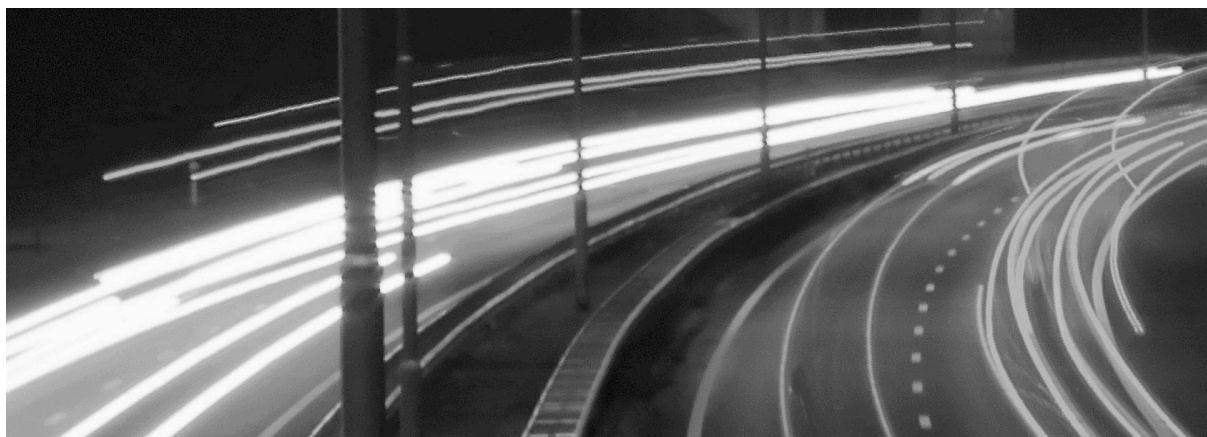


Jago de Beschouwing



Een blik op de weg naar Jago de Vraak

Mirjam van Gogh
in samenspraak met Paul Feld

Met bijdragen van

Nirav Christophe
Giep Hagoort



Een publicatie van de lectoraten Theatrale Maakprocessen en Kunst en Economie
Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, december 2008

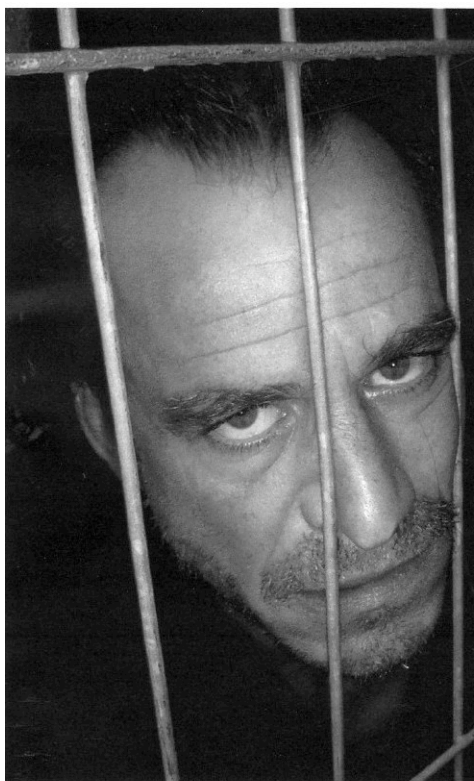
Exclusieve bijlage: Theatertekst Jago de Wraak

Jago Business Review

www.hku.nl/lectoraatke



Januari 2006



- 8 INTRIGEPROCESSEN EN JAGO
Giep Hagoort
 - 13 TONEEL EN MANAGEMENT DEVELOPMENT
Marijke Broekhuijsen
 - 16 DE ULTIEME ANDER
Nelly van der Geest
 - 17 Interview organisatieadviseur Danielle Schreurs
"WEERSTAND HEEFT VEEL GEZICHTEN"
Danielle Arets
 - 19 DE MANAGER ALS JAGO: EEN NEGATIEF
ADVIES
Désirée Majoor
 - 20 CMKB U
Marijn van Thiel
 - 22 SMITH & HOLLAND BV
Matthijs van Staalduine
 - 25 Interview regisseur Paul Feld
"DEZE VERONTRUSTENDE JAGO IS,
VREES IK, VAN DEZE TIJD"
Giep Hagoort
 - 28 EXCLUSIEVE BIJLAGE: JAGO DE WRAAK
Paul Feld
-
- 3 VAN DE REDACTIE
 - 4 BERICHTEN
 - 6 UITGELICHT
Acteur Marcel Faber (Jago)
 - 7 MANAGEMENT: WHAT'S IN A NAME?
Nirav Christophe

*‘Een gedachte is niet iets dat een mentaal gebeuren waarneemt,
maar zij is dit mentale gebeuren zelf.
Wij denken niet over iets na,
maar iets denkt zich in ons naar boven.’*

(Sybren Polet, De creatieve factor 1996.)

Inhoud

PROLOOG Jago het Project Giep Hagoort	4
Jago de Beschouwing Een blik op de weg naar Jago de Wraak Mirjam van Gogh in samenspraak met Paul Feld	6
EPILOOG Jago de Dialoog Nirav Christophe	21
HKU-lectoraat Theatrale Maakprocessen	22
HKU-lectoraat Kunst en Economie	22
Over de auteurs	23
Colofon	23

> PROLOOG

> Jago het project

Met *Jago de Beschouwing*, geschreven door Mirjam van Gogh in nauwe samenspraak met theatermaker Paul Feld, sluit het HKU-lectoraat Kunst en Economie - samen met het HKU-lectoraat Theatrale Maakprocessen - het Jago-Project af. Dit project is in 2005 met steun van het innovatieprogramma C MKB/SIA RAAK van start gegaan. Doel van het project was de samenwerking bevorderen tussen theater en bedrijfsleven met als onderzoeksinzet het creatieve proces van de ondernemende theatermaker. Dit doel kreeg zijn uitwerking in de opdracht aan Paul Feld om een theatervoorstelling te maken over Jago, de meesterintrigant uit *Othello*, een drama geschreven door William Shakespeare. Naast de beoogde ontmoetingen met bedrijfsmanagers en theatermakers zijn op bescheiden schaal ook activiteiten ontwikkeld voor theaterstudenten en studenten kunst en economie.

Jago de Beschouwing gaat vooral over de creatieve totstandkoming van het theaterstuk, dat de titel *Jago de Wraak* heeft gekregen. De lezer wordt geïnformeerd over de eerste stappen die Paul Feld en ik samen met Wim Meuwissen en Lex Berger hebben gezet, over het schrijfproces, over de positie van de opdrachtgever en over de autonomie van de maker. Het materiaal dat Mirjam van Gogh op originele en gedegen wijze heeft bijeengebracht, geeft veel stof tot nadenken, bijvoorbeeld over de kwaliteit van het opdrachtgeverschap, over het maken van voorstellingen voor het bedrijfsleven en over de wijze waarop kenniscentra als kunstlectoraten gestalte geven aan hun innovatie-taken.

De keuze voor de toneelfiguur Jago is van persoonlijke aard al heeft Wim Meuwissen mijn al lang berstaande belangstelling een extra lading gegeven door mij te behoeden voor al te voor de hand liggen opvattingen over Jago. Op deze wijze ontdekte ik dat bij Nederlandse toneelgezelschappen in hun *Othello*-voorstellingen de toneelfiguur Jago nauwelijks reliëf krijgt en te simpel weggezet wordt als een achterbakse schurk. Alle aandacht gaat uit naar de bruingeschoenpoetste *Othello* die zijn blanke en mooie *Desdemona* in een jankende radeloosheid om zeep brengt. De literatuur én de gesprekken over Jago geven echter vele handreikingen om de *Othello*-voorstelling een interessantere dramatiek mee te geven: wanneer ontdekken we bijvoorbeeld dat 'we', ('mensen', 'omgevingen') worden meegesleurd door vuil spel, al dan niet ingegeven door vrouwen- en vreemdelingenhaat? Of ontdekken 'we' dit niet omdat we inmiddels zelf al een deel van dit vuil geworden zijn?

Paul Feld heeft met zijn versie op knappe wijze een nieuwe dimensie aangebracht: de Jago's in onze omgeving reproduceren het rottend vuil dat hen omringt, maar proberen daaraan ook op creatieve wijze te ontsnappen in een mengeling van gekwetste professionaliteit, wraak en overlevingsdrang. Zo'n inzicht in het intrigantendom (binnen bijvoorbeeld veranderingsprocessen) komt niet snel via wetenschappelijk bedrijfsonderzoek naar boven maar is het product van een artistiek proces. En met deze observatie raken we één van de kernen van het actuele debat over de betekenis van kenniscreatie via *artistic research* in relatie tot de bestaande wetenschapsbeoefening. *Artistic research* als een volwaardige bron van kennis omtrent de wereld om ons heen.

Terug naar de beschouwing van Mirjam van Gogh. Terecht is de stem van Paul Feld goed hoorbaar. Immers het creatieve proces moest in dit afsluitend verslag op de eerste plaats komen. Echter de schrijfster heeft gelukkig ook een eigen positie ingenomen door aan de hand van *Jago de Wraak* te reflecteren op het begrip creativiteit zoals dat door verschillende schrijvers wordt benaderd. Door deze aanpak krijgt haar verslag een extra waarde en stelt het de lezer in staat om ook naar de (meerstemmigheid binnen de) eigen creatieve processen te kijken.

Mirjam van Gogh kan niet veel zeggen over de doorwerking van de ontmoetingen richting bedrijfsleven. Dit komt niet door haar beperkte aanpak maar simpelweg door het feit dat relevante onderzoeksvragen door gebrek aan financiële middelen niet konden worden beantwoord. Een daartoe strekkend verzoek aan het Fonds voor de Podiumkunsten werd afgewezen met de mededeling dat

het bedrijfsleven zijn eigen onderzoeksvragen moet financieren. Dat het hier ging om artistieke waarden is door de betreffende adviescommissie in het geheel niet herkend. Overigens heeft het bedrijfsleven bijgedragen door het betalen van de volledige uitkoopsommen aan Growing up in Public. Ook op dit culturele adviesterrein zal nog de nodige inzichten en competenties ontwikkeld moeten worden wanneer we de relatie tussen theatermakers en bedrijfsleven inzet maken van het proces van kenniscreatie.

Jago de Wraak heb ik als een bijzonder project ervaren omdat zo nadrukkelijk artistieke dimensies een rol speelden binnen de context van cultureel ondernemerschap. Het is aan ons als onderzoekers om samen met de kunstenaars de interactie tussen kunst en bedrijfsleven verder uit te bouwen en de ervaringen te voorzien van nieuwe inzichten en methodieken.

Veel dank ben ik verschuldigd aan de collega's die aan het succes van het project hebben bijgedragen: Danielle Arets, Lex Berger, Marijke Broekhuijsen, Daphne de Bruin, Nirav Christophe, Jaap van den Dries, Marcel Faber, Paul Feld, Nelly van der Geest, Dennis Költgen, Désirée Majoor, Wim Meuwissen, Ingvild Molenaar, Hubert Roza, Manuel Segond van Banchet, Richard Slotman en Marijn van Thiel.

