

# VMBO'ERS ALS MEDE-MAKER IN INTERACTIEVE THEATERVOORSTELLING.

Tekst: Eva Jansen en Hilda Smetsers

**In MMNieuws 2/2010 schreef Hein Hofman (We Cross) over co-creatie: het proces waarbij de inbreng van het publiek de waarde van een product of organisatie vergroot. Eén van de bekendste voorbeelden hiervan is Lego. Lego geeft het publiek de mogelijkheid zelf ontwerpen te maken en neemt bij voldoende kwaliteit en populariteit deze ook in productie. Lego gebruikt de inspiratie van het publiek om nieuwe ontwerpen te produceren en is verzekerd van een product dat aansluit bij de behoefte van de doelgroep.**

De voorbeelden van beperktere co-creatie, specifiek in de cultuursector, zijn minder talrijk. Maar dit betekent niet dat er geen Nederlandse projecten of producten zijn die experimenteren met deze vorm. Een mooi voorbeeld is Bekijk 't, een Amsterdamse organisatie die al tien jaar actief is op het gebied van cultuurparticipatie. In de interactieve theatertournee ROOS\_09 creëert het publiek, dat bestaat uit VMBO-leerlingen, via workshops op scholen en via internet mee aan de totstandkoming van de voorstellingen.

Op een groot scherm praat VMBO'er Latifa met de hoofdrolspeelster uit ROOS\_09: 'Zal ik anders een keer huiswerk met je komen maken?' Roos: 'Ik red me wel, maak je geen zorgen.' Gedurende de voorstelling komen zo meerdere dialogen tussen publiek en acteurs tot stand, af en toe tot grote hilariteit van de scholieren in de zaal die zichzelf of mede scholieren terugzien.

ROOS\_09 is de nieuwe interactieve theatertournee van Bekijk 't, waarin VMBO-scholieren participeren als maker of acteur. De hoofdpersoon uit de voorstelling is Roos, zij is ziek en wordt niet meer beter. Ze zit alleen thuis en communiceert enkel nog met haar vrienden via haar webcam. Vanuit haar bed creëert ze een fantasiewereld waarin alles goed met haar lijkt te gaan. De vrienden van Roos worden gespeeld door een deel van de scholieren uit het publiek. Zij nemen vooraf deel aan spel- en videoworkshops en spelen

mee in korte items. Zo worden zij onderdeel van het productieproces en krijgen een grotere betrokkenheid bij de voorstelling. Door de gegeven verantwoordelijkheid voelen de scholieren zich serieus genomen en veranderen zij niet zelden van dwarse pubers in welwillende acteurs en filmmakers.

Het betrekken van de leerlingen gebeurt niet alleen offline, middels workshops, maar ook online, buiten de schooluren om. Samen met We Cross is vooraf een sociale mediastrategie bedacht om een community te creëren rondom de voorstelling. Het doel: een dialoog tot stand brengen met de scholieren, de scholieren voorbereiden op de thematiek van de voorstelling en het verzamelen van *user generated content* in de vorm van video's. De vrije publiciteit die uit dit sociale mediabeleid naar voren komt voor de vrije voorstellingen is mooi meegenomen.

Op de website [www.roos09.nl](http://www.roos09.nl), die ook door We Cross werd gemaakt, staat uitgelegd hoe scholieren (ook van niet deelnemende scholen) een video kunnen opnemen met hun webcam en deze kunnen uploaden. De video's verschijnen vervolgens op de website. De beste inzendingen winnen een professionele opnamedag en een masterclass; het materiaal dat hier wordt geschoten krijgt een plek in de voorstelling. Zo hebben dus alle middelbare scholieren de kans om op groot scherm hun acteerprestaties terug te zien. De actie wordt o.a. gecommuniceerd via CJP, 7Days en Fancy.

De trigger om te participeren, in het geval van ROOS\_09 in de opnamedag, masterclass en het acteren in een professionele voorstelling, is erg belangrijk. Het publiek heeft namelijk een aantal motivaties om mee te creëren. De belangrijkste hiervan zijn profilering (laten zien wie je bent), de 'fun' factor en een passende beloning.

Traffic naar de site komt voornamelijk via de Hyves-site van ROOS\_09, waar de leerlingen op geattendeerd worden via hun docent en via de bovengenoemde bladen. Dáár zijn waar de scholieren zijn, is een belangrijke sleutel in het succes van het sociale mediabeleid. Een grote meerderheid van de leerlingen is nog steeds actief op Hyves. In de ontwikkeling van de strategie hebben Bekijk 't en We Cross ervoor gekozen om online en offline optimaal met elkaar te integreren, zoals dat ook in de voorstelling het geval is.

In de voorstelling is helaas niet genoeg tijd om alle leerlingen van een school een plek te geven op het scherm. Kwaliteit en mediawijsheid spelen ook een rol, niet al het materiaal is geschikt voor de voorstellingen. Toch kan iedereen, dankzij een YouTube, DIK en Flickr account zijn of haar video- en fotomateriaal gemakkelijk terug zien. Alles is te vinden op de website, waar de accounts aan gekoppeld zijn.

ROOS\_09 gaat over actuele thema's die jongeren bezig houden: de manier waarop zij zich online profileren, hun mening over anderen en of iemand te vertrouwen is. De voorstelling is vanaf oktober in theaters door heel Nederland te zien. Op dit moment is Bekijk 't druk bezig met de uitrol en implementatie van deze strategie.

Kijk op [www.bekijkt.nl](http://www.bekijkt.nl) voor meer informatie en de trailer. □



Eva Jansen houdt zich na het afronden van de studie Reclame-, Marketing- en Communicatiemanagement en een jaar vaste dienst bij CJP als freelancer bezig met de communicatie van culturele en sociale evenementen. Op het moment is ze werkzaam bij Bekijk 't. Eerdere opdrachtgevers waren o.a IDFA, Open Source Amsterdam en WOMEN Inc. ([post@evawerkt.nl](mailto:post@evawerkt.nl)).



Hilde Smetsers is mede-eigenaar van We Cross ([hilde@wecross.nl](mailto:hilde@wecross.nl)).