

FAUST OG REKLAMEKABARETEN
Af
Christian Lollike

Iscenesættelse
Mogens Pedersen

Scenografi
Nina Schiøttz

Lysdesign
Jesper Ahnfeldt

Lyddesign
Jeppe Larris

Ekstern
tekstkonsulent
**Jens Christian
Lavenstein Led**

Konferencieren m.fl.
Tilde Maja Fredriksen

Terese
Nanna Bøttcher

Birger
Søren Bang Jensen

Erika m.fl.
Regine Rosenquist

Iris m.fl.
Kathrine Høj Andersen

Leo m.fl.
Pelle Nordhøj Kann

Kevin m.fl.
Rolf Hansen

Georg m.fl.
Anders Juul

Urpremiere
Aarhus Teater
Stiklingen 05.11.2004

Forestillingens varighed:
ca. 2 timer og 30 min. incl. pause

Teaterchef:
Madeleine Røn Juul

Forlag:
Nordiska Strakosch Teaterförlag

Programredaktion
**Trine Holm Thomsen
Agnete Krogh**

Foto fra afsluttende prøver
Jan Jul

Plakat & program layout
Jørn Moesgård as

Tryk
EJ Graphic A/S

Skuespillerskolen
v/Aarhus Teater

Rektor
Eva Jørgensen

Sekretær
Magrethe Manley

AARHUS TEATER
STIKLINGEN
PREMIERE 05.11.04

FAUST

OG REKLAME KABARETEN

Af
Christian Lollike

Medvirkende
4. ÅRET FRA SKUESPILLERSKOLEN
v/AARHUS TEATER



Rolf Hansen



Tilde Maja B. Fredriksen



Regine Rosenquist



Søren Bang Jensen



Nanna Bøtcher



Kathrine Høj Andersen



Anders Juul



Pelle Nordhøj Kann

ER DET MULIGT AT SKABE EN TEATERFORESTILLING, DER REELT KAN PÅVIRKE SAMFUNDETS ORGANISERING?

Det spørgsmål har vi stillet 3 forskellige kulturpersonligheder

1 > Niels Lehmann, Instituttleder, Institut for Æstetiske Fag

2 > Brian Mikkelsen, Kulturredaktør

3 > Christian Ravn, direktør HÅVE FR & Kommunikation

Opløftelse som politisk gestus

En teaterforestillings mulighed for at opnå politisk gennemslagskraft er formentlig afhængig af, hvor mange andre medier den skal kæmpe om spalteplassen med. I en kultur med få kommunikationskanaler kan en forestilling være svaret på et udtalt behov for at få ‘sat ord på undertrykkelsen’. I en totalitær kultur, hvor de censurede medier kun lader den officielle sandhed komme frem, kan en forestilling, der bevæger sig på kanten af eller ud over de af censuren afstukne grænser, ligeledes være overordentlig politisk effektiv. I en kultur som vores, hvor man dårligt kan få ørenlyd for alle de højtråbende stemmer, der kommer til orde i et stedse voksende antal kommunikationskanaler, har en politisk engageret forestilling selvsagt noget vanskeligere ved at trænge igennem. Skal en forestilling undgå at drukne i informationsstrømmen, synes kunstneren henvist til at vælge én af to strategier.

Man kan enten forsøge at leve op til det allestedsnærværende krav om nyhedsværdi og skabe forestillinger med helt aktuelle emner. Man skal dog gøre sig klart, at denne strategi er forbundet med den ulempe, at man bliver tvunget ud i en konkurrence med aviser, TV og radio. Og det er en konkurrence, der er vanskelig at vinde. I modsætning til disse medier, der kan fortælle en nye historier (eller mere præcist: nye udgaver af de samme historier) hver dag, er en teaterforestilling henvist til at fortælle den selv samme historie, så længe forestillingen er på plakaten.

Eller man kan besinde sig på kunstens særegenhed og satse på arbejdet med formen. Går man denne vej, må man dog overlade den direkte tale til nyhedsmedierne og i stedet lede efter overraskende, underfundige, uudgrundelige, snurrige, pudsige, provokerende, sansemættede eller tankevækkende måder at sige tingene på. Prisen for at anvende denne strategi er, at det politiske engagement ikke kan træde frem i sin entydige klarhed. Det uanfægtelige svar har veget pladsen for en åben spørgen. Budskabet er blevet erstattet af en undren.