Een nieuw project staat op stapel en heeft de werktitel *Digi Jago* gekregen. Opnieuw zal ik Paul Feld uitnodigen om vanuit het artistiek en cultureel ondernemen het avontuur aan te gaan. De samenwerking met Nirav Christophe, lector Theatrale Maakprocessen, is daarbij onontbeerlijk.

Giep Hagoort

Jago de Beschouwing

Een blik op de weg naar Jago de Wraak
Mirjam van Gogh
In samenspraak met Paul Feld

Inleiding

Jago: Ik ben Jago, hallo.
Rechter: Goedemorgen meneer Jago.
Jago: Gedoopt naar de beruchte toneelheld Jago.
Rechter: Deze gevoelige informatie zullen we gretig noteren, meneer De Held.
Jago: Vader en moeder waren gek van Shakespeare.
Rechter: U staat vandaag terecht meneer Jago.
Jago: Vader, een legergeneraal, genoot vooral van de schofterigheid. Moeder Elsie ging direct plat voor de hoerenstukken. Ze vonden elkaar in Othello. Dat is een opera van Shakespeare.
Rechter: Ik lees de aanklacht voor die tegen u is opgesteld.

Scene één van het eerste bedrijf van Jago de Wraak, in 2006 geschreven en geregisseerd door Paul Feld. In deze voorstelling zijn de intriges te zien van Jago, een gevangengenomen commando. Zowel de vrouwelijke rechter als een islamitische medegevangene raken in zijn spel verward. Bij aanvang lijkt Jago geketend te zijn, maar aan het explosieve einde loopt hij als machtige overwinnaar de vrijheid tegemoet.

Jago de Wraak, gespeeld door Marcel Faber, Daphne de Bruin en Dennis Költgen, is voortgekomen uit een opdracht van Giep Hagoort, lector van het lectoraat Kunst en Economie van de Faculteit Kunst en Economie van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht.

De voorstelling heeft zowel een landelijke tournee gehad als een aantal besloten voorstellingen voor het bedrijfsleven. Het publiek tijdens de besloten avonden bestond onder andere uit een delegatie van de Rabobank Utrecht e.o, het VNO / NCW en de Utrechtse Ondernemers Sociëteit. De opdracht van Hagoort had tot doel het bedrijfsleven meer inzicht te bieden in het strategische handelen van een intrigant.

Ook heeft het project Jago de Wraak contact gezocht met het onderwijs. Zo heeft een groep studenten van de Faculteit Kunst en Economie onder leiding van Feld gebrainstormd over de wijze waarop theater en bedrijven relaties aan kunnen gaan.

In 2008 kreeg ik de opdracht een essay te schrijven over het creatieve proces dat Feld doorlopen heeft met het schrijven van deze voorstelling in opdracht. Iets schrijven in opdracht over het schrijven in opdracht, het valt niet mee. Tijdens mijn interviews met Feld bleek dat hij de opdracht eigen heeft gemaakt, naar zijn hand heeft gezet, er een creatieve draai aan heeft gegeven. De opdracht was voor hem geen belemmering, maar een inspiratiebron. Goed voorbeeld moet men volgen. Zo heb ik de opdracht voor het schrijven van een essay als inspiratiebron gebruikt, en er geen essay maar een beschouwing van gemaakt. Echter, de inhoud is onveranderd: het creatieve maakproces van *Jago de Wraak*.

In deze beschouwing wordt hoofdzakelijk ingegaan op de stappen die in het schrijfproces gemaakt zijn, de keuzes die daarbij een rol hebben gespeeld en de plek die de opdracht heeft ingenomen. Ook wordt er gekeken naar de rol die theater kan vervullen binnen het bedrijfsleven. Hierbij wordt vooral door de ogen van Feld meegekeken, zo hier en daar aangevuld met theoretische achtergronden en kennis van derden.

> Vooraf

We zijn in 2006, in Utrecht, in het eigen theater van Growing up in Public. In de foyer zit een goed gekleed gezelschap te dineren. Voor het merendeel zijn deze mensen afkomstig uit het bedrijfsleven. Tussen de gangen vertelt de gastheer over een berucht personage uit de theatergeschiedenis, Jago. Ook gaat hij in op veranderingsprocessen op bedrijfsniveau, en de rol van de intrigant daarbinnen. Bij binnenkomst hebben de mensen samen met een drankje een magazine gekregen, de *Jago Business Review*. Ook hierin staan artikelen over die Jago, over intrigeprocessen en over 'management development'. Bovendien staat er een theatertekst in. We zijn bij een besloten voorstelling van *Jago de Wraak*.

Deze avond had niet kunnen plaatsvinden zonder de opdracht die Giep Hagoort in 2004 vanuit het lectoraat Kunst en Economie, onderdeel van de Faculteit Kunst en Economie van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, in het kader van het Cultureel MKB aan Paul Feld gaf, artistiek leider van theaterfirma Growing up in Public. Maak een voorstelling rond het personage Jago voor een speciaal publiek van managers.

Een voorstelling in opdracht dus, voor een speciaal publiek, gepresenteerd tijdens besloten avonden met een randprogrammering als onderdeel van een groter geheel. Een voorstelling die met een bepaald doel en bepaalde verwachtingen is gemaakt. Hoe is het maakproces van deze voorstelling in zijn werk gegaan? Hoe is de maker om gegaan met zijn autonomie en de opdracht? Hoe heeft hij kunstzinnigheid en doelgerichtheid met elkaar verenigd? Hoe hebben de schrijver en opdrachtgever gepoogd van *Jago de Wraak* een onderdeel van een groter geheel te maken?

Wie is Giep Hagoort?

'Hagoort studeerde rechten aan de Universiteit Utrecht en promoveerde in 1998 aan de Universiteit Nyenrode op het onderwerp interactieve strategievorming in de culturele sector. Hagoort is lector Kunst en Economie aan de Faculteit Kunst en Economie van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht en voorzitter van de gelijknamige kenniskring. Sinds 1 maart 2006 is hij hoogleraar aan de nieuwe Faculteit der Kunsten van de Universiteit Utrecht, een samenwerkingsverband van UU en HKU.'¹

Wat doet het lectoraat Kunst en Economie?

Het lectoraat Kunst en Economie is een onderdeel van de Faculteit Kunst en Economie van de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht. 'Het lectoraat Kunst en Economie levert een bijdrage aan de professionalisering van het culturele ondernemerschap binnen de creatieve industrie, en is actief op regionaal, nationaal en Europees niveau. Het doet daartoe onderzoek, stimuleert kennisuitwisseling, levert een aandeel in de deskundigheidsbevordering van docenten en participeert in innovatieve onderwijsprojecten. De onderzoekstaak richt zich op enerzijds methoden en technieken van cultureel ondernemerschap en anderzijds op 'interculturalisatie' van culturele organisaties. In de komende jaren staat het thema 'ondernemen en cultuur' centraal, met als speerpunt het innovatieprogramma Cultureel MKB Utrecht. Kernpunt in dit programma vormt de projectreeks *Jago de Wraak* (tezamen met Growing up in Public).'²

Wat is het Cultureel MKB?

Het Cultureel Midden en Klein Bedrijf is een programma van het lectoraat Kunst en Economie. Het is ontwikkeld om de culturele sector van een professionele structuur te voorzien, 'zodat bedrijven en kennisinstellingen elkaar beter weten te vinden en de creativiteit in Utrecht tot volle bloei kan komen.'³ Vanuit het CMKB worden er activiteiten georganiseerd die de positie van de culturele

¹ <http://www.scienceguide.nl/article.asp?articleid=101647>

² Idem

³ CMKB, een veelbelovende onderneming, p.7

ondernemer moeten versterken. Growing up in Public is als Utrechtse theaterfirma onderdeel van het Cultureel MKB en was van september 2006 tot september 2007 één van de tien ambassadeurs.

Wie is Paul Feld?

Paul Feld is artistiek leider van theaterfirma Growing up in Public. Dit Utrechtse gezelschap is opgericht in 1989. Naast Paul Feld maken ook Jeroen Kriek en Daphne de Bruin deel uit van de artistieke kern. Sinds hun ontmoeting op de regieopleiding in Amsterdam zetten zij zich gezamenlijk in voor het maken van voorstellingen die de ziel van de huidige samenleving reflecteren. Paul Feld is voorafgaand aan de regieopleiding cum-laude afgestudeerd aan de Rijksuniversiteit Utrecht, Algemene Literatuurwetenschap. Behalve als schrijver en regisseur van theatervoorstellingen is hij ook geregeld actief als gastdocent, spreker, essayist en sinds kort als intendant van de cultuuropbouw in de Utrechtse wijk Leidsche Rijn.

Wie is Jago?

Het personage Jago is afkomstig uit *Othello* van Shakespeare, waarschijnlijk geschreven in 1604. *Othello* verhaalt over een Moor die in Venetië een hoge militaire functie bekleedt. Hij is succesvol, geliefd en getrouwd met het mooiste en meest blanke meisje van het land. Jago is zijn trouwe en bekwame adviseur. Maar wanneer iemand benoemd moet worden tot onderbevelhebber gaat deze functie aan Jago voorbij. Dit is het moment waarop Jago het pad van slinkse listen inslaat. Door mensen voor zich in te palmen en tegen elkaar uit te spelen ontvouwt zich een even meedogenloos als creatief wraakplan.

Waarom wilde Giep Hagoort een tekst over Jago?

In de figuur van Jago komen theater en bedrijfsleven samen. Hagoort had al langer een fascinatie voor dit klassieke personage. Bestudering van het toneelstuk enerzijds en situaties uit het bedrijfsleven anderzijds bracht enkele overeenkomsten aan het licht. Elk bedrijf, vooral daar waar veranderingen worden doorgevoerd, kent de figuur van de intrigant, al is het vaak achteraf. De persoon die het ogenschijnlijk goed bedoelt, maar ondertussen zijn eigen plan uitvoert. Uit het strategische handelen van Jago heeft Hagoort een aantal kenmerken gedestilleerd: de intrigantenmethode. Zoals in het *Jago Business Review* te lezen is gaat een goede Jago, oftewel een goede intrigant als volgt te werk:

- Hij zoekt een onbelangrijk, makkelijk te manipuleren persoon die een eigen motief heeft om zich tegen de leider of de organisatie te verzetten.
- Hij maakt de zwakste punten van de leider tot een achilleshiel.
- Hij komt met tastbare bewijzen die zijn plan van list en bedrog aannemelijk maken.
- Hij zorgt ervoor dat iedere partij of betrokkene in Jago zijn vriend kan zien.

Door binnen de voorstelling de focus op het personage Jago te leggen, hoopte Hagoort dat *Jago de Wraak* het inzicht in intrigantenmechanismen binnen veranderingsprocessen zou kunnen vergroten.

Waarom moest er een voorstelling gemaakt worden voor bedrijfsmanagers?

