



Une bonne nouvelle
Notes on Episode III

Frank Vande Veire

... the truth, the whole truth, surpasses the facts and requires the rupture with their appearance.

Herbert Marcuse

God whispers to us in our pleasures, speaks to us in our conscience, but shouts in our pains: it is His megaphone to rouse a deaf world.

C.S. Lewis

Awkward confidentiality

Documentaries about the world's 'problem zones' are always slanted towards an exclusively western public that needs 'sensitizing'. They address us over the heads of the people imprisoned in the image. At the beginning of *Episode III* RM follows a path through the forest, accompanied by a number of African porters bearing heavy chests. In close up, he confides in us with an almost pathetic gravity. Not wanting his companions to overhear, he discloses in a near whisper: 'You can't give them anything they don't already have. You shouldn't give them anything they don't already have. You should train them, empower them. There are new opportunities, new markets, new products. ... The people in the forest have no clue', he closes pityingly. Only minutes before, he told several of the Africans he was far from impressed by their fishing catch, that perhaps it was time to fish for something else, where the word 'fishing' has an awkwardly Christian undertone. Instantly, as though someone is disclosing an obscene secret you'd rather not hear, you are vaguely irritated at being made an unwitting accomplice. Against a background of sweating porters, RM's talk of 'new markets, new products' and the

Une bonne nouvelle
Aantekeningen rondom Episode III

Frank Vande Veire

De waarheid, de 'gehele waarheid' is meer dan de feiten alleen en eist een breuk met de wijze waarop ze verschijnen.

Herbert Marcuse

God fluistert tot ons in onze vreugde; Hij spreekt in ons geweten; maar Hij roept keihard in ons lijden. Dat lijden is Zijn megafoon om een dove wereld wakker te roepen.

C.S. Lewis

Gênante vertrouwelijkheid

Documentaires over 'probleemgebieden' in de wereld richten zich altijd tot een exclusief westers publiek dat 'gesensibiliseerd' moet worden. Ze spreken tot ons over de hoofden heen van diegenen die in het beeld gevangen zijn. Aan het begin van *Episode III* volgt RM een pad door het woud samen met een aantal zwarten die zware kisten sjouwen. In *close up* vertrouwt hij ons op een haast pathetisch ernstige toon iets toe. Hij fluistert bijna, het is duidelijk dat hij niet wil dat zijn metgezellen er iets van opvangen: 'You can't give them anything they don't already have. You shouldn't give them anything they don't already have. You should train them, empower them. There are new opportunities, new markets, new products. ... The people in the forest have no clue', besluit hij meewarig. Even daarvoor heeft hij enkele zwarten laten weten dat hij niet onder de indruk is van hun visvangst, en dat het misschien tijd wordt om iets anders te gaan 'vissen', waarbij dit 'vissen' een gênant christelijk-spirituele bijklank heeft. Meteen voel je de lichte ergernis van iemand die ongevraagd aan iets medeplichtig wordt gemaakt, alsof iemand je een obscene geheim vertelt

like seems inappropriate and pedantic at best: 'Ah, if only they'd open their eyes!' In fact, the scene of our inadvertent complicity is invisible. It is that of the white man who has the privilege of informing his equals in the living room, cinema or museum, of the situation in which the locals are so immersed they cannot see the wood for the trees. The voice in which RM rather conspiratorially addresses us and himself, addresses himself through us, reveals the gulf yawning between himself and the bearers with whom he navigates the trail. His confidential tone suggests that half a word is sufficient for us to grasp his point. There is something intolerable in the self-evidentiary nature of this understanding, even if this understanding is the *tacit* condition for every documentary or report. That the filmmaker talks to his civilised equals over the heads of those whose lives he is documenting, is masked in every film or TV report by an objectivist discourse offering supposedly neutral information on circumstances *in situ*. We all take for granted the serene, detached tone of the *voice off*, interview or commentary adopted by reporter the world over. RM does not pretend to identify 'more deeply' or 'intensely' with the situation. Quite the contrary: the way in which he films himself reveals the extent to which he is a *Fremdkörper* in the world he is investigating. In which he is unrelenting. When an African asks him whether the word POVERTY on the panel he is setting up is incorrectly spelled, RM casually explains that this panel is intended for an international audience which overwhelmingly opts for English: 'Le film sera montré en Europe, pas ici!' Images documenting suffering are not, of course, for the suffering; they are for those who, thousands of kilometres away in the globalised evermore Anglo Saxonised culture, have the luxury of being able to pity and, thus, to comment on suffering, to explore it, to place it within a broad social, economic, political, psychological, theological global context...

* *The smile as logo*

In a refugee camp in East Congo, healthy, well-nourished boys and girls in white T-shirts are taking photograph after photograph of black refugees sitting on the ground or under tents emblazoned with the UN logo. Their incessant smiles betray a formidable fear: a serious expression might reflect the distress of those they are photographing and, what's more, suggest a pity they are ashamed of because they cannot validate it. Their faces, equipped with cameras and smile, are ours. These faces are the humanitarian mask we assume when faced with the Africans who have drifted into the camp; the immaculate logo we use to shield us from what we cannot avoid seeing. The well-intentioned young people hide behind their starched smiles and apologise for hiding, for the unreal, empty, whiteness of their presence, for having come to take stock of the damage, not repair it. With their smile, they implore those they photograph to forgive them for not being Christ. They take photos as often as they blink, to avoid seeing what they are seeing, as if the camera is a UN-operated prosthesis. This prosthetic piece of equipment erases their own gaze, surrendering it to the Eye of the world. Whenever the shutter clicks, they are blind; it is left to the World to see. They infuse the World with the pity they deem obscene in themselves.