Mange vil utvivlsomt opfatte en satsning på den anden strategi som apolitisk. En sådan vurdering er imidlertid udelukkende rimelig, hvis man antager, at det politiske bør indskrænkes til at dreje sig om at fremsætte rationelt begrundede synspunkter. En formbevidst kunst er dog snarere at betragte som en fordybelse af det politiske end en forkastelse af det. Intet er så let at feje af bordet som et argument. I modsætning hertil skaber den uudgrundelighed, som følger af at fokusere på formen snarere end indholdet, en oplevelse af uomgængelighed, man ikke lige kan ryste af sig. Er et værk veludført, producerer det tillige en følelse af opløftelse, fordi man mærker kraften i den gennemførte formvilje. Den kunst, der formår at skabe en sådan opløftelse, kan meget vel vise sig at være den vigtigste politiske gestus i en tid, hvor mismodet breder sig ligefrem proportionalt med de mange negative effekter af vores bestræbelser på at gøre verden bedre.

At være eller ikke være er allways coca-cola. Er det et mere ædelt sind, der tåler skæbnens Mars og Bounty end det, der går i kamp mod Carlsbergs hav, og ender det i strid? At dø, at sove – just do it. At tro, at vi med Reebok ender den hjertekval, de tusind Starbrooker, som kødet fik i arv. Det er en SevenEleven vi inderligt må ønske. (Leo)

Som privatperson har jeg en svaghed for landskaber, og jeg har aldrig set et eneste, hvor det pyntede, at der var et reklameskilt. Det er uforståeligt, at mennesker kan vælge at placere et skilt, hvor udsigten bare er skøn. Når jeg engang holder op i Madison Avenue, så vil jeg starte et hemmeligt selskab af folk, der kører verden rundt på lydløse motorcykler og omhugger reklametavler på måneløse nætter. Hvor mange domsmænd ville mon dømme os for disse gode medborgergerninger, hvis vi endelig skulle blive snuppet?

David Ogilvy, grundlægger af Ogilvy og Mathers reklamebureau, i Confessions of an Advertising Man, 1963 i Naomi Klein: No Logo (p. 23), Forlaget Klim 2001.

Folk elsker krig. De vil ikke indrømme det, men de keder sig, og krig er den bedste medicin. Krig fjerner opmærksomheden fra alt det trivielle. (Forsvarsministeren)

Er man feminist bare fordi, man er imod de idealer reklamen fremstiller?

(Iris)

Nogen er nødt til at tage det beskidte arbejde på sig og lave de produkter, de globale mærker skal hænge deres betydning op på. Og det er her, frihandelszonerne kommer ind. I Indonesien, Kina, Mexico, Vietnam, Filippinerne og andre steder opstår der såkaldte export processing zones, produktionszoner, hvor storproducenter af beklædning, legetøj, sko, elektronik, maskineri, ja, selv biler skyder op.(...) Jeg tilbragte en uge i Cavite, fordi det er den største frihandelszone i Filippinerne, et 682 hektar stort, indhegnet industriområde, der huser 207 fabrikker, som producerer varer, der udelukkende er bestemt for eksportmarkederne. (...) Inden for porten samler fabriksarbejderne de færdige produkter til vores mærkevarer verden: Nike-sportssko, Gap-pyjamasser, IBM-computerskærme, Old Navy-bukser. Men på trods af alle disse strålende mærkers tilstedeværelse kunne Cavite – og dets eksplosive antal tilsvarende nye eksportproceszoner i udviklingslandene verden over – meget vel være det eneste sted på jorden, hvor supermærkerne holder lav profil. De er faktisk ret selvudslettende. Deres navne og logoer er ikke smurt op på fabriksfacaderne i denne industrizone. De konkurrerende mærker er her ej heller holdt adskilt i hver sin superstore. De bliver ofte produceret side om side i de samme fabrikker, klistret sammen af de samme arbejdere, syet og loddet på de selv samme maskiner. Det var i Cavite, at jeg endelig fandt et rum uden swoosh, og det fandt jeg mærkeligt nok i fabrikken, der lavede Nike-sko. (...) Lige meget hvor disse EPZ'er ligger, så er der en hypnotiserende enshed ved arbejdernes liv: Arbejdsdagen er lang – fjorten timer i Sri Lanka, tolv i Indonesien, seksten i Sydkina, tolv i Filippinerne. Langt hovedparten af arbejderne er kvinder, og altid unge (...). Ledelsen er militæragtig, de tilsynsførende ofte grove, lønningerne ligger under det, man kan leve for, og arbejdet er ufaglært og monotont. (...) Disse zoner er gennemsyret af angst. Regeringen er bange for at miste deres udenlandske fabrikker, fabrikkerne er bange for at miste deres mærkevarekunder, og arbejderne er bange for at miste deres usikre job.

Naomi Klein: No Logo (p. 220-223), Forlaget Klim 2001

- 1 > Niels Lehmann, institutleder, Institut for Æstetiske Fag
2 > Brian Mikkelsen, kulturminister
3 > Christian Have, direktør HAVE PR & Kommunikation

Samfundets organisering er jo en stor og kompliceret størrelse. På mange punkter ændres vores måde at leve på over længere tid og under påvirkning af mange forskellige faktorer. Når samfundet ændres pludseligt, er det typisk bestemt af store begivenheder som krige og naturkatastrofer. For ikke at tale om den udvikling som tekniske landevindinger fra dampmaskinen til internettet har betydet, for den måde vi organiserer os på. I forhold til denne dimension virker en teaterforestilling ret så lille og betydningsløs.

Men helt så enkelt tror jeg alligevel ikke, at svaret er. Man kommer hurtigt til at tænke på det gamle ordsprog: »Liden tue kan vælte stort læs«. Teatret har en århundrede lang tradition for at give respons på og ofte spiddende kritik af det omgivende samfund. På samme måde er det ofte her, at idéer om andre måder at gøre tingene på, er blevet lanceret og testet. Så at teater kan være endda meget politisk, er der efter min mening ikke tvivl om.

Kan politisk teater så rent faktisk ændre noget eller er det naivt at tro? Man kan jo i samme åndedrag spørge: Ændrer det noget, når man cykler til arbejde i stedet for at tage bilen? Når man vælger økologisk mælk i supermarkedet? Eller for den sags skyld, når man sætter sin stemme til Folketingsvalget? Hver for sig kan disse begivenheder måske virke små - alligevel er de færreste i tvivl om, at de har en betydning, og kan være med til at ændre den måde, vores samfund er skruet sammen på. De er alle bidrag til det, der bliver til samfundets organisering. Derfor mener jeg, at et teaterstykke også kan være en brik, der i samspillet med mange andre, rent faktisk kan flytte noget.

Reklamer giver mig håb og tro på tilværelsen.

(Therese)

- 1 > Niels Lehmann, institutleder, Institut for Æstetiske Fag
2 > Brian Mikkelsen, kulturminister
3 > Christian Have, direktør HAVE PR & Kommunikation

Er det i dagens informationsoverbelastede samfund i det hele taget muligt at skabe en teaterforestilling der reelt påvirker, der reelt gør en forskel...kort sagt får teaterkunsten til at blive synlig i det offentlige rum! Spørgsmålet er interessant og for bare få år siden ville mange branche- og mediefolk nok have svaret med et nej! Men lige nu er der faktisk meget som tyder på at det politiske teater er på vej tilbage »på scenen«. Den nye danske spillefilm »Kongekabale« er et godt eksempel på en stadig større interesse for magtens udøvere, medierne og spindoctors... kort sagt dem som sætter dagsordenen i samfundet. Vi har brug for kunsten til at forstå og skabe refleksioner over det kaos mange af os oplever i vor dagligdag. Før i tiden kunne Kongehuset og Kirken, præsterne og politikerne give os disse svar, men i det seneste årti har vi kigget på fodboldspillerne, modellerne, TV-stjernene og erhvervsledere som »vores guider«! Disse kan naturligvis ikke levere svarene og derfor vender samfundet sig nu atter til kunstens og kulturens aktører! Det politiske teater kan komme til at spille en vigtig rolle i de kommende år...det kræver dog at teaterbranchen tager udfordringen op og bliver sig sit ansvar bevidst! Et samfund uden politisk engagerede kunstnere er som kartofler uden salt! De kan spises...men fornøjelsen kan ligge på et lille sted!

Du kan også opleve afgangsholdet fra Skuespillerskolen i deres afgangsforestilling **K+L+M+R** af den svenske dramatiker Mattias Andersson.

Kaj+Linda+Maj+Robert er personerne i Mattias Anderssons stykke. Eller måske er de mere end fire personer. Måske er de repræsentanter for en stor gruppe af unge mennesker, for hvem meningen med tilværelsen er som et stykke sæbe i et badekar. Man ved den er der, men gribe den og holde fast...

K+L+M+R spiller på **Stiklingen** 25.02-17.03.05. Billetsalg tlf. 7021 3021

Hvor må det være dejligt
altid at vide, hvad man skal mene
om verden – rende rundt som
en korsfæstet og fortælle alle andre,
hvordan de bør handle.

(Therese)

Jeg har set mange grupper, skuespillere, forfattere, rockstjerner – der har haft travlt med at prædike om markeds kræfternes dit og dat. Men så snart tilbudet er stort nok, så drømmer de igen; om huset ved vandet, swimmingpoolen, safari i Afrika, kagedåsen er snart tom, og sommerhuset trænger til en ny veranda. Så er det godt, man kan lave reklamer.

(Birger)

Hvad I skal fokusere på,
er muligheden for at skabe en ny verden, ja,
bruge reklamernes længsel efter oprør
– til at skabe det virkelige oprør.
Forestil jer en reklamefinansieret revolution.

(Birger)

(...)sponsorfirmaerne og den kultur, som de sætter deres mærker på (er) smeltet sammen i en tredje kultur: et univers af mærkevarepersoner, mærkevareprodukter og mærkevaremedier, der lukker sig om sig selv. Interessant nok viser en undersøgelse foretaget af professor Roy F. Fox fra Missouris universitet i 1995, at mange børn intuitivt fatter det dobbelttydige i denne sfære. Undersøgelsen viste, at hovedparten af de gymnasieelever i Missouri, der så Channel Ones mix af nyheder og reklamer, troede at sportsstjernebetalte skofabrikantene for at være med i deres reklamer. "Jeg ved ikke, hvorfor sportsfolkene gør det – betaler for alle de åndssvage reklamer for sig selv. Det er vel for, at nogen flere skal ku' lide dem og deres hold."

Naomi Klein: No Logo (p. 79), Forlaget Klim 2001

I sidste ende er det jo reklamerne, der er
forestillingens trækplaster.

(Therese)

VI STØTTER AARHUS TEATER

Hovedsponsorer



Skandinavisk
Tobakskompagni



Eventsponsorer



Nykredit

paustian

Webbsponsorer



Schindler



Aarhus Teater
er støttet af
Århus Amt

www.aarhusteater.dk udvikles
i samarbejde med webbureauet
Novisell ApS og softwareudvikleren
Dynamic Systems A/S



AARHUS TEATERS ERHVERVSKLUB, TEATERLOGEN

A/S Panda VVS

Aarhus United A/S
www.aarhusunited.com

EDC Mæglerne, Jan Larsen
www.edc.dk

Egå Etiketryk A/S

EJ Graphic A/S

Elna og Erik Mariagers Fond

Entrée Vin-Tøj og Gaver

Hønsberg Construction aps

Jensens Bureau
www.jensens.dk

Jørn Moesgård as
www.moesgaard-as.dk

Jyske Bank
www.jyskebank.dk

KPMG
www.kpmg.dk

Malermester Erik Dalsgaard A/S

Mangaard Rejsecenter A/S
www.mangaard-travel.dk

MN Music
www.mnmusic.dk

Nordea
www.nordea.dk

Nordic Rentals A/S
www.nordic.dk

Phønix-Trykkeriet A/S
www.phoenix-print.dk

Spar Nord Bank
www.sparnord.dk

Svend Andresen A/S
www.svendandresen.dk

Søren Jensen,
Rådgivende Ingeniørfirma
www.sj.dk

Århus Stiftstidende
www.stiften.dk

Bureauet betyder alt for mig. Alligevel er jeg parat til at opgive det hele – alt – hvis jeg kan spille en afgørende rolle for et projekt, der virkelig har potentiale til at, ja, nedbryde de strukturer, der konstant minder folk – og mig selv – om at intet nytter. (Birger)

Det eneste, der kan få denne verden til at vågne, er at bombe. Så hvorfor ikke fylde lommerne med dynamit og storme ind i nationalbanken. Lad os få et festbrag af menneskekød og pengesedler. (Kevin)