

[CHEERS AND APPLAUSE]

**THANK YOU**

HOW YOU DOING, FOLKS?

**ME** too

you gotta bear

*with me*

**I'M VERY TIRED.** VERY TIRED

OF TRAVELING

**VERY TIRED AND**

OF DOING

**comedy**

**AND** VERY TIRED **OF**

**STARING OUT AT** YOUR

VACANT **FACES**

LOOKING BACK AT

**MEME** <sup>WANTING</sup> **TO FILL**

YOUR **EMPTY LIVES**

with **humor**

**YOU** COULDN'T POSSIBLY

**think of** YOURSELVES.

**good evening!**

by t

Patrick van der Gronde: 'Als iemand het woord heeft gepakt en nooit meer teruggegeven, is het Bill Hicks. Een predikant vermomd als stand-up comedian. Ben ik nu ook "Satan's spawn"? *If you hate something, change it!*'

tekst Paul de Lange

# he way, anyone here in advertising or marketing?

# KILL YOURSELF!

Bill Hicks was de eerste stand-up comedian die werd gecensureerd op de Amerikaanse zender CBS. Niet na obscene gedrag, maar vanwege zijn woorden. Vijftien jaar na zijn dood hebben die aan kracht nog niets ingeboet.

***'Kill yourselves – seriously. You are the ruiner of all things good, seriously. No, this is not a joke. You're going, 'there's gotta to be a joke coming.' There's no fucking joke coming. You are Satan's spawn filling the world with bile and garbage.'***

De boodschap van de Amerikaanse stand-up comedian Bill Hicks aan iedereen werkzaam in de reclame- en marketingwereld is helder. En ruim twintig jaar na dato nog

altijd populair. Wie op Youtube zoekt naar filmpjes van de jong gestorven Hicks, vindt er enkele honderden. Maar bovenstaande anti-reclame-tirade is met ruim één miljoen hits het meest bekeken. Ook op tv leeft Hicks voort. Begin dit jaar wijdde David Letterman een complete show aan de stand-up comedian. In Nederland verwijst cabaretier Theo Maassen steevast naar Hicks als inspiratiebron. Hoe kan het dat de woorden van een stand-up comedian vijftien jaar na zijn dood nog altijd springlevend zijn?

In elk geval niet omdat hij die woorden voor een zo groot mogelijk publiek verkondigde. De zalen waarin Hicks gewoon was op te treden, boden doorgaans plaats aan een paar honderd man. Een paar duizend, hoogstens. Hij gaf er vaak drie voorstelling per avond, driehonderd avonden per jaar, vele jaren achtereenvolgend. Een andere aanpak dan tijdgenoten als Jerry Seinfeld, Gary Shandling en Jay Leno. Stand-up comedians met wie Hicks al op 18-jarige leeftijd gelijktijdig op het affiche van de Comedy Store in Hollywood stond. Verschil met Hicks: ze werden groot via eigen tv-shows. Niet dat de tv-wereld Hicks' talent onopgemerkt liet. Voor de David Letterman Show kwam hij in totaal tot elf performances. Volgens critici had Hicks voldoende talent om zijn eigen tv-show te krijgen - op prime time.

***'People watch television *nó*t to think.'***

Maar wie in de VS groot wil worden via televisie, moet zich aan de wetten van het medium houden. Eén van de hoofdregels: tv is er ter vermaak. De stand-up comedian die kijkers niet alleen aan het lachen wil krijgen, maar ook tot denken wil aansporen, maakt het zichzelf lastig. En als er volgens Hicks iets was dat mensen niet tot denken aanzette, dan was het wel televisie. Bovendien: bij elk optreden voor de David Letterman Show moest hij onderhandelen over zijn materiaal. De scherpe kantjes daarvan zouden adverteerders kunnen afschrikken. Tv-shows waren in Hicks' visie bedoeld om adverteerders een publiek, een doelgroep, te bieden. Terwijl één van zijn terugkerende thema's de verziekende werking van commercie was. De letters USA stonden in zijn visie voor United States of Advertising.