* *God and Mankind*

Reflecting on the ocean of suffering that surrounds us, many invoke God, even if not admitting to it, because they don't believe in God. Aware that pity is repugnant because it is the cheapest way of feeling like a 'good' person, we are quick to appeal to a God, not a God that would end suffering because that is too naive, but a God that will appropriate our pity in order to *cleanse* it, a God who pities with integrity and detachment like the God of Saint Augustine, whose pity is so pure because it is 'without sorrow' – because sorrow is an emotion and every emotion all too easily

dat je helemaal niet wil horen. Tegen de achtergrond van de zwoegende zwarten klinkt RM's gepraat over 'nieuwe markten, nieuwe producten', enzovoort nogal ongepast en bepaald pedant: 'ach, als ze eens hun ogen opendeden!' In feite is de scène waaraan we medeplichtig worden gemaakt onzichtbaar. Het is die van de blanke man die het voorrecht heeft om zijn gelijken in de huiskamer, de bioscoop of het museum, te berichten over de situatie waarin de mensen ter plaatse te zeer ondergedompeld te zijn om haar te kunnen overzien. De stem waarmee RM openhartig en ietwat samenzweerderig tot ons en zichzelf spreekt, via ons tot zichzelf spreekt, laat de kloof voelen tussen hemzelf en de zwarten met wie hij over het pad loopt. Zijn vrouwelijke toon suggereert dat wij aan een half woord genoeg hebben om hem te begrijpen. Aan het vanzelfsprekende van die verstandhouding is iets ondraaglijks, ook al is deze verstandhouding de *verzwegen* voorwaarde voor elke documentaire of reportage. Dat de maker, over de hoofden heen van de mensen wier leven hij documenteert, zijn geciviliseerde gelijken toespreekt, wordt in elk beeldverslag toegedekt onder een objectivistisch discours dat zogenaamd neutrale informatie verschaft over de situatie ter plaatse. Iedereen kent, zonder er bij stil te staan, de serene, onthechte toon van de *voice off*, het interview of het commentaar die elke verslaggever ter wereld zich heeft aangemeten. RM van zijn kant pretendeert niet dat hij zich 'dieper' of 'intenser' met de situatie identificeert. Integendeel: in de manier waarop hij zichzelf in beeld brengt, laat hij zien hoezeer hij een *Fremdkörper* is in de wereld waarover hij bericht. Hij is daar in onverbiddelijk. Als een zwarte hem vraagt of het woord POVERTY op het paneel dat hij aan het opstellen is, niet verkeerd gespeld is, legt RM hem laconiek uit dat dit paneel bestemd is voor het internationale publiek, dat nu eenmaal overwegend het Engels verkiest: 'Le film sera montré en Europe, pas ici!'. Beelden die het lijden documenteren zijn er uiteraard niet voor degenen die het lijden, enkel voor de-

genen die, op duizenden kilometers afstand, in de gemondialiseerde, steeds meer Angelsaksisch wordende cultuur, de luxe hebben om te kunnen *mede*-lijden en dus om het lijden van commentaar te voorzien, het in kaart te brengen, het in zijn brede sociale, economische, politieke, psychologische, theologische, mondiale context te plaatsen...

* *De glimlach als logo*

In een vluchtelingenkamp in Oost-Congo maken frisse, wel-doorvoede jongens en meisjes in witte T-shirts aan één stuk door foto's van zwarte vluchtelingen die op de grond zitten of onder tentzeilen met VN-logo. Hun niet aflatende glimlach verraadt een angstige schroom, alsof ze, indien ze een ernstige blik zouden opzetten, te zeer een spiegel zouden vormen van de ellende van degenen die ze fotograferen en daarenboven een medelijden zouden suggereren waarvoor ze zich schamen omdat ze het niet kunnen waarmaken. Hun met klikkende apparaten en glimlach uitgeruste gezichten zijn de onze. Ze vormen het humanitaire masker dat wij tegenover de in het kamp aangespelde zwarten opzetten, het smetteloze *logo* waarmee we ons afschermen van wat we niettemin onmogelijk niet kunnen blijven zien. Achter die verstarde glimlach verbergen die goedmenende jonge mensen zich én verontschuldigen ze zich voor die verbergings, voor het onwerkelijke, lege, blanke van hun aanwezigheid, voor het feit dat ze de schade komen opmeten, niet herstellen. Met deze glimlach vragen ze degenen die ze fotograferen hun te vergeven dat ze Christus niet zijn. Net zo vaak als mensen met de ogen knipperen maken ze foto's, om niet te hoeven zien wat ze zien, alsof hun fotoapparaat een prothese is die door de VN wordt bediend. Dit prothetische apparaat wist hun eigen blik uit en geeft hem weg aan het Oog van de wereld. Telkens wanneer ze afdrukken zijn ze blind en is het aan de Wereld om te zien. Ze injecteren die Wereld met het medelijden dat ze bij zichzelf obscene vinden.

