

GERARD TER HORST [nd.nl/geloof](http://nd.nl/geloof) BEELD FOX

# The Passion in VS is écht anders

...De eerste editie van *The Passion* trok in de Verenigde Staten zondagavond 6,6 miljoen kijkers.

...Het geseculariseerde Europa is er misschien een betere voedingsbodem voor, zegt theoloog Mirella Klomp.

## ► NEW ORLEANS

De eerste Amerikaanse editie van de moderne paasvertelling *The Passion* zit er op. In de zuidelijke havenstad New Orleans kwamen zondagavond een paar duizend mensen naar de live-uitvoering, schat theoloog en liturgiedeskundige Mirella Klomp, verbonden aan de Protestantse Theologische Universiteit in Amsterdam. Ze deed eerder al onderzoek naar de Nederlandse *The Passion* en was afgelopen weekeinde in New Orleans om de uit Nederland overgewaaide moderne paasvertelling gade te slaan. In Amerika, waar 6,6 miljoen mensen live op tv de uitvoering volgden, wisten televisierecensenten zondagavond meteen raad met de eerste editie. De krant *USA Today* sprak van een 'Jezus-jukebox-musical' en de gerenommeerde *New York Times* deed het geheel denken aan 'de feestelijke opening van een winkelcentrum'. Klomp wil ervan afblijven of die kritiek terecht is, 'maar duidelijk is dat Amerikaanse recensenten over het algemeen een verhaal met een duidelijker christelijke boodschap verwachtten. Religie ligt in Amerika echt anders dan in Europa en Nederland. Misschien is onze geseculariseerde samenleving wel een betere voedingsbodem voor zoiets als *The Passion*.'

## oranje overall

Voor Nederlanders is de Amerikaanse editie nu nog niet te zien. Vanaf zaterdag is *The Passion* via Netflix beschikbaar, tot die tijd moeten nieuwsgierige kijkers het doen met korte filmfragmenten uit New Orleans. Op basis van die fragmenten komen er wel veel bekende scènes



In een park in New Orleans volgden twee- tot drieduizend Amerikanen de live-uitvoering van *The Passion*.

voorbij: mensen die met een witverlicht kruis door de stad lopen, Jezus die gekleed in de typische oranje overall wordt aangeklaagd, en aan het eind zijn verschijning boven op een hoog gebouw – daarmee de opstanding suggererend. Vooral dat laatste leidde volgens Amerikanen die er bij waren tot emotionele reacties bij het publiek. Dat gaven de kritische tv-recensenten ook toe: ja, het publiek leek in vervoering. Klomp: 'Het format was globaal het-

zelfde als in Nederland. Een vertelling van het lijdensverhaal van Jezus met bekende popliedjes, gezongen door bekende artiesten.' Toch waren er ook duidelijke verschillen. 'Wat *The Passion* in Nederland tot een succes maakt zijn de toegankelijkheid, de openheid van het verhaal – er wordt weinig gesproken over geloof – en de seculiere liedjes die een extra betekenis krijgen juist doordat ze in de context van dat lijdensverhaal worden gezongen.'

In New Orleans schortte het nodige aan de toegankelijkheid, zag Klomp. Wie er bij wilde zijn, moest zich online aanmelden, zo een ticket bemachtigen en daarna nog langs een metaaldetector. 'Dat was mogelijk de reden dat er uiteindelijk veel minder mensen kwamen dan verwacht. Geen 15.000 maar, naar mijn schatting, twee- tot drieduizend. Daarvan waren er ongeveer duizend met paarse polsbandjes die vooraan bij het podium stonden. Zij waren grotendeels

afkomstig uit de plaatselijke kerken en daar de afgelopen maanden "warm gemaakt". Dat maakte dat er veel christenen vooraan bij het podium stonden. Bij de processie kwamen niet de duizend mensen opgedagen die zich hadden opgegeven maar slechts driehonderd. In Nederland heb je een langere stoet achter het kruis aan.' Verder viel Klomp op dat 'verteller' Tyle Perry, een christelijke acteur en songwriter, het verhaal echt als gelovige uitsprak. Hij sprak over 'ons geloof', daarmee de mensen aansprekend die op het plein stonden. 'Als dat in Nederland zo was gedaan, was *The Passion* waarschijnlijk als typisch christelijk EO-evenement weggezet en had het nooit zo groot kunnen worden.'

## wel of geen blijvertje

In sommige opzichten was de editie in New Orleans typisch Amerikaans, volgens Klomp. Zo werd de live-uitvoering geregeld onderbroken door reclame – 'je kunt je voorstellen dat dat voor de mensen in het park niet hielp om in het verhaal te komen' – en de productie pakte ongeveer tien keer zo duur uit als in Nederland, met wel vijf keer meer mensen die bij de uitvoering betrokken waren. De spannende vraag of *The Passion* in Amerika een blijvertje is, ligt nog open, denkt Klomp. Veel hangt volgens haar af van de kijkcijfers, live via Fox en naderhand via Netflix. Er moeten minimaal miljoenen mensen hebben gekeken, 'anders was dit de eerste en meteen ook de laatste keer dat ze *The Passion* uitzenden'. Of met 6,6 miljoen kijkers, zoals maandag in de loop van de dag bekend werd, dat doel is behaald, blijft de vraag. In New Orleans zelf was *The Passion* zeker niet de *talk of the town*, het gespreksonderwerp van de dag. Klomp: 'In het bewuste park is elke dag wel wat te doen. Ik heb redelijk wat mensen gesproken die geen idee hadden wat er op stapel stond en die nog nooit van *The Passion* hadden gehoord.' <