***'I know what all the marketing people are thinking right now too, 'Oh, you know what Bill's doing, he's going for that anti-marketing dollar. That's a good market, he's very smart.' Oh man, I am not doing that. You fucking evil scumbags!'***

Ironisch genoeg is Hicks geliefd onder de mensen die hij zo haatte. Zoals de Lullo's van Jiskefet juist bij studenten populair waren, zo blijkt het werk van Hicks in de reclame-wereld bewondering te oogsten. Bijvoorbeeld bij copywriter Pim Gerrits van KesselsKramer. 'Ik ken in het wereldje aardig wat mensen die liefhebber van Hicks zijn, ja. Zelf ben ik groot fan. Waarom? Het is vooral de manier waarop hij de absurditeit van de realiteit aantoont. Wat hij zei was gewoon waar. Als je kijkt naar zijn uitlatingen over drugsbeleid of over pornografie, dat zijn vaak opsommingen van waarheden.' Inspireert Hicks hem ook als copywriter? Gerrits: 'In zekere zin wel. Het is niet zo dat ik rechtstreeks ideeën voor teksten aan hem te danken heb of zo - dan zou ie zich omdraaien in zijn graf. Maar zijn uitspraken over reclame maken je wel bewust van de macht die je hebt als reclamemaker, en de verantwoordelijkheid die daarbij hoort. Daar probeer ik rekening mee te houden. Bijvoorbeeld door een merk eerlijk te laten communiceren. Ik moet alles geloven wat ik schrijf. Zoals Hicks tegen artiesten roept: "play from your fucking heart."' Zelf was Hicks een begenadigd muzikant. Ook als stand-up comedian was hij een performer die zijn teksten nooit kaal

bracht. Hicks produceerde via zijn microfoon vervreemdende geluiden, sprong en dook op het podium om zijn woorden kracht bij te zetten. Maar toch zijn het vooral die woorden zelf die hem levend houden. Op papier boeten ze aan kracht nauwelijks in - iets wat voor veel van Hicks' collega's niet opgaat.

***'These are our rock stars. What kind of fucking Reagan wet dream is this world, man? Rockstars hawking Diet Cokes! What real rockstar would do something like that, you know?' (...)' I tell ya, if money had a dick, George Micheal would be a flammin' faggot.'***

Stand-up comedian Richard Jeni beredeneert in de documentaire It's Just A Ride (over het leven van Hicks) dat comedians beschikken over een ultieme 'licence to tell the truth.' Filmmakers moeten rekening houden met de belangen van filmbazen, artiesten hebben te maken met een platenmaatschappij, tv-sterren met een tv-netwerk. Daarom kunnen ze allemaal niet op eigen houtje morrelen aan de mainstream overtuigingen van het publiek. Althans, niet zonder een deel daarvan te verliezen - en daarmee adverteerders. Stand-up comedians kunnen dat wel. Jeni: 'For that reason, they have probably more license than anybody. Most of them don't take it. Bill took it.'

Die redenering gaat op, maar alleen voor de zaaloptredens van Hicks. Het prijskaartje dat op tv aan het vertolken van de waarheid hing, werd hem pijnlijk duidelijk bij zijn laatste optreden voor de David Letterman Show, in 1994. Bij de 32-jarige Hicks was toen al alvleesklierkanker vastgesteld, waaraan hij kort daarna zou overlijden. Een zieke Hicks gaf nog een keer de volle laag, ditmaal kregen met name pro-lifers (anti-abortus strijders) ervan langs. De opname werd gecensureerd, tot verwondering van Hicks. Het waren overduidelijk toch slechts grappen? Woorden, niet meer dan dat. Een geplande commercial van een pro-life-instelling bleek hem de das om te hebben gedaan. Vier maanden voor zijn dood wist Bill Hicks de kracht van zijn eigen woorden nog altijd niet op waarde te schatten.

***'Jesus murdered; Martin Luther King murdered; Malcolm X murdered; Gandhi murdered; John Lennon murdered; Reagan... wounded. But it doesn't matter because: It's just a ride.'***