becomes intoxicating. According to the haggard individual known as the 'last pope' in Nietzsche's Zarathustra, God died of his pity for mankind. When young and energetic, God was intractable and vengeful. But as the years passed, his pity for his creations grew, becoming overwhelming; God finally succumbed to his pity. God's inglorious demise is, of course, a human matter. Another wretch Zarathustra encounters, the 'ugliest man' tells us more: he killed God and calls his murder 'revenge on the witness'. The eye of God, which followed him in his wretchedness, became unbearable: 'But he – had to die: he looked with eyes which beheld everything, – he beheld men's depths and dregs, all his hidden ignominy and ugliness. His pity knew no modesty: he crept into my dirtiest corners. This most prying, over-intrusive, over-pitiful one had to die. He ever beheld me: on such a witness I would have revenge – or not live myself. The God who beheld everything, and also man: that God had to die! Man cannot endure it that such a witness should live.'

But eliminating this witness was no solution. God's murderer now had to endure the burden of God's pity. Hence his ugliness. Now he himself became the witness, of himself and others, preferably others, because no one wants to be the object of pity. It is humiliating to be reduced to a needy creature: unable to derive any strength or wisdom from its suffering, it's greatest desire is to suffer *no longer*. To no longer be complicit in this impossible, humiliating pity we inherited from God we, ugly people, devised another logo: Humanity, the Civilised World that detects suffering in the world and offers relief where it can. Humanity as a sort of Lens through which we see the sufferings of the world. When we look through the Lens this dead God, who could not endure his pitying, haunts us. 'Suffering humanity' is something we know through the God that died inside us. No longer with a God to pity in our stead, this suffering haunts

us more than ever. This God was simultaneously distant and close, impersonal and intimate, detached and boundlessly loving. But in this modern logo, 'Humanity', this mysterious unity has divided itself. 'Humanity' is as flawless, polished and unsullied as a computer screen, but we know this screen conceals an unsleeping Eye, amorphous, inflamed, burning, afire, pierced, terminally sick with its divine all-seeingness. The screen allows us to see without us having to see anything, but the Eye makes it impossible for us not to see, even though we are not looking. The Eye is too obscene to be liveable. So always wears dark glasses like a sun-bronzed adventurer, a slick businessman, a seasoned Doctor Without Borders or a poet who, melancholically besotted by his own impotence, fancies himself Rimbaud.

* *The girl, the logo and God*

RM does not profess to challenge the logic of the logo. Quite the reverse: he forces that logic into a corner where it becomes obvious that the logo is no neutral 'purely pragmatic' identifying mark: the logo is the medium with which the world is presented to us, only then becoming World. We know and feel through the logo. Together, We are We because of the logo. In the hut of a poverty-stricken man for whom RM has prepared a pan of fresh meat and vegetables, logos seem remote but, because this is an illusion, because there is no greater ideological deception than to think that this is just two men of flesh and blood sharing a companionable meal, RM produces a scrap of cloth bearing the flag of the European Union, and pins it to the dress of the man's visibly malnourished daughter. RM doesn't answer when the father asks what the point is. No one asks about the point of a logo: a logo is simply something in circulation. Its ways are unfathomable and, before you know it, there's one pinned to your chest. The EU logo marks the infinite distance between two men that cannot be bridged by a human gesture. A distance RM again underlines

* *God en de Mensheid*

Mijmerend over de oceaen van leed die ons omringt roept menigeen, ook al geeft hij dit zelfs zichzelf niet toe, de God aan waarin hij niet gelooft. Wetend dat zijn medelijden weezinwekkend is, omdat het de allergoedkoopste manier is zichzelf een goed mens te voelen, roept hij al gauw een God aan, niet een God die een einde zou maken aan het lijden, want dat is al te naïef, maar een God die zijn medelijden zou overnemen om het te *zuiveren*, een God die op een integere, onthechte manier mede-lijdt, zoals de God van Augustinus, wiens medelijden zo zuiver is omdat het 'zonder verdriet' is – want verdriet is een gevoel en elk gevoel bedrinkt zich maar al te graag aan zichzelf. Volgens het ellendig hoopje mens dat in Nietzsches Zarathoestra de 'laatste paus' heet, is God gestorven aan zijn medelijden met de mens. Toen God nog jong en levendig was, was hij hard en wraakzuchtig. Maar met het klimmen der jaren kreeg hij steeds meer medelijden met zijn schepselen, tot hij het niet meer kon aanzien en op den duur stikte in zijn medelijden. Uiteraard is deze roemloze dood van God een menselijke aangelegenheid. Daarover vertelt ons een andere sukkel die Zarathoestra tegen het lijf loopt: de 'lelijkste mens'. Hij is de moordenaar van God, en hij noemt zijn moord 'de wraak op de getuige'. Gods blik op hem, die hem in heel zijn ellende doorschouwde, was hem onverdraaglijk geworden: 'Zijn medelijden kende geen schaamte', vertelt hij, 'Hij kroop in mijn vuilste hoeken. Deze al te nieuwsgierige, overopdringerige, overmedelijdende *moest* sterven. Aldoor zag Hij *mij*: op zo'n getuige wilde ik mij wreken – of zelf niet meer leven. ... De mens *verdraagt* het niet, dat zo'n getuige leeft.' Maar het uit de weg ruimen van deze getuige bleek geen oplossing. Gods moordenaar moest nu zelf de last van Gods medelijden dragen. Vandaar zijn lelijkheid. Hij werd nu zelf de getuige, van zichzelf en de andere mensen, bij voorkeur van de anderen, want niemand wenst een voorwerp van medelijden te zijn, het is vernederend te worden herleid tot

