

# SYTZE SCHALK

V E R H A L E N M A K E R /  
O N D E R Z O E K E R / D O C E N T /  
K O S M O N A U T / E T C

BLOG OVER AGENDA PORTFOLIO

## **De nieuwe Barbaren: verslag van het Transforming Theatre Symposium - 03-06-2013**

JULY 01, 2013

*Er zit een Revolutie in het theater aan te komen. Het gonst door het Tryater gebouw tijdens het 'Transforming Theatre' symposium, georganiseerd door Tryater, Story Based Media en de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht. Tijdens de presentaties, workshops en voorstellingen keert één term steeds weer terug: transmedia. Het is een woord dat inspireert, beangstigt en verwondert: 'De mens heeft altijd de behoefte om zijn tijdsgewricht als een periode van enorme transitie te zien'.*



Host Lars Anderson

Een symposium rondom nieuwe ontwikkelingen in digitale en transmediale werkvormen in Leeuwarden? Het ligt misschien op het eerste oog niet heel erg voor de hand dat juist **Tryater**, een regionaal BIS-gezelschap dat wordt geleid door een zelfverklaard liefhebber van repertoiretheater, zich opwerpt als één van de organisatoren van het ‘Transforming Theatre’ symposium. Toch is juist Tryater één van de voorlopers in het onderzoeken van en werken met transmedialiteit. Samen met Peter Jansen van Story Based Media en de Hogeschool voor de Kunsten van Utrecht is er in het afgelopen jaar onderzoek gedaan naar transmediale technieken bij de Tryater voorstelling ‘Heimwee naar Hurdegaryp’. Dat leidde tot een onderzoekstraject vanuit de HKU waarvan de resultaten te lezen zijn in het boek **Transmedia Recipes**.

Vanuit dit onderzoek is ook de gedachte ontstaan om een landelijk symposium te organiseren rondom transmedialiteit. Om de stand van zaken in de podiumkunsten in kaart te brengen, en te bespreken welke mogelijkheden transmedialiteit biedt in het vertellen van verhalen op en buiten het podium. Er is al in de afgelopen jaren al het een en ander geschreven over transmedialiteit, en het is inmiddels ook een vrij geankerd begrip binnen de marketingwereld.

Binnen de Nederlandse podiumkunsten is de term echter nog minder gemeengoed.

En dat terwijl er genoeg voorbeelden te vinden zijn van recente transmediale theaterprojecten, zo blijkt uit de ochtendpresentaties van theatermakers op het symposium. Voor de meeste makers is het echter iets wat ze gewoonweg ‘doen’, zonder dat ze weten dat ze onderdeel zijn van een ‘stroming’ of discours. ‘What the f\*ck is transmedialiteit?’, vraagt regisseur *Lucas de Man* zich af. Het is een vraag die tijdens de dag nog vaak terugkomt. Ondertussen vallen de projecten die De Man met zijn *Stichting Nieuwe Helden* opzet wel degelijk onder de definities van ‘transmediaal’.

Die definitie is ongeveer als volgt: ‘Transmedia’ richt zich op het vertellen van een verhaal over meerdere media kanalen, waarbij elk platform het totaalconcept ondersteunt. Hierbij komen vier elementen vaak terug: publieksparticipatie speelt een belangrijke rol, er is sprake van een gecreëerde verhaalwereld (vaak met meerdere verhaallijnen), er wordt gespeeld met de perceptie over fictie & non-fictie, en er wordt gebruik gemaakt van online en offline ervaringen. Al deze kenmerken komen terug in het werk van Lucas de Man. Zo combineerde hij voor het project ‘De Club’ (gebaseerd op de film ‘Fight Club’), een performance met aansluitende feesten en een interactieve site. Deze drie onderdelen vormden samen één wereld; het publiek moest bijvoorbeeld via de site eerst ‘lid’ worden van De Club om erachter te komen waar de performance en de feesten plaats zouden vinden.

Hoewel transmediale projecten vaak gepaard gaan met het gebruik van online media (websites, social media, apps, etc), staat transmedia niet per se gelijk aan ‘digitaal theater’. Het vertellen van één verhaal via verschillende mediakanalen is op zichzelf geen nieuwe techniek, integendeel, het is volgens De Man ‘zo oud als de straat’. Toch is ‘transmedia’ volgens hem meer dan een modewoord. Mensen zijn door online media meer met elkaar verbonden dan ooit, wat weer nieuwe mogelijkheden en uitdagingen met zich meebrengt voor kunstenaars (of ‘creators’, zoals De Man ze noemt). Hij voorziet een verandering die ‘duizendmaal groter zal zijn dan Aktie Tomaat’, vanwege de aanwezigheid van nieuwe technieken en een veranderde mentaliteit bij makers en publiek zelf. In zijn beleving zijn transmediale makers ‘barbaren’, mensen die zich niets aantrekken van geldende normen en vormen, maar die zich juist laten leiden door de lokroep van het onbegrensde. Transmedialiteit draagt bij aan het

vertellen van verhalen waarbij de ‘ontmoeting’ centraal staat. Dat is volgende De Man ook het verschil tussen de ‘marketeers’ en de ‘creators’. De eerste groep gebruikt volgens hem transmedialiteit om producten aan te man te brengen, de tweede groep om mensen bij elkaar te brengen in een gedeelde (verhaal)ervaring.