‘Voor managers die als ‘change agents’ leiding moeten geven aan veranderingsprocessen komen aspecten van het gedrag van Jago wellicht als herkenbaar over. Door de betwiste belangen, benoemingen die als onverwacht en onterecht overkomen, persoonlijke ambities die niet beantwoord worden door nieuw management ontstaat een sfeer waarin intriges gemakkelijk een kans krijgen. (..) De kunstzinnige werkelijkheid bevat een onuitputtelijk reservoir om de echte werkelijkheid – ook van organisaties – met andere ogen te bezien. Organisaties in veranderingen laten overigens diverse werkelijkheden zien, waarbij het van nog groter belang is de door kunstenaars geschapen realiteiten te onderzoeken.’⁴

⁴ Giep Hagoort. Intriges in veranderingsprocessen. Over kunst en management.

Waarom theater?

De combinatie theater - bedrijfsleven is niet nieuw. Neem bijvoorbeeld het bezoeken van een theatervoorstelling als bedrijfsuitje of het inzetten van rollenspelen om de werknemers binnen bepaalde situaties te trainen. Theater blijkt zich goed te lenen voor het inzichtelijk maken van problemen. Marijke Broekhuijsen, van wie in de *Jago Business Review* het artikel *'Theater en management development'*⁵ is te lezen, geeft hier de volgende reden voor: "Door de duidelijk voelbare noodzaak tot interpretatie van een stuk en de bijna onvermijdelijke identificatie met de personen uit het stuk en hun conflicten, nodigt een toneeltekst mensen uit om in relatief korte tijd zichzelf te onderzoeken en zich te laten zien aan anderen." De reden dat een theatertekst deze uitwerking kan hebben ligt in een aantal van haar specifieke kenmerken.

- Een theatertekst is multi-interpretabel en een deel van de betekenislegging ligt bij de toeschouwer.
- Een theatertekst geeft een gepersonifieerde werkelijkheid weer wat identificatie vergemakkelijkt.
- Een theatertekst richt zich bij uitstek op de complexiteit van de sociale werkelijkheid en van menselijke communicatie.
- Haar thema's zijn vaak universeel en daardoor inwisselbaar qua tijd of plaats.
- Een theatertekst heeft een hoge relevantie- en urgentiewaarde; het belang en de noodzaak voor de personen in het stuk om het vraagstuk of conflict op te lossen c.q. aan te gaan is hoog.

> De weg naar Jago

Het ontstaan van *Jago de Wraak* begint in zekere zin bij *De dood van een handelsreiziger* van Arthur Miller. In 2003 ging Hagoort naar een opvoering van dit stuk met een groep uit het bedrijfsleven. Na afloop werd gesproken over de thematiek uit de voorstelling, gerelateerd aan de eigen ervaringen. De centrale vraag hierbij was: Waar zit de Loman [het hoofdpersonage uit *De dood van een handelsreiziger*] in jezelf? De reacties waren positief. De voorstelling bleek een goede aanzet om tot interessante gesprekken te komen.

Hagoort koppelde deze ervaring aan zijn al langer aanwezige fascinatie voor het figuur Jago. In samenspraak met Wim Meuwissen, toenmalig lector aan de acteursopleiding van de HKU, en Lex Berger, toenmalig dramaturg van dezelfde opleiding, ontwikkelden ze het idee voor een vervolg op *Othello*. In deze theatertekst van Shakespeare wordt Jago aan het eind afgevoerd naar de gevangenis. Zijn laatste woorden zijn: 'Uit mijn mond geen woord.' Als Jago nou toch weer zou gaan praten, wat zou hij dan te zeggen hebben? Hoe zou Jago terugkijken op zijn daden en zijn verblijf in de gevangenis? Lex Berger: "Giep Hagoort wilde nog iets met Jago. Dat is zo'n luis in de pels is in het bedrijf. Iemand met duistere motieven. Hoe kun je daar vat op krijgen? In het toneelstuk van Shakespeare lukt dat nauwelijks. Hij wordt wel gearresteerd en weggevoerd, maar wat er met hem gebeurt dat weet je niet; wat voor slimigheid hij uithaalt in zijn gevangenschap, hoe hij zich eruit manoeuvreert. Bovendien gaat *Othello* over zoveel meer. We wilden het focussen. Omdat wij het wilden toepassen op het bedrijfsleven moesten we er een hele kernachtige vraag over stellen, het toespitsen."

Een opvoering van *Othello* zou niet geschikt zijn voor hun doel om via het personage Jago de mechanismes van een intrigant inzichtelijk te maken. Er moest een nieuwe theatertekst komen die Jago centraal stelde. De gedachten gingen niet uit naar een herschrijving van het oude verhaal, maar naar een stuk waarin Jago geplaatst wordt in een herkenbare context voor de manager anno nu. Een voorstelling die aantoont hoe tegenwoordig de Jago's aan de top van de bedrijven gecreëerd worden. Een vervolg op? Een modernisering? De ideeën waren nog open. Wat er in ieder geval moest komen was een schrijver. Een professionele schrijver. Iemand die niet allen een invulling aan de opdracht zou kunnen geven, maar ook een artistiek hoogwaardig product zou kunnen neerzetten. Want dat was een grote wens van Hagoort. "Ik wilde breken met de traditie van het geven van die hapklare brokken voor managers in bepaalde veranderingssituaties. Ik wilde ze ook laten meemaken wat er gebeurt

⁵ *Jago Business Review*, Broekhuijsen, M., pp. 13-15.

wanneer we deze thematiek als uitgangspunt nemen en ieder vanuit ons eigen creatieve proces tot een daad komen. Ook al moet je dan even drie keer meer nadenken. Hoe kun je het bedrijfsleven uitdagen om op een voorstelling te reflecteren zonder de inhoud er bot bovenop te leggen?”

Voor de totstandkoming van de voorstelling was er behoefte aan een schrijver die in staat is een inhoudelijke opdracht op een creatieve en eigenzinnige manier te verwerken. Wim Meuwissen opperde Paul Feld. De reden hiervoor is volgens Lex Berger dat hij “journalistiek van toon is. Scherp ook, vrij direct, zeer maatschappelijk betrokken. Wanneer iets in Paul zijn handen komt, wordt het vanzelf actueel. En dat waren wel ingrediënten die je nodig hebt.” Feld stelde één voorwaarde. Hij moest de vrijheid krijgen om de voorstelling naar zichzelf toe te kunnen trekken. Die vrijheid heeft hij gekregen. Feld: “Het is prettig om een opdracht te krijgen. Het is niet dat ik zelf geen onderwerpen kan bedenken. Maar mijn theater laat ik het liefst aansluiten bij de interesses van het publiek. Speerpunt van *Growing up in Public* is de tijdgeest te grijpen. Dat is alsof je met een speer een vis probeert te vangen. Soms mis je, soms heb je een voltreffer. Het is moeilijk om te weten waar het publiek zit. Dat merk je pas bij de eerste try-out. Giep was met zijn opdracht een stem uit de maatschappij. Ergens daar in het donker was zichtbaar interesse in het karakter van een intrigant als Jago. Zonder de opdracht zou ik niet zo snel op het personage Jago zijn gekomen. Maar verder heb ik de opdracht naar mijn hand kunnen zetten. Hagoort en de zijnen wilden een schrijver die ermee aan de haal zou gaan. De deal was absolute vrijheid. Zij wisten niet wat er uit zou komen. Op het moment dat ik ging schrijven waren ze wel bekend met het concept. Ook heb ik Giep ergens tussendoor een tekst gestuurd, waar hij met een dramaturgische blik op heeft gereageerd. Maar hij is nooit bij de repetities aanwezig geweest en heeft pas bij de eerste try-out het resultaat gezien. De samenwerking was gebaseerd op vertrouwen. Hij zette wel iets op het spel. Zijn eigen verhaal heeft hij in de rand-programmering gestopt. Op een gegeven moment heeft hij me voor de *Jago Business Review* geïnterviewd. Dit magazine is een leidraad voor het bedrijfsleven. De artikelen kan de toeschouwer iets leren over Jago in de voorstelling.”

Opdracht als inspiratiebron

Het startschot van de totstandkoming van *Jago de Wraak* vond plaats in een kamer met vier heren: Giep Hagoort, Paul Feld, Wim Meuwissen en Lex Berger. Nadat Feld de opdracht had aangenomen, hebben hier enkele gesprekken plaats gevonden tussen bovengenoemde betrokkenen. Tijdens deze gesprekken zijn er ideeën uitgewisseld, visies gedeeld, discussies gehouden en kaders gesteld. Het was vooral van belang te benoemen wat de wederzijdse ambities waren, welke verwachtingen er speelden en wat precies de opdracht inhield. Deze is tweeledig verwoord:

- 1 Maak een nieuwe Nederlandstalige toneelvoorstelling waarin managers het mechanisme van een intrigant binnen een organisatie-in-verandering aan het werk kunnen zien.
- 2 Geef een eigentijdse interpretatie van de figuur Jago, die recht doet aan het Shakespeariaanse personage maar tegelijkertijd zodanig is losgezongen van zijn oorsprong dat zijn actualiteitswaarde zichtbaar wordt.

Feld voorzag hierbij een aantal problemen. “Hoe kom je los van de overbekende Othello? Wat is je speelruimte? En ten tweede: hoe kom je los van de management-opdracht? Per slot is alleen een volstrekt autonome voorstelling boeiend.”

In deze opmerking wordt meteen duidelijk op welke wijze Feld met de opdracht is omgesprongen. De vraag van Hagoort en de voorbereidende gesprekken hebben materiaal opgeleverd waarbinnen Feld de ruimte is gaan zoeken. Hij heeft de opdracht niet benaderd als een kader dat kan beperken, maar als een aanzet om binnen een bepaalde thematiek de diepte in te gaan en de grenzen te verkennen. Lex Berger: “Theorie is vaak een slechte bron. Dat moet je overboord gooien wil je vrijuit kunnen denken. Het enige waar theorie mee helpt is de bevraging en de terugkoppeling naar je eigen werk achteraf. Je moet vrij zijn in je artistieke betrachtingen. Je moet alles los kunnen laten en vertrouwen dat je het wel weet, dat je het door hebt.”

Archetype van de overlever

Tijdens de voorbereidende gesprekken is onder andere gekeken hoe Jago zich binnen *Othello* manifesteert. Hoe gedraagt deze Jago zich? Hoe spint hij zijn web? Welke tactieken gebruikt hij? Welke randvoorwaarden heeft deze intrigant nodig om zijn doel te kunnen verwezenlijken? Ook is een link gelegd naar de actualiteit. Feld: "Jago is anno 2004 overal op de wereld aan de macht. Bush, Blair, Berlusconi, Bin Laden, Balkenende. Er is geen wereldleider meer die niet met een B begint en wel op zijn woord of zijn ideaal te geloven is." Bovendien zijn er relaties gelegd met andere visies op macht, zoals die van Machiavelli. Feld: "Giep had over hem de theorie dat hij eigenlijk vrij neutraal de werking van macht analyseert en de strategie om macht te behouden. Dat heb ik vertaald naar Jago. Voor Giep is Jago een echte boef. Terwijl ik ontdekte dat Jago oprecht moet zijn. Een goede Jago moet niet te betrappen zijn. Hoe kun je goed liegen? Door er zelf in te geloven. Door te geloven dat je het goede doet. Jago had voor zijn eigen gevoel alle gelijk van de wereld. Het gaat om de waarheid over de verongelijkte mens, die voor zijn eigen gevoel alle recht van de wereld heeft om te doen wat hij vindt dat gebeuren moet. Jago is het archetype van de overlever. Zonder idealen, pragmatisch, instinctief, met een eeuwig wrokmotief als motor en als legitimatie van zijn gewetenloosheid. Om vanuit die hoek over de relatie tussen het bedrijfsleven en theater na te denken, vond ik heel interessant."