een wezen dat alleen maar hulp behoeft, dat uit zijn lijden geen enkele kracht of wijsheid weet te putten en dus geen hoger verlangen meer heeft dan *niet* meer te lijden. Om niet langer medeplichtig te zijn aan dit onmogelijke, vernederende medelijden dat we van God geërfd hebben, hebben wij, lelijke mensen, een ander logo bedacht: de Mensheid, de Beschaafde Wereld die het lijden in de wereld detecteert en waar mogelijk te hulp komt. De Mensheid is een soort Lens waardoor wij het leed in de wereld aanschouwen. Wanneer wij door die Lens kijken, spookt die dode God, die zijn medelijden niet aankon, in ons. De 'lijdende mensheid', het is iets dat we kennen door die God die in ons gestorven is. Dit lijden bespookt ons meer dan ooit sinds er geen God meer is die in onze plaats mede-lijdt. Die God was tegelijkertijd veraf en nabij, onpersoonlijk en intiem, onthecht en oneindig liefdevol. Maar in dat moderne logo, de 'Mensheid', is die mysterieuze eenheid uit elkaar gevallen. De 'Mensheid' is even smetteloos, glad en schoon als een beeldscherm, maar we weten dat dit scherm een slapeloos Oog verbergt, amorf, gezwollen, branderig, aangestoken, doorboord, dodelijk ziek van zijn goddelijke alziendheid. Het scherm laat ons toe te kijken zonder dat we iets hoeven te zien, maar dat Oog maakt het ons onmogelijk niet te zien, ook al kijken we niet. Dat Oog is te obscene om leefbaar te zijn. Daarom heeft het altijd een donkere zonnebril aan, als een bruinbrande avonturier, een gehaaide zakenman, een door de wol geverfde arts-zonder-grenzen, of een poëet die zich, melancholisch verliefd op zijn onvermogen, Rimbaud waant.

* *Het meisje, het logo en God*

RM pretendeert niet de logica van het logo te doorbreken. Hij drijft integendeel die logica op de spits, waardoor voelbaar wordt dat het logo geen neutraal, 'louter pragmatisch' herkenningsteken is: het logo is het medium waarmee de wereld aan ons wordt gepresenteerd en pas tot Wereld wordt. Wij weten en voelen via het logo. Wij vormen samen

when explaining to the man that he should not expect his circumstances to improve; he should not expect anything more than this meal that unexpectedly fell from the sky like a UN food parcel. RM shows no humanity; he is the cool ambassador of Pitying Humanity Ltd. After RM pins the logo to the child, the man gushes with gratitude: 'Dieu existe', he says, 'je n'ai pas cru que je mangerais de la sorte avec mes enfants'. The only explanation he can conceive for the unexpectedness, the absurdity of RM's gift, is 'God'.

* *Nous sommes une source*

An exhibition of evocative black and white photographs of plantation workers. The images tastefully exploit the romantic fascination for this kind of 'unrestrained primitivism'. One can imagine a commentary suggesting that this series 'dignifies the black workers'. The French owner and operator of the plantation buys several photographs. He is grateful to the photographer for transforming the bodies who labour for him in return for half a dollar every three days, into an emblem of Authenticity. Even a black visitor to the exhibition, familiar with the hopeless situation of the workers portrayed from personal experience, admits the photographs are a feast for the eye. Now, he experiences the poverty from which he escaped as quaint, even moving.

* *Un service émotionnel*

RM's message: given that the Congolese are systematically denied the right to exploit and market their own raw materials themselves, the only primary capital resource available to them is in fact their own suffering. Up to now, this pain has been nothing more than a blind fate that they endure. Which is why, according to RM, the time is ripe for them to exploit this suffering – which involves them taking charge of the registration, distribution, and sale of the images of that suffering. For them, this is not only far more lucrative than dead-end labour in mines or on

plantations: it is also a way of giving something back to Humanity. For poverty, as RM concedes to the Congolese *en passant*, is not merely a curse but 'a gift given for the better understanding of life'; so it is worthwhile to give this gift to the World. Subsequently, the blacks are no longer simply beggars, but proud bearers of a gift that renders an 'emotional service' to those privileged enough to belong to the World. And this is what, in simple terms, RM shares with the Africans in awe of his panel of neon letters 'ENJOY please POVERTY': 'the experience of your suffering makes me a better person. You're really doing me a favour, *merci beaucoup*'.