Hetzelfde idee van transmedia als ‘ontmoetingsmechanisme’ keert terug in het werk van *Annette Mees* (‘Like everyone, I have no clue what transmedia really means’), regisseuse bij het Engelse theatercollectief *Coney*. Met Coney maakt zij interactieve voorstellingen die zich op het grensvlak begeven van spel en theater, en waarbij het publiek de ‘held’ is. Zo is Coney op dit moment bezig met het ontwikkelen van *Early days (of a better nation)*, een ambitieus concept waarbij de makers elke avond samen met het publiek een nieuwe samenleving opbouwen. Deze ervaringen worden opgebouwd via een combinatie van traditionele theaterscènes, spelmechanismes en nieuwe media. Een belangrijk concept binnen de transmediale werkwijze van Coney is de *advanced fable*, het idee dat een voorstelling begint zodra het publiek voor het eerst ervan hoort, en ook nog na het ‘live-evenement’ door kan gaan. Zo krijgt het Coney publiek vaak na de voorstelling nog een afsluiter van de voorstelling in hun inbox, bijvoorbeeld in de vorm van een persoonlijk verhaal of een digitale postkaart.

Mees benadrukt dat het niet-responsieve theater van de vierde wand, waarbij het publiek anoniem in het donker zit, een relatief recente ontwikkeling is binnen de theatergeschiedenis. Nieuwe media bieden volgens haar nieuwe mogelijkheden om een direct contact met het publiek krijgen, juist omdat ze in de kern over communicatie en dialoog gaan. Zij ziet de digitale wereld dan ook als één groot speelterrein, een domein dat kunstenaars moeten claimen, en terugpakken van de marketeers. De wereld (en daarmee dus ook het theater) bevindt zich volgens haar in een periode van transitie, en kunstenaars moeten vooraan staan om die veranderingen te onderzoeken, en te vertalen naar verhalen.

Een ander vaak terugkerend idee tijdens ‘Transforming Theatre’ is dat transmedia niet alleen gaat over het product of de mentaliteit, maar ook over een werkwijze. Hier leggen *Joris Weijdom (HKU/MAPLAB)* en *Ira Judkovskaja (Tryater)* de nadruk op in hun presentatie rondom het onderzoekstraject van ‘Heimwee naar Hurdegaryp’. Één van de dingen waar de deelnemende studenten snel achter kwamen, was dat transmediaal werken niet

zomaar plaats vindt: Het heeft een eigen taal, werkwijze, en fasering. Traditionele rolverdelingen en productieprocessen werken niet zonder meer binnen een transmediaal project. Wie is bijvoorbeeld de regisseur van een verhaalwereld die zich openbaart via verschillende mediakanalen? Wat is de rol van een opdrachtgever, en in hoeverre moet een toeschouwer toegang hebben tot alle verschillende media om een bevredigende verhaalervaring mee te krijgen? Omdat transmedialiteit als denk- en werkwijze nog relatief jong is, is er weinig 'houvast', behalve dan misschien het feit dat transmediale methodes misschien per definitie vloeier en minder hiërarchisch zijn traditionele theaterprocessen. Deze veelheid transmedia komt ook terug in de verschillende proefconcepten van de studenten rondom het project: de ideeën variëren van een facebookzoektocht van een fictief personage naar zijn roots, tot een urban game op basis van gps-technieken. Ook dat is een vraag die Weijdom & Judkovskaja opwerpen in hun presentatie: hoe definieer je precies een transmediaal product? Er bestaat immers iets van een consensus over wat het behelst, maar de uitingsmogelijkheden zijn schier eindeloos, en zullen met de verdere ontwikkeling van digitale media alleen nog maar toenemen.

## Marketeers

Hoewel tijdens het symposium vaak een onderscheid gemaakt tussen de 'creators' en de 'marketeers', blijkt tijdens de 'break-outsessies' in de middag ook dat het in de praktijk lastig is om vast te stellen waar het publicitaire eindigt en het artistieke begint.