Tijdens de gesprekken maakte Feld veel aantekeningen. Vervolgens maakte hij een eerste aanzet om tot een invulling van het personage en een situatieschets te komen. Zo maakte hij een opsomming van aspecten die een Jago kunnen kenmerken. Wie is Jago?

- *Ik ben niet die ik ben.* (gevleugelde zin van Shakespeare's Jago)
- Jago zit in ieder van ons.
- Jago is *impulsief*, handelt instinctief als een Hannibal Lecter.
- Jago wordt gedreven door een emotie GIF. Gif is zijn emotie.
- Jago heeft geen echt helder beleid, hij *reageert* vooral heel slim op gebeurtenissen.
- Jago wordt gedreven door revanchegevoelens en is de verpersoonlijking van het wraakmechanisme.
- De enige zwakke plek van Jago is zijn vrouw Emilia. Zijn achilleshiel en de oorzaak van zijn ondergang. Hij had nooit met een vrouw in zee moeten gaan/moeten trouwen. Dat is een Othello-element in Jago.
- Hoe functioneren de Jago's?
- Wie de Jago in zichzelf ontkent, loopt risico.
- Je moet assertief zijn, je kunnen wreken als het nodig is.
- Jago maakt gebruik van de hunkering van zijn slachtoffers.
- Hij spreekt de taal van zijn slachtoffers, hij kruipt in de huid van zijn slachtoffers.
- Jago's zijn parasieten in de organisatie, in essentie leeg maar ook geniaal in hun *destructieve creativiteit*.
- Jago's zijn onzichtbaar aan het werk, zoals de mafia. Een goede mafioso zie je niet.
- Jago's zijn virussen, die kunnen muteren en zich ongrijpbaar maken.
- Amoraliteit is sterker dan moraal.

Deze kenmerken vormen nog geen personage, maar zijn wel kaders voor een bepaalde handelwijze en levenshouding in aanbouw. Voor een deel zijn bovengenoemde kenmerken terug te leiden naar de Jago uit *Othello*. Maar ze verwijzen ook naar andere inspiratiebronnen, zoals de werkwijze van de maffia of de ijzingwekkende moordenaar uit *Silence of the lambs*. In dit lijstje zijn al een aantal pilaren voor een mogelijke theatertekst zichtbaar: wraak, gif, hunkering.

Jihad versus McWorld

Feld moest niet alleen een personage ontwikkelen, ook de context waarin het verhaal zich afspeelt moest opnieuw worden geschapen. In *Othello* speelt de huidskleur van Othello een belangrijke rol. Hij is zwart, waarschijnlijk de enige zwarte in Venetië met een leidinggevende functie. Hoewel nu – 2008 – voor het eerst in de geschiedenis een van de Amerikaanse presidentskandidaten zwart is, voelt deze kwestie niet meer heel urgent. Veel actueler is de strijd tussen *Jihad versus McWorld*. Oftewel

fundamentalistische religie versus Amerikaans kapitalisme. Misschien is Jago wel een terrorist? In ieder geval moet Jago zich bevinden in een situatie die in verandering is. Een organisatie waar doorlopend beweging is en waar veel tegengestelde machtsverhoudingen samenkomen, is de gevangenis. *Jago de Wraak* kan een gevangenisdrama/thriller zijn. Speelt het op Guantanamo Bay? Is Jago een soort Tareq Aziz [vicepremier onder Saddam Hussein]? Is de tegenspeler van Jago een Amerikaanse beul (McWorld)? In de gevangenis moet Jago een weg naar de top vinden. Hij bouwt in de gevangenis een organisatie op. Hij wordt mobiel, krijgt een schoonmaakbaantje bijvoorbeeld, of mag de post rondbrengen. Hierdoor ontstaat de ruimte waarbinnen hij intriges op kan zetten. Welke vorm moet dat krijgen? Moet er een derde acteur komen? Bijv. de directeur? Of de president? Of de vrouw van de president?

Tijdens de voorbereidende gesprekken hebben de gesprekspartners input gegeven voor de contouren van een personage, van een context en van een ontwikkeling. De inspiratie komt uit verschillende hoeken. De opdracht lijkt zelfs in dit vroege stadium al verweven in een veel breder gesprek. Feld: "Het was meteen duidelijk dat ik gebruik zou maken van de actualiteit. Niet alleen omdat ik dat zelf wil, maar ook door de gesprekken die we in het begin hadden. Othello, de neger, is nu natuurlijk de moslim. En Othello is ook Condoleeza Rize. Zo hoog is een zwarte vrouw nog nooit geweest in Amerika. Er zijn dus vergelijkingen gemaakt met *Othello*, maar ik heb ook gekeken naar wat me toen in 2004 interesseerde. De Irakoorlog. En de leugens, hoe leugens worden recht gepraat. Dat was natuurlijk een zwembad aan gegevens. Wat heb je aan ingrediënten nodig? Wanneer is iemand op zijn zwakst? Hoe zit dat bij Shakespeare? Zo heb je in het plot iets nodig waar Jago gebruik van kan maken om de intrige in gang te zetten. De elementen van *Othello* zijn gebruikt, maar zonder het na te vertellen. Het zakdoekje is bijvoorbeeld een papiertje geworden.⁶"

Hoe dachten zijn sparringpartners over het pad dat Feld van plan was te gaan bewandelen? Lex Berger: "Paul had de analogie naar Amerika en de Irakoorlog heel snel getrokken. Dat speelde toen ook heel erg, daar kon je bijna niet omheen. Er was daar duidelijk sprake van achterkamertjespolitiek. Daar kon een mooi verhaal van gemaakt worden. Dat is natuurlijk ook een vraag die voor Jago speelt. Wat gebeurt er achter die deuren? En dat geldt ook voor het bedrijfsleven. Wat zit die directeur achter die deur te bekokstoven? Maar of het een voor de hand liggende keus was? Zelf vind ik het altijd moeilijk om de directe actualiteit erbij te betrekken. Het was voor mij een totaal nieuwe vertaling waar Paul mee kwam. Ik vond het in het begin ook moeilijk om daar adequaat op te reageren, wat de impact zou zijn. En ik was benieuwd wat het bedrijfsleven er aan zou hebben. Wat moet je daar nou mee? Je zou er heel veel omheen moeten vertellen. Ik vroeg me af of de mensen zelf die vertaalslag naar hun bedrijfsomgeving zouden kunnen maken."

Vooraf heeft Feld de toezegging gekregen in totale vrijheid aan de voorstelling te kunnen werken. Hagoort heeft dit zelfs voor zichzelf als voorwaarde gesteld in het formuleren van de opdracht: de kunstenaar werkt in artistieke vrijheid. Dit kan echter situaties tot gevolg hebben waarbinnen de opdrachtgever zijn eigen creativiteit moet aanspreken. Hagoort: "Paul kwam op een gegeven moment met een concepttekst waar de islamproblematiek heel sterk in zat. Mijn eerste gedachte was: 'Hoe kunnen we voorkomen dat die managers en masse op dat hot item gaan zitten kicken en niet de intriges daarachter als uitgangspunt nemen?' Maar dat vond ik een incompetent gedachte van mezelf. Ik zou het een beperkte oplossing vinden als ik Paul zou hebben gevraagd een stukje over veranderingsprocessen in bedrijven te schrijven, in plaats van over veranderingsprocessen in de samenleving. Dát was zijn keuze. Ik heb de opdracht voor mezelf gesteld dat het op een goede manier met die managers bediscussieerd moest worden, zonder dat Paul daarvoor een letter aan de teksten hoefde te veranderen." De opdrachtgever nam het besluit om geen invloed uit te oefenen op het werk van de schrijver. In plaats daarvan zette hij zijn eigen creativiteit in om adequaat in te spelen op het aangeboden materiaal. Wellicht een unieke situatie. In ieder geval een riskante, want nu zat er voor de opdrachtgever niets anders op dan afwachten of de voorstelling de beoogde uitwerking zou krijgen en of de randprogrammering daarbinnen tot zijn recht kon komen.

⁶ Het zakdoekje is in *Othello* het bewijs van de zogenaamde verhouding tussen Desdemona en Cassio. Dankzij het papiertje in *Jago de Wraak* komt Jago achter de verhouding van Mona en Noah.

Shakespeare versus Feld

Na de voorgesprekken en nadat er enkele contouren geschetst waren ging Feld zijn eigen weg. Speelde de opdracht voor hem toen nog mee? In ieder geval niet meer op de voorgrond. Feld: “Vanuit je intuïtie kom je achter de theorieën die meespelen. Aan abstractie heb je niet zoveel. Je kunt niet zeggen ‘ik ga nu de intrigant spelen’. Je moet expliciteren wat dat dan is. Maar het loopt ook wel naast elkaar. We hebben het er wel over gehad, dus die gesprekken zullen me zeker beïnvloed hebben. Maar op het moment dat ik ga schrijven gaat eigenlijk alle voorbereiding weg. Ik begin gewoon bij de eerste regel. De eerste emotie van Jago is woede. Niet de woede van Jago in *Othello*, maar de woede van een soldaat anno nu, die martelingen heeft gepleegd en daarvoor opgepakt is. Dat vond ik heel actueel: als je denkt dat je het goede doet voor je land en je wordt daarom juist verguisd. Om te schrijven moet ik die actualiteit voelen. Lex [Berger] is tussendoor nog wel een keer geweest. Hij had een of ander boek mee met allemaal Shakespeare-interpretaties of zo⁷. Nou ja. Heel erg vanuit Shakespeare. *Jago de Wraak* wordt geen Shakespeare en is ook niet voor een doelgroep. Ik ging gewoon een voorstelling maken, en de opdracht was dan meer voor het aanvullend programma daar omheen. Voor mij is het nooit een optie geweest om over een situatie te schrijven die dicht bij huis was voor de managers. Ik kan dat ook niet. Ik ken die wereld niet. Moet ik het dan over de beurs gaan hebben of zo? Op dat moment vond ik de actualiteit veel groter en belangrijker, dus dan moet je dat voor jezelf opeisen.”