* *See their joy!*

Is RM's 'message', his 'analysis of the situation', accurate? Is the only way forward for the bitterly poor Congolese to take charge of representations of their own suffering so that they can sell their very *lack* of resources? However, the film soon makes clear that even this is a hopeless prospect. Urged on by RM, the local photographers can take as many photos of corpses, starving children and raped women as they like; but it won't give them access to the image market. It is suggested that their project is morally inappropriate and unprofessional to boot. There may be channels to produce the work, but not to distribute it. The depiction of African suffering continues to be monopolised by western journalists, photographers and artists. It is clear that RM's radically pessimistic analysis does not merit empirical testing: what it does is show in no uncertain terms that the rhetoric of hope paraded by countless reporters, professional photographers, UN officials, humanitarian workers, doctors and relief workers, is highly questionable. All justify their position based on the notion that 'despite everything' there is still hope. Perhaps, in the light of the millions that perished in the wake of war or hunger during the last decennium in Congo, and of

een Wij dankzij het logo. In de hut van een doodarme man voor wie RM een pot vers vlees en groenten heeft gekookt, lijkt elk logo veraf, maar omdat dit een illusie is, omdat er geen groter ideologisch bedrog is dan te denken dat daar nu gewoon twee mannen van vlees en bloed broederlijk met elkaar zitten te eten, haalt RM een lapje stof met de vlag van de Europese Unie boven en speldt het op het jurkje van het duidelijk ondervoede dochtertje. RM ontwijkt de vraag van de vader naar de zin hiervan. Naar de zin van een logo vraagt men niet: een logo is iets wat nu eenmaal circuleert. De wegen ervan zijn ondoorgroendelijk en voor je het weet krijg je het opgeprikt. Het logo van de EU markeert de onmetelijke, door geen enkel menselijk gebaar te overbruggen afstand tussen de twee mannen. RM beklemtoont nog eens die afstand wanneer hij de man uitlegt dat hij niet moet verwachten dat er ooit verbetering komt in zijn toestand, dat hij dus niet méér moet verwachten dan dit eetmaal dat onverwacht uit de hemel komt vallen zoals de voedselpakketten van de VN. RM meet zich geen menselijkheid aan, hij is de nogal koele gezant van de Medelijdende Mensheid N.V. Even nadat hij het logo bij het meisje heeft aangebracht, zien we de man, overlopend van dankbaarheid: 'Dieu existe', zegt hij, 'je n'ai pas cru que je mangerais de la sorte avec mes enfants'. Alleen 'God' kan voor hem een verklaring bieden voor het onverwachte, ongerijmde van RM's gift.

* *Nous sommes une source*

Een vernissage van mooie zwart-witfoto's van arbeiders die op een plantage werken. De foto's buiten op smaakvolle wijze de romantische fascinatie uit voor dit soort 'onbevengene primitivisme'. Men kan zich een commentaar voorstellen dat beweert dat deze foto's de afgebeelde zwarten 'hun waardigheid en trots teruggeven'. De Franse eigenaar en uitbater van de plantage koopt enkele foto's. Hij is de fotograaf vast dankbaar, want deze heeft de lichamen die de eigenaar voor een halve dollar per drie dagen laat werken, getransformeerd tot

emblem van Authenticiteit. Zelfs een zwarte bezoeker op de tentoonstelling, die de uitzichtloze situatie van de afgebeelde arbeiders uit ervaring kent, geeft toe dat hij met plezier naar deze beelden kijkt. De armoede waaraan hij zichzelf heeft ontworsteld, is voor hemzelf een ontroerend artikel geworden.

* *Un service émotionnel*

RM's boodschap: aangezien de Congolezen systematisch het recht wordt ontzegd om in eigen beheer hun eigen grondstoffen te ontginnen en op de markt te brengen, is de enige grondstof waarover ze werkelijk beschikken hun eigen ellende. Deze ellende is tot nog toe enkel een blind lot dat ze ondergaan. Daarom wordt het volgens RM tijd dat ze die ellende uitbuiten – wat inhoudt dat ze zelf de registratie, distributie en verkoop van de beelden van die ellende in handen nemen. Dit is voor hen niet alleen veel lucratiever dan de uitzichtloze arbeid in mijnen of op plantages, maar ook een manier om aan de Mensheid iets terug te geven, want armoede, laat RM zich haast terloops tegenover de zwarten ontvallen, is niet enkel een vloek, maar 'een gift die gegeven wordt tot groter begrip van het leven', en dus is het de moeite waard om deze gift aan de Wereld door te geven. Zo zijn de zwarten niet langer slechts bedelaars, maar kunnen ze ook de trotse schenkers worden van een goed dat diegenen die het privilege hebben om tot de Wereld te behoren een 'emotionele dienst' bewijst. RM zegt het onomwonden tegen de zwarten die onder de indruk zijn van zijn paneel met neonletters 'ENJOY please POVERTY': 'de ervaring van uw lijden maakt me tot een beter persoon. U bewijst me echt een dienst, *merci beaucoup*'.

* *Zie hun vreugde!*

Is de 'boodschap' van RM, zijn 'analyse van de situatie' juist? Is de enige uitweg voor de straatarme Congolees inderdaad dat hij de beeldvorming omtrent zijn eigen ellende zelf verzorgt, dat hij dus zijn *gebrek* aan hulpbron-