Een goed voorbeeld hiervan is het werk van scenarist **Esther Wouda**. Zij ontwikkelt transmediale apps en strategieën voor Nederlandse films en televisieseries. Voor de dramaserie *In Therapie* creëerde zij fictieve facebookpagina's van de personages uit de serie. Ook ontwikkelde zij een app die de telefoon van de hoofdpersoon simuleerde, inclusief een fictieve contactenlijst en sms'jes. Via deze app konden kijkers een grotere inkijk krijgen in het leven van het hoofdpersone, en werden nieuwe verhaallijnen opgezet. Het schrijven voor dergelijke transmediale concepten vergt niet alleen een andere instelling (je moet direct kunnen reageren), maar ook letterlijk een andere manier van registreren. Omdat er geen 'standaard' bestaat voor het

schrijven van fictieve sms'jes en facebookposts, moest Wouda zelf een notatiesysteem ontwikkelen. Zowel de app als de facebookpagina's spelen met de perceptie van fictie en non-fictie, omdat ze zich als fictieve bouwsels binnen het publieke domein begeven, en zich daar voordoen als 'echt'. Dit maakt ze ook geschikt als middel om een band met het publiek op te bouwen en om een product onder de aandacht te brengen.

Spektor Storytelling

Een zelfde vervaging komt terug in het werk van *Joris Hoebe* en *Tim Murck* van *Spektor Storytelling*. Zij ontwikkelen transmediale campagnes voor onder andere Toneelgroep Oostpool, en werden daarvoor onlangs zelfs beloond met de 'Gouden Struis' voor beste reclamecampagne. Toch zien zij zichzelf niet als reclamemakers, maar als verhalenvertellers. Voor hen biedt transmedia de mogelijkheid om meerdere 'instapmomenten' in een verhaal te creëren. Voor de BNN-serie 'Feuten', een dramaserie rondom een studentencorps, richtten zij offline en online de studentenvereniging in het 'echt' op. Kijkers kunnen lid worden via facebook (inclusief toelatingstest), en voor de geïnitieerde leden worden ook studentenfeesten georganiseerd. Deze realtime evenementen zijn meer dan fandagen: binnen de fictie van de 'vereniging' speelt iedereen een rol, en de feesten worden ook weer gekoppeld aan gebeurtenissen uit de serie. Een voorbeeld: tijdens een realtime evenement konden leden een condoleanceboek schrijven van een personage die in de serie was overleden. Een échte Leidse vereniging kreeg hier lucht van, en heeft vervolgens als corpsgrap dit condoleanceboek gestolen. De vraag is of de werkelijkheid hier aan de haal gaat met de fictie, of andersom...

Transmedialiteit vervaagt in de gevallen van Wouda en Spektor Storytelling niet alleen de grenzen tussen media, maar ook tussen het artistieke product en de promotie daarvan. De marketing wordt in het geval van 'In Therapie' & 'Feuten' een onderdeel van de televisieserie, en of je het nu een slimme PR-strategie noemt, of een noodzakelijke aanvulling op de serie, het effect is dat de 'advanced fable' verder wordt vergroot, dat de ervaring wordt uitgediept, en dat de kijkers nieuwe manieren in handen krijgen om interactie te hebben met een werk waar ze van houden.

## De dans van de Canta

Misschien wel de meest indrukwekkende presentatie van de dag, is die van **Maartje Nevejan**. Nevejan is een theater- en documentairemaakster die in haar werk steeds probeert om twee totaal verschillende groepen bij elkaar te brengen. Zo bracht ze in het project *couscous & cola* kinderen uit het Westen en het Midden-Oosten samen via film en een online community om elkaar vragen te stellen en te leren van elkaars levens.

Haar transmediale project 'Het Nationale Canta ballet' begon met een droom van dansende Canta's, de knalrode, typisch Nederlandse autootjes voor mensen met een lichamelijke beperking. Nevejan ontdekte een levendige Canta-community in Nederland, en via een toevallige ontmoeting met een producent van Het Nationale Ballet ontstond het idee voor een balletvoorstelling waarin klassieke balletdanseres samen zouden optreden met Canta eigenaren, en hun Canta's. Tijdens het maakproces van deze enorme voorstelling ontstonden er steeds meer transmediale elementen, zoals een radiodocumentaire, een televisieserie over het maakproces, en een boek, geschreven vanuit het perspectief van een Canta eigenaar.

Het Nationale Canta Ballet' is een goed voorbeeld van hoe één idee of één wereld als basis kan dienen voor een heel netwerk van artistieke ervaringen, verspreid over een veelheid aan media. Net als veel andere transmediale projecten bevraagt en doorbreekt het project traditionele concepten en grenzen rondom artistieke processen en marketingmethodes: de verschillende elementen vestigen de aandacht op elkaar (met name op het uiteindelijke 'eindproduct': de voorstelling), maar hebben zelf ook een intrinsieke artistieke waarde. Een goed voorbeeld hiervan is de interactieve rijroute die Nevejan samen met een beeldend kunstenaar ontwikkelde voor Canta eigenaren die niet in staat waren om naar de voorstelling te komen. De route was gebaseerd op een wals uit de voorstelling, en liep dwars door Amsterdam. Wanneer de route volledig was afgelegd, hadden de Canta eigenaren niet alleen Amsterdam op een nieuwe manier ontdekt, maar ook de figuur van een Canta gereden op de plattegrond van de stad.

Het opvallende aan het project van Nevejan is dat de transmedialiteit geen vooraf gedefinieerd doel was, maar iets dat tijdens het maakproces ontstond uit de behoeftes en dromen van de makers en deelnemers. Dit maakte echter ook

dat de werkwijze van het project gaandeweg ontwikkeld moest worden en een eigen dynamiek moest krijgen. ‘Wie is de autoriteit?’, vraagt Nevejan zich af, in een echo van de ochtendpresentatie van Weijdom en Judkovskaja. In hoeverre heeft de artistiek leider van Het Nationale Ballet bijvoorbeeld iets te zeggen over een boek dat zijdelings van invloed is op de uiteindelijke voorstelling? In zekere zin zijn niet alleen de dansers en de Canta eigenaren twee verschillende groepen in het project; alle makers en deelnemers komen uit verschillende hoeken, en hebben verschillende wensen en expertises. Om deze veelheid in goede banen te leiden, is het volgens Nevejan noodzakelijk om traditionele ideeën van hiërarchie te doorbreken, en om ervoor dat iedereen zijn ego opzij zet voor het geheel. Of, zoals zij zelf zegt: ‘Om je eigen droom mogelijk te maken, moet je ieders droom mogelijk maken’.

## Heimwee naar Hurdegaryp

Het symposium sluit af met een preview van de voorstelling ‘Heimwee naar Hurdegaryp’, een voorstelling van regisseuse Tatiana Pratley die de afgelopen weken te zien was op Oerol en volgend seizoen te zien is in het Tryater theater. In de voorstelling volgt het publiek twee jongens in een nostalgische trip naar hun jeugd, van Nils Holgersson & Sex voor de Buch tot eerste vriendinnetjes. ‘Heimwee naar Hurdegaryp’ vormde de basis van de samenwerking met de HKU. Dit heeft er uiteindelijk toe geleid dat één van de concepten van de studenten is uitgewerkt tot een interactieve installatie die dient als aanvulling op de voorstelling. In deze installatie, ‘Oantinken’, kunnen bezoekers van een evenement hun herinneringen via hun telefoon ‘vangen’ en ‘opslaan’ in glazen potten. Deze potten lichten vervolgens op, waardoor er een muur van herinneringen ontstaat, die ook weer zichtbaar zijn voor andere bezoekers.

‘Heimwee naar Hurdegaryp’ is een interessante keuze voor een transmediaal onderzoek: het is een voorstelling die overloopt van nostalgie en herinneringen aan een vroeger, en daardoor niet direct aansluit bij het futuristische, door technologie bepaalde beeld van transmedialiteit. Het is misschien tekenend voor de waarde van een transmediale denkwijze; het laat zich niet vangen in een eenduidige stijl, genre, laat staan methodiek. Dat heeft ongetwijfeld te maken met het feit dat het denken over transmediale methodes in veel opzichten nog in de kinderschoenen staat. Tegelijkertijd loopt grenzeloosheid en daarmee vaak ook onzekerheid (of kwetsbaarheid) als een rode draad door de projecten die tijdens het symposium aan bod zijn gekomen. Meer dan een stroming is



transmedialiteit wellicht eerder een overtuiging, een gevoel van 'ik zou niet weten hoe het anders zou moeten' (De Man).

Misschien is transmedialiteit een buzzword, een tijdelijk verschijnsel dat in tien jaar achterhaald zal blijken, en zal worden verdrongen naar de achtergrond van het wetenschappelijk discours. Maar de praktijk die de definitie beschrijft is tastbaar en actueel, en de veranderingen voelen permanent. Transmedia is zowel het herontdekken van eeuwenoude perspectieven rondom theatermaken, als het toepassen van nieuwe technologieën en ideeën om een vorm te geven aan een wereld die zich kenmerkt door een constante verandering, en zich niet meer laat vatten in enkelvoudige verhalen, vastgelegd binnen één medium. 'Transforming Theatre' is in dat licht misschien helemaal geen strijdkreet, maar een observatie van de werkelijkheid.

Er zit een Revolutie aan te komen, zo veel is zeker. Het zou best kunnen zijn dat we er al middenin zitten.