“Ik vind *Jago de Wraak* geen modernisering van *Othello*. Jago is een nieuw personage. Misschien had ik hem beter Fred kunnen noemen. Voor het publiek had het waarschijnlijk wel een meerwaarde dat hij Jago heette, maar ik vind het achteraf eerder in de weg zitten. De mensen die voor een *Othello* kwamen die vonden het heiligschennis. En de mensen die *Othello* niet kenden die pikten die relatie niet mee. Dus misschien had de voorstelling beter Wolter de Wraak kunnen heten. Dat had denk ik heel veel vrijheid gegeven. Maar ja, het was de opdracht. Maar het was ook wel interessant. Het gaf een referentiekader aan de gesprekken, maar voor de voorstelling *an sich* had het geen meerwaarde. Ik merkte het vooral aan een aantal recensies die onterecht Shakespeare wilden zien. En die vonden het dan een slap aftreksel. Maar andere waren weer heel positief.⁸ “

“Ik heb van Shakespeare de structuur gebruikt. Bijvoorbeeld het zakdoekje dat in *Jago de Wraak* het briefje is geworden. En de personages en het verloop van de intrige zijn naar *Othello* terug te voeren. Het was bij die eerste gesprekken ook al meteen duidelijk dat ik de driehoek van Jago, Othello en Desdemona wilde gebruiken. Doordat er drie personages zijn, die elkaar politiek manipuleren, gaat het meer om het mechanisme. In *Jago de Wraak* zijn alle personages strategisch handelende figuren. De strategie is belangrijker dan de motivaties. Jago is ook niet de hoofdpersoon. De strategie is de hoofdpersoon. Jago zelf is enkel een onderdeel van een spel tussen drie mensen. Het gaat om het mechanisme. Het mechanisme waarbinnen de intrigant functioneert. Het gaat niet om personages van vlees en bloed, het gaat niet om psychologie. Op een bepaald niveau gaat het daar ook bij Shakespeare niet om, maar daar heb je door de nadruk op de emoties nog het gevoel dat je het op een psychologisch niveau snapt.”

“Een intrigant is iemand die op een zijspoor is gezet, die het veld moet ruimen. Hierdoor ontstaat zijn motor: verongelijkheid. Hij is nooit degene die openlijk de macht in handen heeft, maar hij zit daaronder. De Jago's zijn de figuren náást de adviseurs. Ze zijn de spindoctors, die de macht voeden

⁷ Lex Berger denkt zich te herinneren dat het om het boek *Het schouwspel van de afgunst* van René Girard gaat. In dit boek wordt het werk van Shakespeare besproken vanuit het idee van de mimesis; het verlangen tot nabootsing.

⁸ Een voorbeeld van een dergelijke reactie was te lezen in de *Trouw*: ‘Met ‘Jago de Wraak’ wilde Paul Feld een moderne Jago scheppen. Meeliften op een geduchte reputatie zou je het beter kunnen noemen. Feld mag nog zo vaak Shakespeare aanhalen in zijn stuk, een dwingend verband met de beruchte intrigant uit diens ‘Othello’ is er niet, zoals te snel blijkt.’ Daar tegenover kunnen recensies geplaatst worden die zich veel positiever uitspreken. *De Volkskrant*: ‘Jago de Wraak is een spannende thriller maar ook een geestige satire op de actualiteit. Het lukt maar zelden om op het toneel commentaar te geven op wat er op dit moment in de wereld aan de gang is. Paul Feld slaagt daarin wonderwel en overtreft zichzelf met deze voorstelling. Met dank aan Shakespeare, de western en een vleugje Dan Brown. De strijd tussen het kapitalisme en de islam, tussen consumptisme en moralisme, tussen eigenbelang en altruïsme, alles passeert de revue in rake, geestige dialogen.’ Of het *Algemeen Dagblad*: ‘De sfeer in Jago de Wraak is grillig, spannend en duister. Het is een theatrale sfeertekening die veel associatieve ruimte laat. Met een cabaretse knipoog.’

en manipuleren. Maar ze opereren niet in het openbaar. Daarom heb ik de metafoor van de commando genomen. [In *Jago de Wraak* opereert Jago als commando in dienst van het Westen in vijandelijk Arabisch gebied. Zijn gevangenisveroordeling is vanwege het hardhandig verhoren van de vijand.] Een commando werkt echt in het verborgene. Een schim die er wel steeds is, maar die je niet ziet. Net als de hoofdamttenaren. Zij zijn de constante factor binnen de politieke macht, maar je ziet ze nooit. Die ambtenaren zijn de Jago's."

"In de gesprekken met Giep kwamen we tot de conclusie dat ik Jago vanuit de strategie moest benaderen en niet vanuit de psychologie. Wanneer het over de strategie zou gaan, zou het toepasbaar zijn voor het bedrijfsleven. Iedereen is namelijk in staat tot strategisch handelen. Op het moment dat jou onrecht wordt aangedaan ga je - wat voor karakter je ook hebt - strategisch handelen. De opdracht heeft meegespeeld om dat glashelder te maken. Volgens mij is een Jago, net als een kunstenaar, iemand die geconcentreerd gebruik kan maken van de dingen die hem komen aanwaaien. Chaos is daarbij altijd in zijn voordeel. Allereerst gaat het erom mensen zwak te maken. Door chaos worden mensen onzeker en gaan ze fouten maken. Jago maakt gebruik van die fouten. Hij voelt gevaar, maar ziet daarbij ook mogelijkheden. Dat is Jago, dat is het instinct, een superconcentratie. Zijn drijfveer is niet moralistisch. Moraal is marketing, daar geloven de mensen in. Het is strategie."

De vlucht van de creatie

De opdracht was voor Feld een belangrijke leidraad om de voorgesprekken in te gaan. In de overige keuzes die hij heeft gemaakt lijkt de opdracht minder op de voorgrond meegespeeld te hebben. Vanuit de kennis omtrent de werking van het creatieve proces is dit niet vreemd. Sybren Polet heeft als schrijver van poëzie en proza en als gasthoogleraar aan de Universiteit van Tilburg ervaring en kennis samengevoegd in een boek over de werking van creativiteit, *De creatieve factor*. Hierin illustreert hij het creatieve proces met de grillige vlucht van een vleermuis. 'De vleermuis (de verstrekte opdracht, de ontvangen impuls) dart in een donkere ruimte heen en weer, op zoek naar bruikbare of in de verte verwante betekenissen, beelden, woorden en al fladderend pikt zij uit de immense binnenruimte op wat bij haar missie past; er zijn gradaties van bruikbaarheid waarover vooralsnog niet beslist hoeft te worden, dat komt later aan de orde. Wat de vleermuis kan gebruiken, hecht zij aan haar en bepaalt tijdens het verdere rondfladderen mee wat opgepikt zal worden en wat niet.⁹ (...) Tijdens de opdracht wordt in het bewustzijn, maar voornamelijk in het onbewuste of voorbewuste, nieuw materiaal verzameld dat in de opdracht past. De wijze waarop dit gebeurt, werd met de grillige vlucht van de vleermuis vergeleken; associatief, niet-lineair, emotief.¹⁰

Deze illustratie geeft aan hoe input van buiten intern wordt verwerkt, met de kernwoorden associatief, niet-lineair en emotief (samenvoeging van emotie en motief). In het onbewuste gaat de opdracht relaties aan met de in het brein aanwezige informatie, kennis, ervaringen, fantasieën etc. In beschrijvingen van dit proces komt vaak het woord intuïtie voor. Het kan nog niet onder woorden gebracht worden, maar men 'voelt' dat iets de goede kant uit gaat. Een mogelijke definitie van intuïtie is: "een voor gevoel van de (voorlopig) meest aannemelijke samenhang tussen de opdoemende neuronale configuraties, zelfs als het brein als geheel nog in betrekkelijke onzekerheid verkeert of niet voldoende zeker is om een bepaald idee tot bewustzijn aan te vuren."¹¹ Voordat ideeën aan de oppervlakte komen is er op onbewust niveau al veel gebeurd. De opdracht is uit zijn theoretische kader gehaald en in een veel breder perspectief geplaatst. Hier domineert niet de ratio, maar het gevoel. De input wordt omwikkeld door geur, kleur en emotie. Op het moment dat de intuïtie spreekt, het gevoel ontstaat 'dat het klopt' en de ideeën aan de oppervlakte komen, kleven al deze associaties nog aan hem vast. De opdracht is losgeweekt van zijn oorsprong en in een breder daglicht gezet.

Het is niet zo dat de hele creatieve ontwikkeling zich in het onbewuste afspeelt. Dit is enkel in de incubatiefase, de broedperiode, 'tijdens welke ideeën op de deuren van het bewustzijn kloppen.'¹²

⁹ Sybren Polet, *De creatieve factor*, p.32-33.

¹⁰ Sybren Polet, *De creatieve factor*, p.126.

¹¹ Sybren Polet, *De creatieve factor*, p.135.

¹² Mihaly Csikszentmihaly, *Creativiteit*, p.90.

De overige fases zijn bewust.¹³ ‘Het echte werk begint wanneer de emoties of ideeën die voortkwamen uit de duistere hoeken van de psyche in het licht van de rede gehouden worden, en in verband gebracht worden met andere emoties en ideeën. (...) Dit proces is niet altijd even makkelijk, want de schrijver moet zich op twee tegenstrijdige doelen richten: de boodschap die het onderbewustzijn hem in het oor fluistert mag niet gemist worden en tegelijkertijd moet die boodschap in een geschikte vorm worden gegoten. Het eerste deel vereist openheid, het tweede een kritische evaluatie. Indien de schrijver er niet in slaagt deze twee processen in een constant verschuivend evenwicht te houden, zal de bron opdrogen.’¹⁴

De Aha-erlebnis

Welke bewuste stappen heeft Feld gemaakt? Hoe is hij aan het schrijven gegaan? Waar heeft hij zich op gericht? Waar draait het in *Jago de Wraak* voor hem om?

“Persoonlijk start ik altijd bij mijn angst, wat mij verontrust. Bij *Jago de Wraak* ook. De bedreigende werkelijkheid van Guantanamo Bay, die wilde ik bezweren, die wilde ik snappen. Het start bij walging en associatie. En dan ga ik interpreteren. Ik zoek veel achtergrondinformatie. Het is niet nodig, maar het fascineert me. Het is een legitimatie om in de achtergronden te duiken. Het materiaal moet op orde zijn, want ik moet van alles eigenlijk wel het juiste weten om de goede grap te kunnen maken. Dus eerst zoek ik het materiaal en dat moet vervolgens heel lang blijven liggen tot ik op een gegeven moment in de juiste staat van zijn ben. Een creatief proces is niet een rationeel ding. Ik moet verleid worden. Ik heb een melkkoe in me, en ik ben op het hoogst de impresario. Ik heb dezelfde naam, maar de melkkoe doet het werk, ook ‘s nachts. En die geeft opdrachten, die programmeert me. En ineens heb ik een droom, een gedachte en weet ik ‘dit is het!’. Deze intuïtie speelt in de wetenschap ook wel, maar die moet je dan altijd wantrouwen. Bij een creatief proces moet je intuïtie per definitie niet wantrouwen, die moet je z’n gang laten gaan. In het creatieve moet je de ratio wantrouwen. Ergens snap ik het niet en moet ik het ook niet willen snappen. Het is een vreemd proces. Het lijkt alsof ik er niet mee bezig bent. Maar onbewust weet ik dat ik in de juiste staat van zijn ben geraakt, een hyperstaat. Ik bent dan een soort antenne voor precies die dingen die ik kan gebruiken. Want ergens weet ik heel goed waar ik naar zoek. Ik weet niet hoe ik moet beginnen, maar ik weet wel waar ik het over wil hebben. En daar moet ik op vertrouwen, dat het wel komt. Eigenlijk is het de clou dat ik een heldere vraag moet stellen. Dat ik weet ‘Dit, dit is waar het over gaat’. Maar ondanks dat ik weet dat ik me goed heb voorbereid, blijft de vraag: ‘Wat wordt de eerste zin?’ Dat weet ik niet tot het moment dat ik de eerste zin opschrijft. De ene regel komt uit de andere voort. Ik kan een hoofdstukindeling maken en weet ik veel, maar ik moet ergens beginnen. Wat kan ik verzinnen dat het belang bij aanvang al zo hoog is, dat Jago bij de start al niet meer uit de situatie weg kan? En zo ontstaat de plot.”