the many still living under threat of war and terror and in unmentionable wretchedness with the prospect of a premature, squalid, death – perhaps in this light it is immoral to suggest that there is always hope. There is no hope for the dead and even less for those to whom survival as a biological entity is the best they can expect from life. The rhetoric of hope not only glides too quickly over the dead, it also skims over the here-and-now of fatal misery. This is why hope is often simply a logo to make our pitying view of hopelessness endurable, purging it of all traces of obscene fascination for the life that survives, thereby reassuring us of our humanity. Is RM being 'ironic' when he encourages the Africans to throw a party in celebration of *ENJOY please POVERTY*? He replaces the obligatory, humanitarian logo of hope by that of *assumed* hopelessness: of acceptance. While the Africans are surrounded by logos making vague promises to redeem them from their misery, their poverty itself now becomes a logo. A logo they do not reject. As the tom-toms sound, RM entreats some of the men to resign themselves to their fate; advice which they accept. The neon words, resonant with the Christian message that poverty is a blessing for it brings man closer to God, lights up in the night. It is written in a language alien to the partygoers, its presence an echo of the global culture of spectacle, its roots in the local community non-existent. An emblem of their displacement and, precisely because of this, the logo evokes a desire for something completely new: for the coming of something or someone that can change everything with a single blow; in a flash. It is a preposterous, scandalous *coincidentia oppositorum*: the very words that exhort them to resignation kindle a glimmer of light in the darkness that is their lives. The words that implore them to abandon all hope are also the emblem of a messianic hope, a hope that gives them nothing to hope for, thus does not frustratingly, humiliatingly entice with a dream against which they measure their quality of life. 'Non, il n'y a rien

nen verkoopt? Het blijkt alvast uit de film dat deze uitweg is afgesloten. De plaatselijke fotografen kunnen, daartoe aangespoord door RM, zoveel foto's van lijken, hongerende kinderen en verkrachte vrouwen maken als ze willen, maar ze krijgen ermee geen toegang tot de beeldenmarkt. Er wordt hun gesuggereerd dat hun project moreel ongepast is, en bovendien niet professioneel genoeg. Productie is dus mogelijk, maar geen distributie. De beeldvorming van Afrikaanse ellende blijft dus alsnog het monopolie van westerse journalisten, fotografen en kunstenaars. Het is duidelijk dat RM's radicaal pessimistische analyse niet dient om aan de empirie getoetst te worden, maar om ons te laten voelen dat er iets bedenkelijks is aan de retoriek van de hoop, gedeeld door talloze reporters, beroepsfotografen, VN-officials, humanitaire werkers, artsen en documentairemakers. Allen weten hun positie gerechtvaardigd vanuit de idee dat er, 'ondanks alles', toch nog hoop is. Misschien is het, in het licht van de miljoenen die in het laatste decennium in Congo door oorlog en hongersnood zijn omgekomen, en van de tallozen die nog steeds leven in oorlog en onder terreur en in onnoemelijke ellende leven met het vooruitzicht op een vroege, ellendige dood – misschien is het in dit licht immoreel om te suggereren dat er altijd nog hoop is. Hoop is er niet voor de omgekomenen, en evenmin voor degenen voor wie een overleven als biologisch wezen het hoogste is dat ze van het leven kunnen verwachten. De retoriek van de hoop springt niet alleen te gemakkelijk over de doden heen, maar ook over het hier-en-nu van de dodelijke ellende. Daarom is hoop vaak enkel een logo waarmee we onze medelijdende blik op het hopeloze draaglijk maken, hem witwassen van alle obscene fascinatie voor het louter overlevende leven die eraan kleeft om onszelf te verzekeren van onze menselijkheid. Is RM 'ironisch' wanneer hij de zwarten een feestje laat bouwen rond zijn *ENJOY please POVERTY*? Hij vervangt het obligate, humanitaire logo van de hoop door dat van de *geassumeerde* hopeloosheid: van de aanvaar-



préparé pour vous!', RM exclaims. Apart from this absurd message hanging in thin air, he has nothing more to offer. Normally, logos – however omniscient – are cloaked by the sober pragmatism of humanitarian action. Now, all that is visible is the logo, glimmering over a knot of shadowy figures gazing at it in awe. 'The children love it', says one man, 'c'est une bonne nouvelle'. And when, brimming with delight, he adds: 'voie leur joie!' it is almost unendurable, because there is nothing more moving than the joy of children without a future; you rein in such an emotion because it is tainted by the familiar 'Well, they're so grateful, you know! Satisfied with so little!'

** Is he not inhuman?*

RM's films prompt one to ask about the man behind the artist. We want to be assured his intentions are good; that, all in all, he means the world well. This is our way of exonerating ourselves beforehand, fearful that, at the unprotected mercy of our own eyes, we will be complicit in something we suspect is inhuman. This is, of course, a defence mechanism: we are already complicit but refuse to acknowledge it, and thus project everything onto the filmmaker. 'Isn't what he does plain cynical?' 'His cynicism's just a cover – he's super-sensitive!' With speculations of this sort we evade responsibility for dealing with the dilemmas and impasses that RM draws us into.

** There's a shadow hanging over me*

What does RM want? What is he driving at? What is his hidden agenda? What is he if he isn't a relief worker or photographer and only appears to be a journalist? The whiteness of the photographers, their faceless, dead smiles, is nothing strange to him. When interviewing a plantation owner or men working for a gold-mining company RM seems an investigative journalist, but not when trying to convince people their poverty can be a source of income, or

