

Wat heeft Kees Vuyk beleefd?

Het begon met een observatie. Ik kwam binnen, keek rond in de hal en de foyer en wat me opviel is: er zijn weinig vertegenwoordigers van producenten. Hoe zit dat? Spreekt het onderwerp de makers van podiumkunsten niet aan? Voelen de toneel-, dans- en muziekgezelschappen zich niet verbonden met het publiek?

De inleiding van ds. Gremdaat hielp me uit een dilemma. Ik ben namelijk niet geheel onvoorbereid op pad gegaan. Ik heb wat huiswerk gedaan over de beleving. Maar ik wist niet of ik daarover iets vertellen zou, of het gewoon voor mezelf zou houden, als referentiekader voor mijn beleving. De nadruk die ds. Gremdaat legde op het feit dat je moet beseffen dat elke toeschouwer met zijn eigen sores binnenkomt en dat dit in hoge mate de beleving kleurt, gaf mij het laatste duwtje. Ik licht dus eerst toe wat ik thuis bedacht heb over het onderwerp 'beleving'.

Ik ben vooral te rade gegaan bij filosofen. De filosofie is ten slotte mijn eigen vak. Beleving, leerde ik, is een nog jong begrip. De term wordt in het Nederlands gebruikt sinds het begin van de 20^e eeuw, vooral als vertaling van het Duitse *Erlebnis*. Dit Duitse woord is zijn carrière halverwege de negentiende eeuw begonnen. Het is vooral belangrijk geworden omdat enkele filosofen zich ervan gingen bedienen in het kader van hun zogenaamde 'levensfilosofie'. Deze filosofie denkt na over het feit dat rond 1900 er mensen zijn die het alledaags leven als zinloos gaan ervaren. Het gewone geeft hun geen vervulling meer. Men heeft in toenemende mate het gevoel dat er onder of achter het alledaagse leven een ander en beter, zinvoller, 'authentieker' leven moet bestaan. De toegang tot dat authentiekere bestaan, dat noemen deze filosofen 'beleving'.

In diezelfde tijd zijn er in Frankrijk kunstenaars actief die ook zoeken naar een echtere vorm van leven. Denk aan de impressionisten. Deze schilders gebruikten voor datgene wat ze zochten het woord *sensation*. Sindsdien zijn sensatie en beleving deel van onze cultuur.

In de loop van de 20^e eeuw krijgen deze gedachtegangen en zoektochten een grotere verbreiding. Steeds meer mensen herkennen zich in het gevoel dat deze filosofen en kunstenaars naar voren brachten. Beleving is een zinkend cultuurgood. Begonnen als iets voor een kleine elite, wordt het een volksbeweging. Zo ontstaat er een tweedeling tussen de mensen. Zij die tevreden zijn met het leven zoals het is, de traditionelen, en zij die dit gewone leven te saai vinden, niet echt of authentiek genoeg en op zoek gaan naar beleving en sensatie. Deze tweedeling vond ik terug in de lezing van Frits Spangenberg. De indeling die Motivation maakt van de Nederlandse bevolking op basis van waarden, kent onder andere de polen spanning en ontspanning. Aan de ontspannen kant zitten de mensen die het allemaal wel goed vinden zoals het is. Aan de andere kant zij die spanning en sensatie zoeken. Mensen die iets willen 'belevén'. Ook de tweedeling tussen replica en unicum die Herman van Veen maakte, kunnen we, denk ik, in dit schema onderbrengen.

Deze tweedeling maakt het inderdaad voor u, als theater- en concertgebouwdirecteuren niet altijd makkelijk uw publiek te behagen. U hebt met allerlei soorten publiek te maken. Aan de ene kant is er een publiek dat zich wil ontspannen. Als deze groep al in uw zalen komt, dan wensen zij niet teveel verrast te worden. Zij willen datgene wat ze al kennen, met bescheiden variaties.

Het andere uiterste is de groep die steeds iets nieuws wil. Die gaat voor het echte en authentieke. Zij denken niet ten onrechte dat de podiumkunsten dat kunnen leveren. Maar deze groep wordt ook vaak teleurgesteld. Zij vinden wat ze voorgezet krijgen vaak behoorlijk kunstmatig en saai. Zij zoeken hun sensaties daarom liever in andere segmenten van het uitgaansleven.

In de workshops kwam dit dilemma op verschillende manieren aan de orde. Ik maakte gesprekken mee over hoe je traditioneel ingesteld publiek kunt leren meer te beleven bij hun schouwburg of concertbezoek, bijvoorbeeld door inleidingen te houden of door ze als vriend te betrekken bij het wel en wee van schouwburg of gezelschap. Een bijzondere variant is de kring van 'sound investors' die de Birmingham Contemporary Music Group om zich heen heeft verzameld. Wie daar lid van wordt en jaarlijks minimaal £150 betaalt, wordt medeopdrachtgever van een nieuw muziekstuk, maakt mee hoe de compositie tot stand komt, ingestudeerd wordt door BCMG, zijn feestelijke première beleeft (met borrel met componist en musici) en zelfs hoe het dit muziekstuk verder vergaat. Deze aanpak brengt niet alleen de traditioneel ingestelden dichter bij hedendaagse kunst. Hij geeft de postmodernen ook iets extra's te beleven bij een gebeurtenis die zij anders waarschijnlijk vooral saai zouden vinden.

Een andere benadering van hetzelfde dilemma gebeurde in een workshop van Cas Smithuysen, waar gediscussieerd werd over de vraag of je een meer op sensatie belust publiek – het ging in de discussie vooral over jongeren – niet wat meer tegemoet moet komen door niet zo moeilijk te doen over telefoontjes, drankjes of praten. Moeten we deze jongeren trainen in de conventies van de traditionele podiumkunsten, of moeten we eerder de uitvoerders ervan bewust maken dat conventies altijd maar tijdelijk zijn en dat een veranderend publiek ook een andere opstelling van musici en theatermakers verlangt?

Bij die jongeren wil ik nog wat langer stilstaan. Want zij vormen een heel speciale groep. Ik zei al dat beleving een zinkend cultuurgoed is. Het begon in artistieke en intellectuele kring. Vervolgens kreeg de zucht naar authenticiteit grotere groepen in zijn greep. Toen de massa groot genoeg werd, werd beleving ook interessant voor het bedrijfsleven. Beleving werd een consumptieartikel. De belevingseconomie komt op gang. En tegenwoordig is er geen product zo triviaal of het wordt via de reclame gekoppeld aan een beleving, in de hoop dat we dat product sneller zullen kopen omdat we denken die beleving te kopen. Met als paradoxaal gevolg dat beleving iets heel alledaags begint te worden. Niks authentiek, niet echter en zinvoller dan het gewone, maar doodgewoon de conditie waarin we allemaal leven. Wie nu op zoek gaat naar echtheid moet wellicht juist uit de belevingseconomie stappen. En daarmee komen we bij de jeugd. Jongeren van nu zijn opgegroeid met tal van sensaties. Als zij iets willen beleven dan kan het twee kanten op: het moeten excessieve belevingen zijn, zoals wildwatervaren, bungeejumpen, drugs, of het moeten juist antibelevingen zijn, belevingen van stilte, rust, traagheid. Onder jonge kunstenaars vind je beide bewegingen terug. Een echte kunstenaar reflecteert immers op zijn tijd. Als die tijd in het teken staat van de beleving, dan doet een kunstenaar daar iets mee.

Ik besef dat dit alles uw taak niet makkelijker maakt. Want nu heeft u al te maken met drie groepen: de traditioneel ingestelden die gewoon van normale kunst willen genieten, de moderne en postmoderne groepen, die spanning en sensatie zoeken, die uit gaan om iets mee te maken, en – als derde – een groep die sterk aanwezig is in de kunstenaarswereld, die de beleving al voorbij lijkt, die het allemaal al heeft meegemaakt en weet dat het echte niet ligt in de zoveelste sensatie en daarom op zoek is naar iets wat je bijna een antibeleving zou kunnen noemen. (Zo naderen we inderdaad het universum van Motivaction.) En was het nou maar zo dat dit laatste

aansluit bij de verlangens van de traditioneel ingestelden... Maar dat is niet het geval.

Ik sluit af met een paar aanbevelingen.

1. Werk samen met de producenten. Ik hoorde dit ook in enkele werkgroepen en ik herhaal het, omdat het belangrijk is. Ik begon met de opmerking dat er weinig vertegenwoordigers van gezelschappen aanwezig zijn. Opvallend is vooral de afwezigheid van artistieke mensen. Dat is jammer, want ook hun moet het publiek een zorg zijn. Maar daarbij hebben ze u, de podiumbeheerders nodig. Want u bent specialisten op het gebied van publiek. Ik zeg niet dat makers van theater en muziek zich helemaal niet om het publiek bekommeren, maar ik geloof wel dat ze er in onze gesegmenteerde samenleving dikwijls ver vanaf staan. De mensen die in schouwburgen en concertzalen werken, weten veel meer van het publiek. Ik wil u oproepen die kennis te delen. Zoals ik het ervaren heb, gebeurt het te weinig.
2. Streef naar diversiteit. Ik sluit met wat dit betreft aan bij Shân MacLennan. We leven in een samenleving met mensen die heel verschillende belevingswerelden hebben. En dat heeft volgens mij maar gedeeltelijk te maken met de komst van migranten met andere culturele achtergronden dan de westerse. Ook zonder allochtonen zouden we in een zeer diverse samenleving leven. Die diversiteit moet ook op de podia terug te vinden zijn. Ik zeg niet dat elk podium voor elk wat wils moet bieden. Herkenbaarheid is ook belangrijk. Maar het podiumkunstenlandschap moet de diversiteit van onze samenleving weerspiegelen. Dat betekent ook aandacht voor kleinere publieksgroepen en experimenteel werk. De geschiedenis leert dat de voorhoede van nu het grote publiek van straks kan zijn.
3. Eén aspect van diversiteit ben ik in de discussie te weinig tegengekomen. Toch is die voor u heel belangrijk, zeker als beleving u ter harte gaat. Het gaat om de verschillen tussen de kunsten. Wie zich interesseert voor wat het publiek beleeft, moet muziek, toneel, dans en cabaret niet over één kam scheren. Al deze podiumkunstgenres leveren heel verschillende belevingen. U weet dat vast wel. Het is een van de redenen waarom uw werk boeiend en lastig is. Maar kunt u die belevingen ook benoemen? Ik ben zelf erg nieuwsgierig naar die verschillen. Het zal een van de thema's zijn van mijn onderzoek de komende jaren. Misschien komt er nog wel eens een gelegenheid waarop ik u hierover meer kan vertellen.

Kees Vuyk