Vertoont dit schrijfproces vanuit een opdracht grote verschillen met een geheel autonoom proces? Dit is te betwijfelen. Uitgaand van de wetenschappelijke literatuur kan er gesteld worden dat elke maker start vanuit een opdracht van buiten. Volgens de psycholoog Mihaly Csikszentmihaly komen creatieve ontdekkingen over het algemeen voort uit drie verschillende soorten bronnen: de persoonlijke ervaringen, geluiden uit het (vak)gebied en de sociale omgeving. Twee van deze bronnen zijn extern. En ook een persoonlijke ervaring is in zoverre extern dat ze veelal betrekking zal hebben op een relatie met de buitenwereld. Logisch, er moet ‘iets’ zijn dat het creatieve proces in gang kan zetten. Er moet een prikkel zijn, een gedachte, een ervaring. En prikkels ontstaan op grensgebieden - daar waar je in aanraking komt met iets wat nog geen deel uitmaakte van het onopvallende alledaagse. En of die prikkel nou voortkomt uit verbazing of verontwaardiging, er zal altijd een beweging van buiten naar binnen zijn, van externe informatie die intern verwerkt wordt.

¹³ Graham Wallas was de grondlegger van de fasering van het creatieve maakproces. Hij onderscheidde vier fases: De preparatiefase waarin verdieping plaatsvindt in een onderwerp, de bovengenoemde incubatiefase, de illuminatiefase waarin inzichten aan het oppervlakte komen (‘Het moment waarop Archimedes in bed lag en ‘Eureka!’ riep, omdat alle stukjes opeens op hun plek vielen.’ (Mihaly Csikszentmihaly, *Creativiteit*, p.90)) en de verificatiefase waarin de ideeën geëvalueerd worden. Hier kan nog een vijfde fase aan toegevoegd worden: de uitwerking. ‘Dit is waarschijnlijk het meest tijdrovende energievretende stadium. Toen Edison creativiteit omschreef als één procent inspiratie en 99 procent transpiratie, had hij vooral dit stadium in gedachten.’ (Mihaly Csikszentmihaly, *Creativiteit*, p.91).

¹⁴ Mihaly Csikszentmihaly, *Creativiteit*, p.278.

Het grote verschil is dat de ene opdracht minder dwingend zal zijn dan de andere. Binnen de autonome kunst kan een opdracht die de kunstenaar zichzelf stelt flexibel zijn en aangepast worden aan de uitkomsten van het proces. Een opdracht van buiten heeft daarentegen een strengere evaluatie nodig. Omdat er vooraf pijlers zijn geplaatst is er minder ruimte waarbinnen de aha-erlebnis, oftewel het Eureka-moment, kan plaatsvinden. Het proces zal in grotere mate recursief zijn, waarbij er vaker wordt bewogen tussen evaluatie en incubatie.

De mythe van de vrijheid

Binnen kunst lijken autonomie en vrijheid magische woorden. Voor een deel is onafhankelijkheid in geest en daden ook zeker van belang. Ook binnen een opdracht is het van belang dat een kunstenaar zijn autonomie kan behouden. Een maker moet de ruimte krijgen om verfrissend en dwars te zijn. In de kunstwereld neigt men er zelfs toe te stellen dat gebrek aan vrijheid de creativiteit kan schaden. Wanneer er echter sprake is van een opdracht van buitenaf zal de maker zich tot deze opdracht moeten verhouden. Hoever kan de vrijheid dan nog gaan? Feld: “Creatief denken gaat in essentie uit van het níet weten, je eigen waarheid ontdekken. Wetenschap gaat ook over ontdekken, maar dan per definitie van de algemene waarheid. Dat was ook interessant aan deze opdracht. De opdracht ging over een algemeen geldend ding. Ik zei: ‘Het moet totaal over mijn waarheid gaan. Dan alleen kunnen jullie theoretici er iets aan hebben.’”

Iemand die een belangrijke plaats inneemt in de kennisvergaring omtrent creatieve maakprocessen, en de mythes die daarbinnen spelen is Nirav Christophe¹⁵, lector Theatrale maakprocessen aan de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, Faculteit Theater. Hij benadrukt dat een belangrijk aspect van creativiteit de ‘interaction speed’ is, de snelheid waarmee de maker kan schakelen tussen de verschillende ingrediënten van het maakproces. Deze ingrediënten zijn enerzijds de kennis en ervaringen van de maker en anderzijds de opdracht. Opdracht betekent binnen deze context niet alleen een wens van een persoon van buiten, maar ook de persoonlijke verwachtingen van de schrijver, de doelgroep, de stijlkeuzes etc. Tijdens het schrijfproces zal de aandacht geregeld verspringen tussen deze ingrediënten.¹⁶ Er is sprake van meerstemmigheid, waarbij de opdracht(gever) één van de stemmen is.

Een ervaren schrijver zal deze meerstemmigheid kunnen accepteren en de opdracht internaliseren. Een constant schakelen tussen de ingrediënten (de ‘interaction speed’) voorkomt dat de focus stil blijft staan op de opdracht en maakt het een creatieve partner. Christophe: “Er bestaan een aantal mythes over het creatieve proces. Zo wordt er gedacht dat er naast originaliteit en diepzinnigheid ook absolute vrijheid noodzakelijk is. Maar absolute vrijheid hoeft het proces helemaal niet te bevorderen. Bepkeringen zouden de creativiteit juist kunnen vermeerderen. Bovendien zijn er altijd een aantal ingrediënten die meespelen in een creatief proces: research, persoonlijke herinneringen, persoonlijke normen, de tekst die er al ligt. En de opdracht.”

Christophe haalt de structuralistische filosoof Derrida (1930-2004) aan om te beschrijven dat het proces van een schrijver tweeledig is. Enerzijds is de schrijver een knutselaar, die zich behelpt met wat hij toevallig bij de hand heeft. Anderzijds is de schrijver ook een ingenieur die zijn werktuigen ontwerpt in functie voor het doel waar ze toe dienen. Zo schakelt de schrijver tussen knutselen en ontwerpen.

Feld zegt het op zijn manier: “Openstaan voor nu, voor creativiteit, is ook het openstaan voor de krachten van buiten. Als je schrijft is alles een opdracht. Een opdracht van mezelf of een opdracht van buiten ervaar ik niet anders. Wanneer je een opdracht van buiten hebt, bouw je hem om tot een opdracht van jezelf, tot je denkt ‘dat had ik sowieso willen schrijven.’ ”

¹⁵ Nirav Christophe is vanuit zijn lectoraat in een ondersteunende rol betrokken geweest bij het project *Jago de Wraak*. Hij was tevens gespreksleider bij een informatieve bijeenkomst over het project op 13 december 2007, waar hij de inleiding verzorgde.

¹⁶ In het schrijfprocesmodel van Flower & Hayes wordt schematisch weergegeven hoe de verschillende ingrediënten van invloed zijn op het schrijfproces. In dit model is ook inzichtelijk gemaakt dat een creatief proces recursief verloopt. ‘Het lijkt er veel op dat plannen, schrijven en herschrijven wel plaatsvinden, maar niet keurig achter elkaar in deze volgorde. Het gaat kriskras door elkaar heen, steeds weer razendsnel verspringend van het een naar het ander.’ (Nirav Christophe, *Het naakte schrijven*, p.36)

Cultureel ondernemerschap

De opdracht voor *Jago de Wraak* kwam voort uit het doel om via een artistiek proces nieuwe inzichten te bieden omtrent managementtheorieën over organisatieverandering. Bovendien dient het maakproces van de voorstelling als casus om te onderzoeken hoe kunstenaar en opdrachtgever (kunst en bedrijf) samen de dialoog aan kunnen gaan.

Een bevlogen opdrachtgever en een op de samenleving reflecterende theatermaker zijn de dialoog aangegaan als creatieve partners waarbij zij allebei een eigenzinnige invulling stimuleerden en ze samen de risico's aanvaardden van het onvoorspelbare karakter dat met dit proces gepaard gaat. Ook aan de kant van de opdrachtgever was er vertrouwen in de kracht van de creatie. '(...) het onafhankelijke creatieve proces dat aan kunst en cultuur ten grondslag ligt hetgeen met zich meebrengt dat telkenmale een uniek product ontstaat, hoe opdrachtgebonden de creatie ook is.'¹⁷

In deze casus heeft de schrijver de opdracht benaderd als een inspiratiebron, niet als een belemmering of een verplicht nummer. Feld heeft de opdracht geïnternaliseerd waardoor het een dialoog heeft kunnen aangaan met de overige ingrediënten: de persoonlijke fascinaties, de actualiteit. De doelgroep speelde een duidelijke rol. Zij heeft de voorbereidende gesprekken gestuurd en gezorgd voor de focus op de strategie. Maar in plaats van star op de plaats te blijven staan heeft de opdracht zich bewogen tussen de gemeenschappelijke raakvlakken tussen de intrigant in het bedrijfsleven, in het theater en in de politiek. Zo heeft Feld de opdracht zijn persoonlijke leefwereld binnen gebracht, in plaats van te proberen zichzelf in de wereld van de opdracht te forceren.

De verschillen tussen dit maakproces in opdracht en een autonoom maakproces lijken miniem. Elke creatie is zonder meer een spel tussen vrijheid en openheid enerzijds en evaluatie anderzijds. Bovendien is er altijd sprake van een opdracht en invloeden van buiten. Het grote verschil is dat een voorstelling die zich richt op vraagstukken uit het bedrijfsleven een doorwerking zal moeten veroorzaken bij de doelgroep. Het is de vraag of *Jago de Wraak* hierin geslaagd is.

Uit navraag bij enkele personen uit de doelgroep bleek dat de verwachting waarmee ze naar de voorstelling gingen unaniem hoog was, maar om verschillende redenen. Er was nieuwsgierigheid naar het experiment of interesse in de thematiek. Er werd uitgekeken naar de voorstelling, maar niet in de laatste plaats ook naar een gezellige avond in een prettige ambiance om persoonlijk zaken te kunnen doen.

De unanimiteit komt weer samen in het feit dat een ieder zich speciaal publiek voelde. Niet zozeer omdat ze de doelgroep waren, maar door de speciale aankleding van de avond of de persoonlijke uitnodiging van Hagoort. De ondervraagden vonden de sfeer bijzonder, wat ze op prijs stelden. Terugkijkend op de avond, welk onderdeel is het meest bijgebleven? Hier verschillen de meningen. De voorstelling zelf springt er toch het meest bovenuit, maar ook het diner en de gesprekken na afloop worden genoemd, en niet wonderbaarlijk het hele totaalpakket. Hoewel Hagoort tijdens het diner een inhoudelijke inleiding heeft gegeven op de voorstelling, is het de vraag hoe ver deze heeft doorgewerkt. Na afloop was er de gelegenheid om met een drankje na te praten, maar nam het netwerken ook een duidelijke plek in; het was een goede ambiance om te netwerken. Een van de toeschouwers licht nader toe dat er wel onderling is nagesproken over de voorstelling, maar niet over de intrigant in relatie tot bedrijfsleven. Er is vooral gesproken over de actualiteit en de tijdsgeest die in de voorstelling naar voren kwam.

¹⁷ Giep Hagoort, Cultureel ondernemerschap, p.28

Waar ging *Jago de Wraak* volgens de doelgroep over? Machtsverhoudingen, intriges, huichelarij, vertrouwen, verraad, of 'Dat het boek van Machiavelli een eeuwigdurende actualiteitswaarde heeft. Dat wist ik overigens voor de voorstelling ook al. Maar het is aardig om daar weer een zeer eigentijdse uiting van te zien.' De thematiek werd dus helder opgepikt. Waar heeft dit toe geleid? Niet tot het leggen van relaties naar het eigen bedrijfsleven, tenminste niet tijdens de voorstelling. Tijdens de voorstelling overheerste vooral de bewondering voor de intensiteit van het spel, voor de grootsheid van de invulling van de rol van Jago, de kracht die ondanks de kleine cast voelbaar werd, het indrukwekkende dat het publiek zo dicht op de spelers zat en een enkele twijfel over de tekst.

Maar heeft de voorstelling en zijn thematiek eenmaal terug in het bedrijfsleven dan voor gedachten, gesprekken, veranderingen gezorgd? In het antwoord op deze vraag is er een interessante tweedeling te zien. Hoe meer iemand bekend is met het project, hoe meer het antwoord in de lijn der verwachting ligt. Op de vraag of de voorstelling heeft geleid tot gespreksstof binnen het bedrijf was het antwoord van het publiek van 'buiten' steevast: Nee (behalve de gezamenlijke bewondering voor de kwaliteit van de voorstelling en de grote actualiteit van het thema). Heeft de voorstelling ze dan met andere ogen naar zichzelf, hun collega's of de bedrijfsstructuur doen kijken? Nee. De enkeling die hier positief op reageerde was goed bekend met het Jago-project en zijn doelen.

Is hier sprake geweest van een self fulfilling prophecy of een teken dat er een veel intensievere voorbereiding nodig is om een zichtbaar effect bij de toeschouwers te verkrijgen? Of had het gebrek aan effect er mee te maken dat de thematiek toch te veel vaardigheid vroeg om naar de eigen situatie om te zetten? In de beantwoording van deze laatste vraag is weer dezelfde tweedeling terug te zien. De insider verwacht dat het voor de outsider te moeilijk zal zijn, maar de outsider zelf heeft hier geen moeite mee. Er wordt zelfs ingezien dat de ver-van-huis-situatie kan helpen met het zien van de patronen en het abstraheren. En dat er bovendien de ruimte wordt geboden ook nog gewoon naar een mooie voorstelling te kijken. En bovendien: 'Wat is tegenwoordig ver van huis? Niets! Met de moderne media is alles toch in onze achtertuin?'

De toeschouwers hebben een prettige avond gehad. De voorstelling is positief gewaardeerd en de inhoudelijke laag is gezien. Maar het is zeer te betwijfelen of *Jago de Wraak* een verdergaand effect op de doelgroep heeft gehad. Wat *Jago de Wraak* wel heeft gedaan is tonen dat theater op een artistiek hoogwaardige manier in dialoog kan gaan met het bedrijfsleven. Zonder concessies, maar met extra uitdagingen. Feld: "In het bedrijfsleven zijn ze ook geïnteresseerd in de kunstenaar, in hoe een creatief proces werkt. Hoe een kunstenaar ergens mee aan de haal gaat. Je brengt de twee werelden samen. Die werelden kunnen elkaar beïnvloeden. Dus niet dat de een opgaat in de ander, maar dat het twee zelfstandige grootheden blijven. Ik wil ook geen docent zijn voor het bedrijfsleven. We kunnen het wel samen ergens over hebben. Samen willen we snappen hoe die Jago werkt."

Dwars kijken

Het voordeel van een opdrachtgever die zelf artistieke ideeën heeft en daarin meedenkt is dat ze een gezamenlijke taal spreken en de verwachtingen en mogelijkheden duidelijk zijn. Hagoort wist hoe een creatief proces werkte, hoe hij daar stimulans aan kon geven en wanneer hij er juist afstand toe moest nemen. In dit specifieke geval heeft deze vorm van samenwerking goed uitgepakt. Hagoort: "Je pakt een thema waar we het over eens waren. Daar spelen vragen bij waar ik niet uitkwam, maar Paul wel. De meerwaarde is dat mijn inzichten in de Jago's toegenomen zijn door Paul zijn antwoorden."

Iemand die meer inzicht kan geven in de waarde die culturele instellingen kunnen hebben voor het bedrijfsleven is Lodewijk Ouwens van de Stichting Kunst en Zaken.¹⁸ "Een kunstenaar heeft een mate van autonomie nodig. Als bedrijf heb je niks aan een kunstenaar die niet juist zijn eigen weg zoekt en dwars kijkt. Zonder autonomie wordt zijn werk een inkleurplaatje. Bedrijven beseffen zich dit ook

¹⁸ De Stichting Kunst en Zaken heeft als doel het management van culturele instellingen duurzaam te versterken met kennis en expertise uit het bedrijfsleven. Daarnaast stimuleren ze samenwerkingsverbanden waarbij de culturele sector met oplossingen komt voor bedrijfsvraagstukken.

wel; ze zoeken juist eigenzinnige mensen die iets kunnen bieden wat ze zelf niet hadden kunnen bedenken. Daar is grote behoefte aan. Wanneer het uitgangspunt en doel helder zijn moet de opdrachtgever vervolgens geen invloed willen hebben op wat er dan gebeurt. Hij moet er vertrouwen in hebben dat de maker iets zal maken dat lijkt op wat hij in zijn hoofd heeft, maar tegelijkertijd totaal anders is - anders had hij het ook zelf kunnen maken.”

“Met een creatieve interventie in het bedrijfsleven zal altijd een toegepast resultaat in de werkelijkheid beoogd worden; dat er leereffecten inzitten, ontwikkeling en verandering teweeg gebracht wordt. Veranderingsprocessen zijn ingewikkeld en hebben veel invloed op mensen. Hierbij moet het uitgangspunt zijn dat je nooit meer rommel maakt dan je op kunt ruimen. Je moet dus niet alleen dingen open leggen, maar ook nadenken hoe je dat vervolgens in die nieuwe structuur brengt. Het zijn geen vrijblijvende acties. Maar wie is er verantwoordelijk voor het na-proces? Wanneer een bedrijfsvraagstuk een direct uitgangspunt is voor de theatermaker dan is ook de afronding, de evaluatie, de gevolgen daarvan, absoluut een onderdeel van het project. Dat na-proces is ook het enige gedeelte van het proces dat toetsbaar is. Het product zelf is amper te toetsen, vanwege de autonomie van de kunstenaar, maar het effect wel. Als je bijvoorbeeld iets sluimerends zichtbaar wilt maken, om zo een conflict op te lossen, dan kan je dat achteraf toetsen. Is de situatie verbeterd?”

“*Jago de Wraak* is een voorbeeld hoe theater gebruikt kan worden om sociale problemen zichtbaar te maken. Er is gebruik gemaakt van de verborgen expertise van een theatermaker: dingen die wel voelbaar zijn, maar niet zichtbaar, boven tafel te laten komen en bespreekbaar maken. Daarnaast weet een theatermaker hoe je een boodschap op honderd manieren kan overdragen, hoe je de kern ergens uit kan halen, hoe je emotioneel bij mensen kunt binnenkomen; de verborgen expertise. Wat ook heel belangrijk is, is dat een creatieveling ergens onbevangen en dwars naar kan kijken en met ideeën kan komen waar de bedrijfsmensen zelf nooit op zouden komen. Het effect is niet altijd leuk – er wordt vaak een enorme spiegel voorgehouden en dat kan tot een behoorlijke clash leiden op managementniveau. Maar er gebeurt wel altijd iets. Het maakt iets zichtbaar en daar moet het bedrijf iets mee.”

De toenadering tussen het bedrijfsleven en de kunsten kan niet direct gedefinieerd worden als een voortvloeisel uit warme wederzijdse interesse. Lange tijd zijn beid van elkaar gescheiden geweest. Het belang voor een hoogstaande bedrijfsvoering is voor de kunstwereld echter groter naarmate de overheid zich meer terugtrekt als belangrijkste financier. En de noodzaak voor creativiteit is voor de bedrijven groter in een tijd waarin innovatie een kernwoord is en het moeilijker is om zowel producten als werknemers aan zich te binden. Het besef groeit dat kunst en bedrijf niet per definitie elkaars tegenpolen zijn. Sterker nog, ze kunnen elkaar versterken. Het bedrijf kan de kunst ondersteunen met kennis over en ervaring in ondernemerschap, de kunst kan het bedrijf ondersteunen met kennis over en ervaring in creativiteit. De deuren zijn geopend voor dialoog. Feld: “Cultureel ondernemerschap is lange tijd met te weinig bezieling benaderd. Het ging niet uit van een creatief gesprek. Er was vooral aandacht voor sponsoring. *Jago de Wraak* kan gezien worden als een pleidooi voor een nieuwe relatie tussen bedrijfsleven en kunst. Of in ieder geval als een startpunt voor een nieuwe dialoog, waar wij van Growing up in Public gretig aan mee doen.”

Bibliografie

Deze tekst is tot stand gekomen in samenspraak met Paul Feld.

Met dank aan: Giep Hagoort, Lex Berger, Lodewijk Ouwens en Nirav Christophe.

- Danielle Arets, CMKBU een veelbelovende onderneming. Utrecht: HKU, Lectoraat Kunst en Economie, 2005.
- Nirav Christophe, Het naakte schrijven. Over de mythen van het schrijverschap. Amsterdam / Antwerpen: L.J. Veen, 2003.
- Mihaly Csikszentmihaly, Creativiteit. Over Flow, schepping en ontdekking. Amsterdam: Boom, 1998.
- Giep Hagoort, Cultureel ondernemerschap. Over het onderzoek naar de vrijheid van kunst maken en de vrijheid van ondernemen. Oratie 6 juni 2007. Utrecht: Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, 2007.
- Giep Hagoort (red.), Jago Business Review. Utrecht: HKU, Lectoraat Kunst en Economie, 2006.
- Sybren Polet, De creatieve factor. Amsterdam: Wereldbibliotheek, 1996.
- Artikel ScienceGuide op internet: www.scienceguide.nl/article.asp?articleid=101647

> EPILOOG

> Jago de Dialoog

In de laatste zin van het essay *Jago de Beschouwing* noemt Paul Feld het project *Jago de Wraak* een startpunt voor een nieuwe dialoog tussen bedrijfsleven en kunst.

De opluchting die zich van mij meester maakte toen ik het essay las, was vooral dat we het eindelijk niet meer hoeven te hebben over autonomie & vrijheid versus opdracht, maar over dialoog en uitwisseling.

Het is overigens opmerkelijk dat in de beschrijving van het project, waarbij het creatief werken in opdracht wordt onderzocht, iedereen nog altijd zijn best doet om artistieke vrijheid en autonomie maar vooral bij voorbaat heilig te verklaren. “De deal was absolute vrijheid.” (Giep Hagoort), “Je moet vrij zijn in je artistieke betrachtingen” (Lex Berger), “Een kunstenaar heeft autonomie nodig” (Lodewijk Ouwens). Het lijkt alsof de kunstenaar keer op keer luid verzekerd moet worden dat samenwerking met een opdrachtgever zijn creatieve vrijheid niet zal aantasten.

In de artistieke dialoog die ontstaat tussen bevlogen opdrachtgever en een op de maatschappij reflecterende theatermaker is die reflex niet langer nodig. Het is duidelijk: “Als je schrijft is alles in opdracht” (Paul Feld). Sterker nog: juist de opdracht geeft een extra stem in de meerstemmigheid van de kunstenaar, en verdiept daarmee diens creatieve proces, en ja: ook diens autonomie.

De wellicht meest revolutionaire hypothese is, dat werkelijk artistieke autonomie juist ontstaat en zich toont in de mate waarin de kunstenaar beïnvloeding toestaat van context en opdracht.

De definitie van artistieke autonomie is daarbij: voortdurende artistieke dialoog met context en opdracht.

Wat is dialoog in dit geval, laten we zeggen tussen bedrijfsleven en kunst?

Een dialoog is niet mogelijk wanneer één iemand spreekt en de ander luistert. Ideeën en gedachten ontstaan vanuit de respons.

Een dialoog is geen discussie met het uitwisselen van standpunten. Plato is op die manier eeuwen misbruikt om te pretenderen dat je met elkaar iets vrij onderzoekt, maar eigenlijk alleen maar je standpunten ventileert.

Een dialoog is volgens filosoof Michel Foucault alleen mogelijk wanneer er een werkelijke ontmoeting plaatsvindt waarin beiden worden geraakt en radicaal worden beïnvloed.

Maar natuurkundige David Bohm gaat nog verder: juist een dialoog legt de incoherentie van onze gedachte bloot.

Niet de autonomie van de kunstenaar heeft het monopolie van het ‘dwarskijken’, zoals Lodewijk Ouwens van de Stichting Kunst en Zaken het formuleert, maar juist in de artistieke dialoog van de kunstenaar met context en opdracht kan de incoherentie van onze gedachte blootgelegd worden. Blootgelegd bij het bedrijfsleven en blootgelegd bij de kunst. Beide belanden dan even in het niet-weten. Beide belanden dan even in de kunst.

Nirav Christophe

HKU-lectorat Theaterale Maakprocessen

Sinds 2005 bestaat aan de faculteit Theater van de HKU het lectorat Theaterale Maakprocessen. Het doel van het lectorat is de ontwikkeling van toepassingsgerichte methoden en instrumenten voor de theaterale beroepspraktijk, de theatereducatie, en het theateronderwijs, zowel op bachelorniveau als op masterniveau. Hiermee sluit het onderzoek aan op ontwikkelingen in de beroepspraktijk. De theaterpraktijk heeft de laatste twintig jaar een breed scala aan multidisciplinaire en intermediale experimenten en voorstellingen laten zien. Inherent aan die ontwikkeling van het theaterale product is een grotere aandacht voor het maakproces. In theater, waarin de disciplines niet meer hiërarchisch geordend zijn, is een 'work in progress-houding' ontstaan. Deze houding kenmerkt zich door een nadruk op het moment waarop iets gecreëerd wordt eerder dan op het fixeren van dat moment, en op een maakproces waarbij de disciplines scheppen in reactie op elkaar. De theaterpraktijk geeft aan dat voor deze betrekkelijk nieuwe cross-over creaties behoefte is aan nieuwe analysemethoden en adequate maakstrategieën. Doel van het onderzoeksbeleid van de Faculteit Theater is kennisproductie en kennisvermeerdering op het gebied van de Theaterale Maakprocessen. Meer kennis van theaterale maakprocessen levert een bijdrage aan een beter begrip van het theaterale product, en aan de verbetering van de kwaliteit van het begeleiden van het theaterale maakproces door regisseurs en dramaturgen, en door theatermakers onderling. Bovendien levert het materiaal voor de didactiek van de theaterale maakprocessen: een didactiek die gebaseerd is op begrip en analyse van het maakproces geeft een wezenlijk inzicht in hoe die kunst te leren is. Tot slot geeft het inzicht in creatieve processen in het algemeen, ook buiten het theaterwerkveld, bijvoorbeeld in managementprocessen. Het onderzoek naar Theaterale Maakprocessen kent zeven onderzoeksgroepen en bijbehorende kennisringen van docenten, studenten, alumni en externe experts. Er zijn onderzoeksgroepen op de domeinen muziektheater, virtueel theater, beeldend theater, improvisatietheater, bewegingstheater, theorie van de maakprocessen, en didactiek van de maakprocessen.
nirav.christophe@theater.hku.nl

HKU-lectorat Kunst en Economie

Het in 2000 opgerichte lectorat Kunst en Economie richt zich op innovatief onderzoek naar cultureel ondernemerschap. Het levert een bijdrage aan het onderzoeksbeleid van de faculteit aan de hand van drie onderzoeklijnen:

- Groei en ontwikkeling van C MKB-bedrijven;
- Financiering van culturele bedrijven en projecten;
- Return on Creativity.

Samen met het vakgebied kunst en Economie van de Universiteit Utrecht heeft het lectorat een onderzoeksprogramma Creative Grounds opgezet. De universiteit richt zich daarbij op promotieonderzoek. Samen met HKU-docenten en masterstudenten worden praktijkgerichte onderzoeksconcepten ontwikkeld en getest. Voorbeelden hiervan zijn Cultural Business Modeling, C MKB en StratLabs.

Binnen netwerken als LOK en IPCICO wordt kennis gedeeld en verspreid. Het lectorat heeft zo'n 50 publicaties op zijn naam staan. Op Internationaal niveau wordt samengewerkt met instellingen uit België, Georgië, Frankrijk, Finland, Turkije, Nieuw Zeeland, VS en VK. Het lectorat ontvangt financiële steun van onder meer SKO en SIA RAAK.
giep.hagoort@ke.hku.nl

Over de auteurs

Nirav Christophe (1959) is neerlandicus en theaterwetenschapper. Hij schrijft voor toneel en radio. Hij schreef 10 hoorspelen, die werden uitgezonden in 12 landen. Hij is een internationaal gerenommeerd schrijfdocent en schrijfpedagoog. In 1992 richtte hij aan de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht de eerste vierjarige HBO-dramaschrijfopleiding op. Van die opleiding was hij 9 jaar artistiek leider. Sinds 2005 is hij lector Theatrale Maakprocessen aan de faculteit Theater van de HKU.

Paul Feld (1958) is artistiek leider van theaterfirma Growing up in Public. Dit Utrechtse gezelschap is opgericht in 1989. Paul Feld is voorafgaand aan de regieopleiding te Amsterdam cum-laude afgestudeerd aan de Rijksuniversiteit Utrecht, Algemene Literatuurwetenschap. Behalve als schrijver en regisseur van theatervoorstellingen is hij ook geregeld actief als gastdocent, spreker, essayist en als intendant van de cultuuropbouw in de Utrechtse wijk Leidsche Rijn.

Mirjam van Gogh (1980) studeerde van 2001 tot 2005 aan de Universiteit Utrecht, Taal- en Cultuurstudies met de specialisatie Theaterwetenschap. In 2005/2006 besloot ze haar studie met een Master Theaterdramaturgie aan de PSAU, waarbinnen zij zich specifiek richtte op het maakproces van documentair theater. De afgelopen jaren is Mirjam van Gogh meermalen actief geweest als regieassistent bij Growing up in Public.

Giep Hagoort (1948) is naast cultureel ondernemer, hoogleraar en lector kunst en economie aan respectievelijk de Universiteit Utrecht en de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht. Giep Hagoort is mede-oprichter van de HKU-opleidingen kunst en management. Vanuit zijn hoogleraarschap geeft hij leiding aan het European Research Programme on Cultural Entrepreneurship 2009-2013. Zijn handboek over kunstmanagement is in vijf talen verschenen.

Colofon

Teksten: Nirav Christophe, Mirjam van Gogh - in samenspraak met Paul Feld, Giep Hagoort.

Toneeltekst Jago de Wraak: Paul Feld.

Jago-Projectleiding en redactie Jago Business Review: Giep Hagoort.

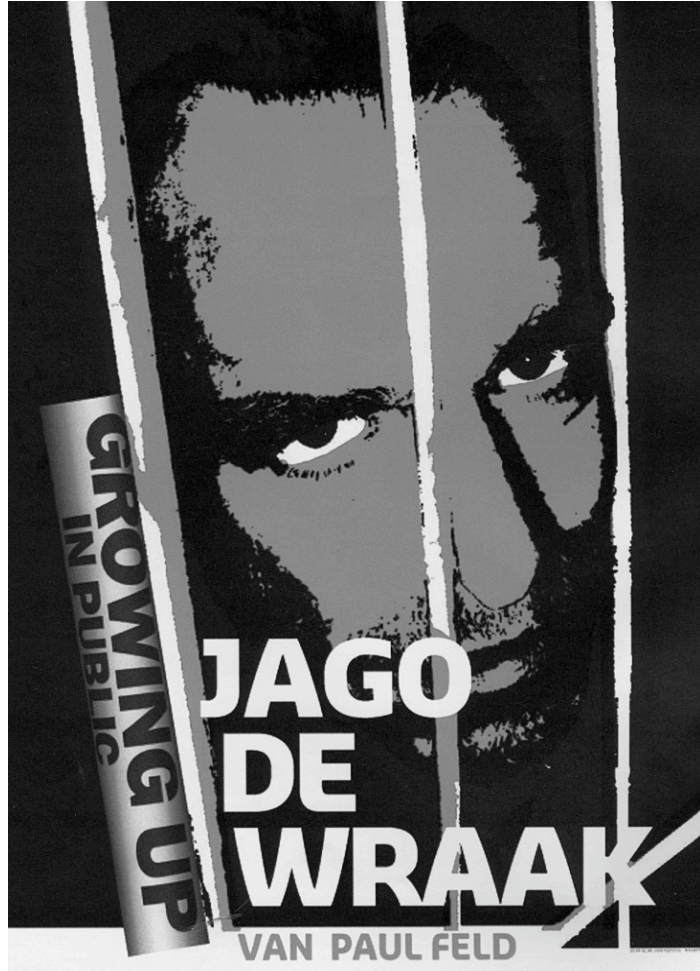
Vormgeving en foto voorblad: Jaap van den Dries, HKU.

Uitgever: Art Press Utrecht/Lectoraat Kunst en Economie-Lectoraat Theatrale Maakprocessen.

Met steun van C MKB/SIA RAAK, Amsterdam School of Management (ASOM).

December 2008

www.hku.nl



GROWING UP
IN PUBLIC

JAGO DE WRAAK

VAN PAUL FELD