when telling them accepting their poverty will bring peace of mind. And, when asked by a 'human rights investigator' what he is doing in Congo, he earnestly replies: 'I teach them how to deal with life', his response smacks of pedantry, paternalism, quackery or plain idiocy; the irony we strain to hear is absent, although our desire of that irony is equally idiotic. Hypothesis: RM is 'RM'. He is a logo, a wandering logo like his *ENJOY please POVERTY* sailing down the river. While today businesses and organisations want to be seen and recognised the world over, want to be 'branded' into our minds, to tattoo the skin of the world with their logo, they are meanwhile becoming evermore shadowy and obscure when it comes to location, management and financing. RM embodies this abstraction of the logo that, ubiquitously, represents something that is equivocal and unapproachable. Which accounts for the anomalous melding in RM of narcissism and detachment, self-promotion and absence, as if focusing attention on himself is simply a way to expose a kind of lack, an insufficiency. The film contains a Tarkovsky-esque scene. RM walks through a forest where the earth underfoot is marshy. His black compan-



ding. Terwijl de zwarten anders omringd zijn door logo's die de vage belofte inhouden dat ze uit hun ellende zullen worden verlost, is nu hun armoede zelf een logo geworden. Zij wijzen dit logo niet af. Wanneer RM onder het geroffel van de tamtams enkele mannen bezweert dat ze zich maar beter kunnen schikken in hun lot, aanvaarden ze zijn advies. De neonboodschap, waarin iets resonanceert van de christelijke boodschap dat armoede een zegen is want dichter bij God brengt, schittert in de nacht. Hij is geschreven in een taal die de feestenden niet begrijpen, en gegoten in de vorm van de mondiale spektakelcultuur, zonder enige verankering in de lokale gemeenschap. Hij is een embleem van hun ontworteling, maar juist hierdoor roept hij het verlangen op naar iets totaal nieuws, naar de komst van iets of iemand die alles in één klap of één flits zou veranderen. Het is een ongerijmde, schandalige *coincidentia oppositorum*: dezelfde woorden die hen oproepen tot resignatie slaan een opening van licht in de nacht waarin zij leven. De woorden die hun bezweren alle hoop te laten varen vormen tevens het embleem van een messiaanse hoop, een hoop die hun niets geeft om te hopen en dus ook niet frustrerend en vernederend lokt met een droombeeld waaraan ze de kwaliteit van hun leven afmeten. 'Non, il n'y a rien préparé pour vous!', zegt RM met klem. Buiten deze absurde, in het ijle hangende boodschap heeft hij niets te bieden. Normaal verbergen de logo's zich, hoe alomtegenwoordig ze ook zijn, achter de nuchtere pragmatiek van de humanitaire verrichtingen. Nu is haast alleen het logo zichtbaar, schijnend over een troep zwarte schimmen die er verrukt naar staren. 'De kinderen vinden het geweldig', zegt een zwarte man, 'c'est une bonne nouvelle'. En wanneer hij er, zelf verrukt, aan toevoegt: 'voie leur joie!', dan is dat bijna ondraaglijk, want al is niets zo ontroerend als de vreugde van kinderen zonder toekomst, op die ontroering zet je meteen een rem, want ze is bevuild door het bekende 'ach, je moest eens weten, je krijgt er zoveel dankbaarheid van! Ze zijn met zo weinig gelukkig!'

** Is hij niet onmenselijk?*

Met betrekking tot RM's films bestaat de neiging om meteen de vraag te stellen naar de mens achter de kunstenaar. We willen ons ervan vergewissen of zijn intenties wel zuiver zijn, of hij het al met al wel goed meent met de wereld. Hiermee willen we ons op voorhand vrijpleiten, want we zijn bang dat we, onbeschermd overgeleverd aan het eigen kijken, medeplichtig worden aan iets onmenselijks dat we vermoeden. Uiteraard is dit een defensiemechanisme: we zijn reeds medeplichtig, maar dat willen we niet weten en dus wentelen we alles af op de filmer. – 'Is het niet gewoon cynisch wat hij doet?' – 'Ach, zijn cynisme is toch enkel de pose van een extreem gevoelige ziel!' Met dit soort speculaties ontwijken we de verantwoordelijkheid om zelf om te gaan met de dilemma's en impasses waarin RM ons meezuigt.

** There's a shadow hanging over me*

Wat wil RM? Waar stuurt hij op aan? Wat is zijn verborgen agenda? Wat is hij, als hij geen humanitaire werker of fotograaf is en slechts in schijn een journalist? De blankheid van de fotografen, hun gezichtloze, dode glimlach is hem niet vreemd. Als hij vragen stelt aan het hoofd van een plantage of aan medewerkers van een bedrijf dat naar goud delft, dan lijkt hij een onderzoeksjournalist, maar niet wanneer hij mannen ervan wil overtuigen dat hun armoede een bron van inkomsten kan zijn, of hun vertelt dat de aanvaarding van hun armoede hen gemoedsrust kan schenken. Als hij, door een 'human rights investigator' gevraagd wat hij in Congo uitricht, doodserius zegt: 'I teach them how to deal with life', klinkt dat pedant, paternalistisch, charlatanachtig, of gewoon idioot, en de ironie die je erin zou willen horen ontbreekt, al is het net zo idioot om die ironie te willen. Hypothese: RM is 'RM'. Hij is een logo, een logo dat rondwandelt zoals zijn *ENJOY please POVERTY* langs de rivier vaart. Terwijl bedrijven en organisaties vandaag overal zichtbaar

ions proceed ahead, carrying heavy cases. His expression is grave and slightly pained. Under his breath he sings: 'A man needs a maid'. While, half-blinded by the sun, he turns his face to the sky, the violins surge and Neil Young's world-famous querulous voice breaks out. The camera pans to RM's bearers and, finally, to the swollen river that, having burst its banks, shimmers in the sun. This is the one and only time the film pauses on a scene devoid of people and nature, as it were, immediately utilises this to unabashedly reveal its purposeless splendour. Just for a moment, in this sophisticated, painfully composed scene at odds with the rest of the film, RM is an actor supported by Young's opulent, plangent love song, vanquishing the audience with a single *sehnsuchtige* glance. But the sublime kitsch of this scene does nothing to conceal the fact that this actor is only playing himself: the actor that he *is*. His *Sehnsucht* is a logo, an indelible identifying mark he wears on his face. In the guise of the melancholy artist in love with his impotent quest for redemption, RM is *himself*. 'It was cold, and it rained, and I felt like an actor'.

