ zonder deining te veroorzaken. Terwijl iemand als Beineix nog een artistiek superego heeft waaronder hij aardig te lijden heeft, gebruikt Besson de verpakking van de cinema voor het produceren van die ‘synthetische wezens’, de postmoderne individuen. In dat opzicht is hij de eerste echte ‘postpublicitaire cineast’, iemand die in alle onschuld de ‘visuele concepten’ van de reclame overneemt en daarom moeiteloos aanvaardt dat film niet langer ‘persoonlijk’ is en slechts bestaat uit aan elkaar geplakte ‘clichés’. Natuurlijk is het maken van een film nog steeds een avontuur en een sportieve uitdaging, maar het is niet langer een avontuur van het kijken. Het water is rimpelloos en de diepten zijn leeg: er is niets meer te zien.³

Society, een andere cultfilm onder pubers, begint met een scène waarin de leerlingen wordt duidelijk gemaakt dat ook zij op een dag zullen sterven.

3 Het gaat nog verder. In zijn derde film, *Nikita*, bedenkt Besson een merkwaardig personage, ‘de Schoonmaker’, gespeeld door Jean Reno. De functie van de Schoonmaker is, zorgen dat er geen enkel materieel spoor van een spionageoperatie overblijft. Hij loopt in de film als een bezetene in het rond, met zijn zuurbad onder de arm. Vandaar de tamelijk amusante studentikoze grappen. Je zou de Schoonmaker kunnen beschouwen als een macabere erfgenaam van de ‘Mr. Clean’ uit de reclame. En tegelijkertijd kunnen we in dat streven om ‘schoon schip te maken’ het vaste voornemen herkennen om niets te erven. Noch van de wereld, noch van de cinema.

Wat vertelt de reclame ons? Dat de dingen al bekeken zijn, dat die blikken gearchiveerd zijn, dat de wereld reeds is gezien. Besson weet hoe een zee, een duiker, een vrouw, een dolfin of een Italiaan (of zelfs een Peruviaan) eruit moet zien. Zoals hij ook intuïtief weet hoe de ‘held’ van het democratische massa-individualisme eruitziet: als een lichaam zonder organen, seksloos, taalloos, zonder verlangen, geprogrammeerd om maar één beweging te maken. Als een verleidelijke robot, een zelfverklaarde machine.

Met alle respect voor de media, *Le grand bleu* is niet per se een uiting van de zoveelste ‘nouvelle vague’ in de geschiedenis van de Franse cinema. Het is zeer goed voorstelbaar dat het filmzalenpark alleen van de ondergang kan worden ‘gered’ door dergelijke audiovisuele producten (geen auteurs- of producentenfilms, maar films van ‘promauteurs’) die het midden houden tussen het Amerikaanse Disneyland en de ‘geluid-en-lichtspektakels’ van de gerecyclede Europese cultuur. Het zou een vergissing zijn te denken dat dergelijke producten van elke inhoud of esthetiek gespeend zijn. *Le grand bleu* is juist belangrijk omdat hij ons duidelijk maakt, dat de lange tijd stimulerende maar toch troebele vrijage tussen ‘cinema’ en ‘reclame’ mogelijk geen bestaansrecht meer heeft – omdat de cinema te zwak is en de reclame te sterk.

Al aan het begin van de jaren 1980 waren we getuige van de culturele en daaropvolgende esthetische rechtvaardiging van de reclame. Maar aan het einde van die jaren zien we dat ze als propagandamiddel wordt ingezet. Voortaan worden de reclameregels gebruikt om ‘grote onderwerpen’ te behandelen, dat wil zeggen om de oorlog aan het Kwaad te verklaren (van de videoclip tegen drugs tot inzamelingsacties voor het goede doel) en het publiek aan de ‘goede kant’ te verenigen. En om voor dat doel het synthetische ‘lichaam’ te fabriceren van witte ridders als redders van de industrie.

Le grand bleu is (met een vaak ontroerende oprechtheid die in het gladde *L'ours* volledig ontbreekt) op die leest geschoeid. Het hedendaagse individu kan niet langer worden voorgesteld binnen de oude categorieën van de ‘persoon’ (van het naoorlogse

neorealisme) of het 'subject' (van de nouvelles vagues na '68), want hij wil een eigen oermythe die vanzelfsprekend ook iets met water te maken moet hebben. De ontbrekende schakel duikt wederom op uit de diepten van de oceaan. De verweesde duiker, een kleine botticelliaanse oervis, heeft als vader dat sympathieke gladde wezen, de dolfijn, en sluit wat dat betreft precies aan bij het huidige ecologische elan. Als individuele dieren 'rechten' hebben, dan hoort daarbij uiteraard ook het recht om de mythologische vaders van menselijke individuen te zijn.

Met dat alles in het achterhoofd moet met het laatste restje energie nogmaals worden herhaald dat *Palombella rossa* een grootse film is en Nanni Moretti de meest uitzonderlijke onder de cineasten. *Palombella rossa* is in zekere zin het antwoord van de cinema op de nieuwe media. Een minoritair antwoord, want de 'cinema' vindt inmiddels alleen nog aansluiting bij een (hopelijk actieve) minderheid. De film van Besson 'valt goed' omdat hij een groot publiek laat kijken naar een autonoom individu, terwijl die van Moretti 'echt is' omdat hij een klein publiek vertelt over een lastig en belast veelkantig individu, speler en speelbal, spreker en aangesprokene, dat op een ondraaglijke manier verbonden is met de anderen.

Laten we weer een duik in het water nemen. Dat water, dat niet mythologisch maar sociaal is, het overbevolkte water van een zwembad waar tegelijk een groot aantal rekeningen wordt vereffend: met de kindertijd, met de andere ploeg, met de politiek, met de woorden, met de journalistiek, met de cinema, met de herinnering. Terwijl de oermythe een diepte-effect vereiste, is de sociale band een kwestie van oppervlakten en in toenemende mate van 'interfaces'. Van de twee films heeft de 'oppervlakke' film de grootste diepgang omdat we in een wereld leven waarin alles wat privé is komt bovendrijven en 'publiek' wordt (de reclame is de esthetische en economische motor van dat 'bovendrijven').

Natuurlijk, Moretti behoort tot die familie van komieken die – van Chaplin tot Jerry Lewis – alles (en alles, dat is teveel) 'op zich' nemen, maar hij behoort ook tot die andere traditie die – van Keaton tot Tati – niet langer de wereld wil redden om de

eenvoudige reden dat de wereld, tot ieders verbazing, niet 'zinkt' (hij drijft). Het water in *Palombella rossa* is niet dat vruchtwater waaruit we gelouterd en herboren tevoorschijn komen als uit een duikerklok, of dat slapstickelement waarin we zomaar met een grote plons vallen: het is voortaan de natuurlijke leefomgeving van de gedereguleerde samenleving, van vlottende economieën en aandacht, van schitterende interfaces en toevallige ontmoetingen (de 'dribbel' als teken van de sociale verhoudingen en als kunst van het wegvagen van de tegenstander).

In zijn vorige film, *La messa è finita*, filmde Moretti een klein jongetje dat niet moe werd om kriskras door het zwembad te zwemmen: geen zoon van een dolfijn die uit de baarmoeder in de diepte komt, maar een kleine vis (*pescellino*) die zich, tot ongenoegen van sommigen, 'bevredigt' door al heen en weer zwemmend binnen te glippen in de tussenruimtes van het sociale lichaam.⁴ De scène was subliem omdat Moretti, als zwemmer, filmde zoals David Hockney schilderde: de stoffelijkheid van het water, de herwonnen bewegingsruimte en de vrijheid van het kleine mannetje (die niets te maken heeft met de autonomie van de duiker uit de reclame). De scène 'ademde' en stond lijnrecht tegenover alles wat de apneu van het duiken kenmerkt: de ingehouden adem, de luchttoevoer die stokt.

'Zo staan we er dus voor', lijkt Moretti te zeggen. Zo staat het er dus voor met de cinema, zouden we eraan willen toevoegen. Verder komt hij niet. Het zal moeilijk zijn. Hij is vandaag de dag onze enige leidraad en onze enige herinnering in het postmoderne bad waar de democratische idee bij gebrek aan bestrijders onder onze ogen zegeviert ('cosa significa oggi essere comunista?' – 'wat betekent communist zijn tegenwoordig?'), waar de economische oorlog woedt, waar de wetten van de markt op alle sferen van menselijke activiteit worden toegepast en de moeizame 'subjectivering' plaatsvindt van een ongetwijfeld teleurstel-

4 Een verwijzing naar de reclamecampagne die tegelijkertijd de nieuwe formule van de *Cahiers du cinéma* uitdroeg: 'We zijn geen zelfbevlekkers.'

lend, maar daarom misschien wel ‘sterker’, veelkantig individu.⁵ Sterker omdat hij poreus, beweeglijk en glibberig is? Uit het water van Besson komt een mutant boven die te glad is en een machine die te volmaakt is om geen verontrusting te wekken. In het water van Moretti bevindt zich een hele populatie (Italiaans, Europees) die spartelt tussen heimwee naar de geschiedenis en de vlucht voorwaarts. Iedereen zweeft, zoals bij waterpolo, een sport waarbij minder wordt gezwommen dan gedreven. Want ook drijven is werk.

Libération, 29 december 1989

5 Het is duidelijk de centrale vraag uit die tijd en het zou roekeloos zijn om die te willen beantwoorden. De schrijver voelt duidelijk dat hij deel uitmaakt van degenen die door de poreusheid van de postindustriële samenleving in een bepaalde somberheid vervallen. Hij is niet de enige, maar heeft hij eigenlijk wel gelijk? Hebben de vertegenwoordigers van het ‘zwakke denken’ (de *pensiero debole* volgens Vattimo) dan geen gelijk? Wordt een samenleving van individuen door de circulatie van betekenaars, het vlottende karakter van betekenissen en het uitwissen van referenten niet in staat gesteld om zich op een meer effectieve manier te verzetten tegen alles wat haar bedreigt, een bepaalde verarming en een toenemende ontwaarding van het heilige (door de secularisatie), het tragische (door de dubbelzinnigheid), de kunst (door de kunstmarkt) en zelfs van de cultuur (door het toerisme)? Is tasjesroof een minder kwaad? En zou ‘het einde van de geschiedenis’ misschien alleen maar het begin van de avonturen van het ‘mindere kwaad’ zijn? Het duizelt me.

Montage verplicht. De oorlog, de Golf en het kleine scherm
— *Serge Daney*

INFORMATIE IS OPNIEUW EEN ZAAK VAN DE LEIDERS

De – weliswaar voorlopige – balans van de gigantische politieactie ‘Golfoorlog’ genaamd, is dat zij orde op zaken heeft gesteld. Enerzijds hebben de westerse publieke opinies zich gaandeweg achter hun leiders geschaard. Anderzijds is diezelfde opinie zich, althans in Frankrijk, blijven beklagen (dat is de gewoonte) over haar televisie. Je hoefde er de lezersbrieven aan *Libération* maar op na te lezen (dat is mijn werk) om aan te voelen dat in de algemene chaos slechts één zekerheid overeind is gebleven: de nutteloze obsceniteit van de tv. Vergelijk het met drugs van slechte kwaliteit (de ‘live’-verslaggeving): versneden troep waar je niet meer van afkomt. Het leek wel of de sprekende hoofden van het tv-nieuws, met al hun gejuich zonder uitkomst, niets beters verdienden dan tot de nieuwe zondebokken te worden uitgeroepen.

Talrijk waren degenen (ik was er een van) die, uit vrees voor de op hol geslagen oorlogslogica en de opeenstapeling van alle misleunen, de televisie al bij voorbaat verweten slechts de CNN-soap en de briefings van de pr-dienst van het leger na te kwekken. Zij gingen (een beetje overhaast) uit van een *worst-case* scenario, terwijl die slechte afloop, eens te meer, onzeker was; die oorlog moest haast wel ontsporen opdat eenieder zou inzien hoezeer ons ‘recht op informatie’ in slechte handen was. Maar talrijker nog (zij het minder babbelziek) waren degenen die, trots op het feit dat zij niet te veel illusies koesterden over het godsge-schenk van een nieuwe wereldorde en over de rechtmatigheid van deze oorlog, hem liever op chirurgische wijze en zonder beelden gewonnen zagen dan in al zijn ‘vuiligheid’ voor ieders ogen uitgesteld.