Frank Vande Veire is a philosopher, based in Ghent

en herkenbaar willen zijn, zich in ons bewustzijn willen 'branden', de huid van de wereld willen tatoeëren met hun logo, worden ze ondertussen steeds schimmiger, onduidelijker qua locatie, leiding en financiering. RM belichaamt deze abstractie van het logo dat, alomtegenwoordig, iets representeert dat ongrijpbaar en onaanspreekbaar is. Vandaar dat vreemde samengaan bij hem van narcisme en onthechting, van zelfprofilering en afwezigheid, alsof hij enkel de aandacht op zichzelf vestigt om een soort ontbreken, een ontoereikendheid te laten zien. Er is in de film een Tarkovskij-achtige scène. RM stapt door een bos met drassige ondergrond. Zijn zwarte metgezellen lopen op hem vooruit met zware kisten. Zijn gezicht staat ernstig, ietwat gekweld. Zachtjes zingt hij 'A man needs a maid'. Terwijl hij, halfverblind door de zon, zijn gezicht naar de hemel wendt, zwellen de violen aan en weerklinkt Neil Youngs wereldberoemde frêle stem. De camera draait weg naar RM's dragers en uiteindelijk naar de uitbundig in de zon glinsterende, uit zijn oevers getreden rivier. Voor de eerste en enige keer in de film zien we enkel natuur zonder mensen, waarvan die natuur, lijkt het, meteen gebruik maakt om onbeschaamd haar nutteloze pracht prijs te geven. In deze uitgekende, pijnlijk bestudeerde scène, die breekt met de rest van de film, is RM even een acteur die, ondersteund door Youngs luxueuze liefdesklacht, het publiek met één *sehnsuchtige* blik weet in te pakken. Maar de sublieme kitsch van deze scène verheelt niet dat deze acteur enkel zichzelf speelt, wel te verstaan: de acteur die hij *is*. Zijn *Sehnsucht* is een logo dat hij als een onuitwisbaar merkteken op zijn gezicht draagt. Vermoed als de melancholische kunstenaar, verliefd op zijn onmachtig naar verlossing zoekende verlangen, is RM *zichzelf*. – 'It was cold, and it rained, and I felt like an actor'.

Frank Vande Veire is filosoof, werkzaam in Gent

EPISODE III - Enjoy Poverty
Concept, regie, camera, productie /
Concept, direction, camera, production:
Renzo Martens.
Montage / Editor: Jan de Coster
Regie-advies / Direction advisor:
Eric Vanderborght
Extra Camera: Jean-Francois Mombia,
Peter Kruger, Mumbere Mughenye
Rwa
Co-productie / Co-production:
Peter Kruger - INTI Films.
Postproductie coördinatie /
Coordination post production:
Xenia Vanderlinden - INTI Films
Montage-assistent / Assistant editor:
Nathalie Cools, Stephanie Perin.
Geluidsmontage / Sound editor:
Raf Enkels.

Mede mogelijk gemaakt door /
Made possible by:
Fonds voor Beeldende Kunst,
Vormgeving en Bouwkunst, Nederlands
Filmfonds, Nationale Commissie voor
Internationale Samenwerking en
Duurzame Ontwikkeling NCDO, Prins
Bernhard Fonds, Vlaams Audiovisueel
Fonds, VPRO, Lichtpunt, I YLE I.



Stedelijk Museum Bureau Amsterdam
Rozenstraat 59, 1016 NN Amsterdam
t +31 (0)20 4220471
f +31 (0)20 6261730
www.smba.nl/mail@smba.nl

Open dinsdag tot en met zondag
van 11.00 tot 17.00 uur.
25 december en 1 januari gesloten /
Open Tuesday – Sunday from 11 am
to 5 pm.
Closed on 25 December and 1
January

Stedelijk Museum Bureau Amsterdam
is een activiteit van het
Stedelijk Museum Amsterdam /
Stedelijk Museum Bureau Amsterdam
is an activity of the Stedelijk Museum
Amsterdam
www.stedelijk.nl

Colofon / Colophon

Coördinatie en redactie /
Co-ordination and editing:
Jelle Bouwhuis
Vertaling / Translation: Lisa Holden,
Don Mader
Design: Mevis & Van Deursen
Druk / Printing: die Keure, Brugge
SMBA: Jelle Bouwhuis (curator),
Jan Meijer (office manager),
Kerstin Winking (assistant curator),
Marijke Botter, Marie Bromander
(receptionists), Suzie Herman
(intern)

Deze nieuwsbrief is mede mogelijk
gemaakt door /
This newsletter is made possible by:

