



De motieven van kunststudenten voor theaterbezoek

De motieven van kunststudenten voor theaterbezoek

Masterscriptie Kunstbeleid en -management

Annelies Tytgat | 3608956

Begeleider: Francesco Chiaravalloti

Tweede lezer: Kees Vuyk

Voorwoord

Linkse hobby, no culture, no future, tromboneclubje, Nederland schreeuwt om cultuur.

Ik heb het druk gehad het afgelopen jaar, met leren over het huis van Thorbecke en het huis aan de werf, over linkse hobby's en linkse schreeuwen. Het Nederlandse culturele veld bevindt zich in woelige wateren en de toekomst voor mijn medestudenten en collega's van de Brakke Grond ziet er niet bepaald rooskleurig uit. Ik ben eerlijk gezegd blij dat ik terug naar Vlaanderen mag, waar ze de frietjes nog twee keer bakken en zachtjes fluisteren over een besparing van 2%. En toch, in deze crisisperiode zag ik hoe mensen vol vuur en passie schreeuwden over hun kunst, hun huis, hun hobby. Ook dit neem ik mee naar mijn Vlaanderenland.

Tussen al dat schreeuwen door werkte ik aan mijn scriptie. Maar niet alleen. Heel veel dank aan Francesco, Bettina en Mayke voor de begeleiding, alle proefpersonen voor hun tijd, Willem-Jan en Sanne voor hun huis en mijn verloofde Folker voor al de rest.

Hopelijk leest u mijn scriptie even graag als ik haar schreef.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	5
2	Theoretisch kader	7
2.1	Inleiding	7
2.2	De sociale en symbolische waarde.....	7
2.3	Hedonisme.....	9
2.4	Intellectuele of culturele verrijking	11
2.5	Emoties	12
2.6	De artistieke ervaring	14
2.7	De kunststudenten in de literatuur	16
2.8	Deelconclusie.....	16
3	Methode	18
4	Resultaten.....	21
4.1	Artistieke ervaring	21
4.1.1	Individuele interpretatie	21
4.1.2	Verrassing	22
4.1.3	Het ervaren van kunst.....	23
4.2	Emotie	23
4.2.1	Medeleven	23
4.2.2	Ontroering.....	24
4.2.3	Humor	24
4.3	Hedonisme.....	24
4.4	Educatie	26
4.4.1	Veld	26
4.4.2	Ontwikkeling als kunstenaar/wetenschapper	27
4.4.3	Nieuwe visie.....	28
4.5	Deelconclusie.....	29
5	Analyse	30
5.1	Artistieke ervaring	30
5.2	Emotie	31
5.3	Hedonisme.....	31
5.4	Educatie	31
6	Discussie	32
7	Conclusie.....	34
8	Aanbevelingen	36
9	Bibliografie.....	39
10	Bijlage	40

1 Inleiding

Het is eigenlijk niet meer van deze tijd, het is mooi dat het bestaat, dat er mensen bij elkaar gaan zitten en zeggen: “we gaan dit verhaal vertellen en we gaan dat zo doen” en dat er andere mensen van achter een ‘X-factor tv’ vandaan kruipen om daar dan heen te gaan. En dan met z’n allen in die zaal gaan zitten. En dat over zich heen laten komen, van die gekke mensen die daar staan. Martijn

Waarom doen we dat eigenlijk? Met een groep mensen in een ruimte zitten en kijken en luisteren naar wat er gebeurt? Dat mysterie oplossen kan ik met zo’n klein onderzoek niet en dat wil ik eerlijk gezegd ook niet. Wat ik wel wil doen, is Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond helpen bij het oplossen van een concreet probleem.

Net zoals de rest van Nederland zal ook de Brakke Grond de gevolgen ondervinden van het barre politieke klimaat. Terwijl ik deze thesis schreef, ontwikkelde Halbe Zijlstra zijn brief over de verdeling van de kunstsubsidies in Nederland. Nog voor de resultaten daarvan bekend waren, wilde de Brakke Grond zich wapenen tegen de problemen die eraan komen. Halbe Zijlstra wil subsidies baseren op publieksaantallen en dus moeten er volle zalen komen. Omdat de Brakke Grond voor z’n projectsubsidies afhankelijk is van Nederland, moeten aan de voorwaarden van Zijlstra dus voldaan worden. Bovendien zullen de effecten van de zware bezuinigingen sterk voelbaar zijn in het hele veld, dus ook voor de Brakke Grond. Frascati bijvoorbeeld, huurt op zeer regelmatige basis zalen van de Brakke Grond. Wanneer zij in de toekomst minder programmeren zullen deze inkomsten voor de Brakke Grond wegvallen. Het grootste deel van de werkingssubsidies van de organisatie komt echter uit Vlaanderen. De Vlaamse Gemeenschap heeft de Brakke Grond expliciet als opdracht gegeven om een business to business-functie te vervullen. Er moet dus specifiek aandacht geschonken worden aan het aantrekken van Nederlandse programmeurs en theaterdirecteurs om hen ervan te overtuigen ook Vlaamse voorstellingen in de rest van Nederland te programmeren. Kunststudenten zijn de professionals van morgen en het is voor de Brakke Grond daarom belangrijk om hen te binden aan het huis. Vooralsnog blijkt dit een probleem. Nochtans worden er extra inspanningen gedaan voor deze doelgroep: er is een speciale korting voor kunststudenten, er wordt extra geafficheerd in de kunstscholen, flyers en brochures worden verspreid op de betreffende locaties, enzovoort. Zonder resultaat.

Als gevolg van dit tweeledige probleem: nood aan meer publiek en specifiek meer kunststudenten, ontstond de vraag om te bekijken hoe men de kunststudenten beter kon begrijpen. In eerste instantie om aan de eisen van de Vlaamse Overheid te voldoen, maar bij uitbreiding ook om een beter inzicht te krijgen in het publiek. Aldus ontstond mijn onderzoeksvraag:

Welke motieven hebben kunststudenten voor het bezoeken van een theatervoorstelling?

In verschillende stappen wilde ik een antwoord bieden op bovenstaande vraag. In eerste instantie ging ik op zoek naar een antwoord in de literatuur. Ik ging op zoek naar mogelijke motieven de

Inleiding

beschreven werden voor publiek om naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan, maar stelde vast dat deze motieven geen heldere invulling kregen. Na het literatuuronderzoek was dus nog niet duidelijk welke concrete motieven het publiek kan hebben om naar een theatervoorstelling te gaan. Omdat dit nog niet duidelijk was, drong verkennend onderzoek zich op. Door middel van diepte-interviews ging ik op zoek naar de concrete motieven die kunststudenten zelf aangeven te hebben om naar een voorstelling te gaan. Nadien toetste ik die resultaten aan de bestaande literatuur. Aan de hand van de resultaten en de conclusies die daaraan verbonden kunnen worden, hoop ik de Brakke Grond advies te kunnen geven over de manier waarop de organisatie zich dient te heroriënteren om de kunststudenten te bereiken. Daarnaast wil ik ook verdieping bieden op het reeds bestaande onderzoek over motivatieredenen voor het bijwonen van podiumkunstenvoorstellingen.

2 Theoretisch kader

2.1 Inleiding

In de wetenschappelijke literatuur werd reeds ruim aandacht besteed aan de motivatieredenen om naar podiumkunstenvoorstellingen te gaan. In wat volgt zal ik een theoretisch kader creëren dat de basis zal vormen voor het empirisch onderzoek. Hiervoor zal ik me concentreren op vijf thema's: ten eerste de sociale en symbolische waarde als motivatiereden, daarna hedonisme, vervolgens intellectuele en culturele verrijking, dan emoties en ten slotte de artistieke ervaring. Ik heb geprobeerd om gelijkenissen en verschillen op te sporen in de artikels en de resultaten te evalueren.

Voor dit theoretisch kader ben ik in eerste instantie op zoek gegaan naar literatuur die handelt over motivatiereden om naar theater te gaan. Deze literatuur vertrekt vanuit verschillende standpunten. Danielle Boudier-Pailler (1999) wil een model maken om de motivatieredenen te kunnen meten, Cuadrado en Mollà (2000) willen segmenteren op basis van motivatieredenen, Boorsma (2006) zoekt naar een manier om ook de artistieke ervaring als motivatiereden te onderzoeken en Swanson et al. (2008) willen het belang van de verschillende motivatieredenen meten. Daarnaast zocht ik ook breder naar motivatieredenen voor deelname aan de kunsten in het algemeen: zo wil Botti (2000) de rol van de kunstmarketing in het algemeen verkennen en vertrekt daarvoor vanuit de kunstconsumptie.

Onderzoek naar musea en galerijen wees motivatieredenen aan die erg verschillen van wat het onderzoek over theater blootlegde en wordt daarom niet uitgebreid behandeld. Naar het gedrag en de motivatieredenen van kunststudenten in het kader van theater werd volgens mij nog geen onderzoek gedaan. Dat is niet verwonderlijk aangezien het hier gaat over een zeer kleine groep met een zeer specifiek profiel. Toch schuilen in verschillende kleine elementen van het besproken onderzoek enkele mogelijke aanwijzingen die betrekking hebben op het profiel van de kunststudenten.

2.2 De sociale en symbolische waarde

De sociale en symbolische waarde voor het bezoeken van podiumkunsten zijn veelvuldig onderzocht. Wat de symbolische waarde betreft geeft Bourdieu (1979) aan dat de waarde van kunst, genres, werken en auteurs afhankelijk is van de sociale waarde die eraan vast hangt op een bepaald moment. Het feit dat iemand dus houdt van een bepaalde voorstelling kan verklaard worden door de geassocieerde symbolische waarde. Crandal (1979) onderzocht de sociale waarde in vrijetijdsbesteding; hij stelt dat sociale interactie een belangrijk onderdeel is van ontspanning en dat dit zichtbaar is in verschillende metingen met betrekking tot de waarde van ontspanningsactiviteiten.

Meer recent maakt Danielle Boudier-Pailler (1999) specifiek voor theaterbezoek een model dat de mogelijke doelen van het publiek kan meten. In navolging van Bergadaà en Nyeck (1995) ziet zij sociaal hedonisme als een extrinsiek doel voor theaterbezoek. Hieronder verstaat zij zowel het

verlangen om samen te zijn met andere mensen en het verlangen om bij een groep te horen enerzijds, als de wens van distinctie zoals Bourdieu (1984) het beschreef anderzijds.

In 2000 beschrijft Botti (2000) de noden die bevredigd kunnen worden door de consumptie van kunst. Zij beschrijft deze noden op een as van extrinsiek naar intrinsiek. De sociale en symbolische waarden bevinden zich in het midden van het spectrum. Onder symbolische voordelen van kunst verstaat zij verschillende elementen. Wat onder meer van belang is, is dat het kunstproduct een betekenis heeft op een psychologisch of sociaal niveau. Voorts gaat het volgens Botti (2000) over semiotische aspecten zoals het communiceren van persoonlijkheid en eigen waarden. Volgens haar toont de consumptie van artistieke producten verschillende aspecten van iemands persoonlijkheid, cultuur en subcultuur. Daarnaast is ook het bereiken van een bepaalde sociale status van belang.

Sociale voordelen van kunst zijn volgens Botti (2000) diegene waarbij het product een bericht stuurt over iemands sociale status. Deze voordelen gaan onder meer over het artistieke product als plaatsen waar mensen samenkomen.

Ook Cuadrado en Mollà (2000) beschrijven hoe sociaal hedonisme een doel van bezoekers van podiumkunsten kan zijn. Zij deden surveys bij bezoekers van podiumkunsten en lieten hen voor verschillende doelen een score op 5 geven. Op basis van deze surveys werden resultaten gegroepeerd. Onder sociaal hedonisme verstaat men: deel zijn van een groep, prestige bereiken, verlost zijn van verveling en de mogelijkheid hebben om zich op te tutten.

Ten slotte behandelen ook Swanson et al. (2008) sociale interactie als motivatie om naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan. Volgens Kolb (2002) kunnen de sociale aspecten van een kunstevenement even belangrijk zijn als motivatie voor bezoek als de kunstvorm zelf. Swanson et al. (2008) deden surveys bij bezoekers van podiumkunstenvoorstellingen. Voor het onderdeel sociale interactie vroegen zij onder meer aan het publiek of ze een meerwaarde zagen in een bezoek met vrienden ten opzichte van een bezoek zonder vrienden en of ze naar een voorstelling gingen om met vrienden en familie samen te kunnen zijn. (Swanson, Davis, & Zhou, 2008, p. 309)

Uit hun onderzoek bleek dat sociale interactie een belangrijke motivatiereden is om naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan.

De sociale en symbolische waarde van de podiumkunsten wordt dus algemeen erkend als motivatiereden. De concrete invulling hiervan verschilt echter van onderzoek tot onderzoek.

Zo maken Danielle Boudier-Pailler (1999) en Cuadrado en Mollà (2000) in benaming geen onderscheid tussen symbolische of sociale waarden. In de invulling zien we echter wel weer verschillen: Boudier-Pailler (1999) beschrijft in haar onderzoek de abstracte begrippen als basis. Cuadrado en Mollà (2000) vertrekken echter vanuit zeer concrete doelen die bezoekers willen bereiken door middel van een bezoek aan live performances.

Botti (2000) ziet het onderscheid tussen symbolische en sociale waarden als het onderscheid tussen het product zelf en de plaats van samenkomen. Swanson et al. (2008) besteden enkel aandacht aan de sociale waarde.

Uit het onderzoek blijkt dus dat het samenkomen met bepaalde mensen op bepaalde plaatsen een reden is om naar theater te gaan. Men streeft hierbij naar een verbeterd contact met de omgeving of het uiten van bepaalde eigenschappen over zichzelf.

Mijns inziens is het voldoende helder en concreet wat de invulling kan zijn van de sociale en symbolische motivatie om naar een theatervoorstelling te gaan. Daarom onderzoek ik de deze motivatiereden om naar een theatervoorstelling te gaan niet verder.

2.3 Hedonisme

Voor het begrip hedonisme is er grote onenigheid tussen de verschillende onderzoekers. In 1982 vragen Hirschman en Holbrook (1982) aandacht voor het ervaringsaspect van consumptie. De onderzoekers hekelen het feit dat beslissingspatronen enkel beschreven worden door een simplistisch model. Zij argumenteren dat menselijk gedrag in het algemeen en dat van consumenten in het bijzonder een fascinerend en eindeloos complex resultaat is van een ingewikkelde interactie tussen de consument en de omgeving. Door het focussen op de consument als informatieverwerker, wordt er volgens hen geen aandacht besteed aan het aspect ervaring, wat even belangrijk is. Hierdoor wordt het begrip van de mens als consument al te veel begrensd (Hirschman & Holbrook, 1982, p. 138). Zij hechten belang aan de fantasie van de consument en het plezier van de ervaring. Dit is een reactie tegen het denken dat het consumeren van goederen enkel gebeurt ter bevrediging van verschillende behoeftes. Hoewel er in de literatuur steeds meer plaats is voor de ervaring, is het nog steeds geen vanzelfsprekendheid.

Bouder-Pailler (1999) besteedt aandacht aan hedonisme in de vorm van entertainment. Volgens haar is dit het meest vanzelfsprekende doel voor theaterbezoek, wat gelijkend is voor alle vrijetijdsactiviteiten. Guy en Mironer (1988) zagen in hun grote publieksonderzoek van het Franse theaterpubliek dat entertainment de belangrijkste motivatie was om naar theater te gaan. Uit de surveys van Bouder-Pailler (1999) blijkt echter dat entertainment niet gezien kan worden als een motivatie om naar theater te gaan. Volgens de auteur kan de verklaring hiervoor zijn dat entertainment in theaterbezoek zo evident is voor bezoekers dat het niet als aparte motivatie gezien wordt. Een andere verklaring die zij voorstelt is het tegenovergestelde. In dat geval wordt entertainment minder geassocieerd met theater dan met andere vrijetijdsbestedingen zoals naar de film gaan of een popconcert bijwonen.

Ook voor Cuadrado en Mollà (2000) is hedonisme een onduidelijk begrip. Zij vertrekken voor hun segmentatie van de groepering van verschillende motivatieredenen. Uit deze groepering extraheren zij factoren. De factor *emotions* behelst hedonisme. Het is een groepering van de motieven entertainment, ontspanning en stimulatie. Omdat al deze dimensies volgens de auteurs verband houden met emoties, wordt deze factor *emotions* genoemd. Dit is mijns inziens echter geen sterk

argument. De invulling van de factoren lijkt niet doordacht. Zo wordt *relief of boredom* bijvoorbeeld ingedeeld bij *social hedonism*. Hoewel deze motivatiereden statistisch gezien geclusterd kan worden met *achieving prestige* en *the opportunity to dress up*, lijkt het argument dat al deze dimensies een sterke sociale betekenis hebben, moeilijk verdedigbaar. Zich bevrijden van verveling lijkt namelijk ook verband te houden met emoties, er wordt in het onderzoek geen inhoudelijke reden gegeven waarom men er dan toch voor kiest om verveling bij een andere factor, *social hedonism*, in te delen.

Botti (2000) vertrekt vanuit en focust op de behoeftebevrediging. De emotionele behoeftes die volgens haar bevredigd kunnen worden in kunst zijn gelinkt aan het verlangen naar een ervaring die stimulerend en leuk is. In tegenstelling tot functionele behoeftes gaat het hierbij niet om het oplossen van een probleem of het vullen van een leemte.

Recreation is de term die Swanson et al (2008) hanteert om de begrippen ontspanning en plezier te beschrijven. Ook zij zien dat naar de film gaan en het bijwonen van een podiumkunstenvoorstelling in eerste instantie een recreatief tijdverdrijf kan zijn. Zij stellen vast dat ontspanning het hoogste scoort van al hun voorgestelde factoren op de zevenpunt Likert-schaal. Ontspanning is volgens hun onderzoek de belangrijkste motivatiereden om naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan.

Het lijkt op het eerste zicht erg merkwaardig dat er zo'n grote verschillen zijn wanneer het gaat over plezier, genot of ontspanning, maar bij nader inzien biedt er zich een verklaring aan.

Ten eerste blijkt er een discrepantie in de verschillende resultaten. Volgens het onderzoek van Boudier-Pailler (1999) scoort ontspanning erg laag, maar volgens Swanson et al. (2008) is ontspanning juist de belangrijkste (van hun onderzochte) motivatieredenen. Een mogelijk verschil zit hem in de doelgroep: terwijl Boudier-Pailler (1999) specifiek theaterbezoekers ondervraagt, is de doelgroep van Swanson et al. (2008) breder. Zij onderzochten bezoekers van een theaterproductie, een comedy en vocale populaire muziek.

Daarnaast kan ook de invulling die onderzoekers zelf geven aan de term de resultaten beïnvloeden. Uit het onderzoek van Boudier-Pailler (1999) blijkt dat er strengere voorwaarden worden gesteld om te spreken van hedonisme. Intellectuele stimulatie wordt bijvoorbeeld expliciet uitgesloten. Ontspanning, zonder intellectuele uitdaging dus. In het onderzoek van Swanson et al. (2008) wordt de intellectuele stimulering niet expliciet uitgesloten om te kunnen spreken van ontspanning en wordt het begrip dus breder geïnterpreteerd. Onder meer Botti (2000) geeft echter aan dat theaterbezoek een gevolg is van een combinatie van verschillende motivatieredenen. Het is dus perfect mogelijk om zowel voor ontspanning als voor de intellectuele uitdaging naar een theatervoorstelling te gaan.

Toch blijft het begrip ontspanning erg onduidelijk in het onderzoek. Kan je spreken van ontspanning als je toch nog moet nadenken? Volgens Boudier-Pailler (1999) kennelijk niet. Cuadrado en Mollà (2000) scheren ontspanning en stimulatie over dezelfde kam. Ook Botti (2000) ziet een link tussen

ontspanning en stimulatie. Het is echter niet geheel duidelijk waar deze stimulatie dan uit bestaat. Later in dit theoretisch kader zal ik hier op terugkomen, wanneer het gaat over de artistieke ervaring.

Bij aanvang leek het erop dat alle onderzoekers het eens waren over het belang van hedonisme bij theaterbezoek. Dit blijkt echter geenszins het geval. Het is voor mij niet duidelijk genoeg wat hedonisme als motivatiereden precies inhoudt. Daarom zal er in het empirische gedeelte dieper ingegaan worden op de motivatiereden 'hedonisme'. Hopelijk zal dan duidelijk zijn wat de verhouding tussen ontspanning en intellectuele stimulatie kan zijn.

2.4 Intellectuele of culturele verrijking

Voor wat betreft musea en galerijen is onderzoek gedaan naar de motivatiereden die we hier als intellectuele of culturele verrijking bestempelen. Alix Slater (2007), bijvoorbeeld, stelt een lijst voor van motivatiereden: Sociale en familiale interactie, escapisme en leren. Onder leren verstaat zij:

*To learn about paintings/art
find out about paintings/art
discover new things
expand my interests
get self fulfillment from learning
do something different. (Slater, 2007, p. 157)*

Bijleren is echter niet zo beperkt als voorgesteld in het onderzoek van Slater (2007). Het kan hierbij ook gaan over het ruimer interpreteerbare intellectuele of culturele verrijking.

Het concept intellectuele verrijking is, in het kader van podiumkunsten, enkel bij Boudier-Pailler (1999) aan de orde. Volgens haar is de mogelijkheid hebben om zich intellectueel te ontwikkelen een motief om naar theater te gaan. Naar een voorstelling gaan heeft een cognitieve functie en bevredigt de nood voor intellectuele esthetica aldus Boudier-Pailler (1999). Uit haar onderzoek blijkt dat intellectuele verrijking inderdaad een doel kan zijn om naar theater te gaan. Het is echter niet geheel duidelijk wat hier mee bedoeld wordt. De vraagstelling van Boudier-Pailler (1999) blijft zeer algemeen: *ik wil vooral intellectueel gestimuleerd worden, ik wil echt iets nieuws leren als ik naar theater ga*. De vraag blijft echter wat men wil leren door naar theater te gaan en op welke manier dat dan kan gebeuren.

Ook Botti (2000) blijft in haar onderzoek vaag over de mogelijke invulling van wat zij noemt: *functional (cultural) benefits*. Zij beschrijft dat kunst een functionele nood kan vervullen als het voordelen heeft wat betreft educatie en de cultuur bevordert. Ze linkt dit aan de dorst naar kennis. Mc Lean (1995) bevestigt dit in de context van musea, waar het bevorderen van kennis de belangrijkste reden is om een museum te bezoeken. Wederom blijft de vraag naar wat en hoe.

Onder de factor *cultural fulfillment* verstaan Cuadrado en Mollà (2000) interesse in de kunsten, het delen van een ervaring, educatie en het bereiken van de eigen capaciteiten. Zoals in het hoofdstuk hedonisme reeds beschreven is, lijkt de groepering van de verschillende motieven niet doordacht.

Dat is bij de factor *cultural fulfilment* ook het geval. Los daarvan zien we ook hier dat het begrip educatie niet ingevuld wordt.

Ten slotte onderzoeken Swanson et al. (2008) educatie als mogelijke motivatiereden om naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan. Mc Carthy en Jinnett (2001) zien in het onderzoek dat sommige deelnemers aan de kunsten gemotiveerd lijken te zijn door het verlangen om meer te leren over de kunsten. Swanson et al. (2008) refereren ook uitgebreid naar literatuur over musea om aan te geven dat educatie een belangrijk element kan zijn voor het bijwonen van podiumkunsten. Uit hun onderzoek blijkt echter dat educatie eerder laag scoort. Ook hier is het van belang om de vraagstelling te bekijken. Wederom wordt er in de surveys gevraagd naar het belang van educatie in het algemeen: *one of the main reasons I go to live performances is the educational value* (Swanson, Davis, & Zhao, 2008, p. 309).

Ten eerste lijkt het voor alle onderzoekers duidelijk dat educatie een element kan zijn dat meespeelt om naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan. De invulling ervan blijft bij alle besproken onderzoeken echter even vaag. Er wordt een onderscheid gemaakt tussen iets leren over de kunsten of iets leren over een bepaalde schrijver en leren in het algemeen. Volgens mij kan er een heel scala aan zaken geleerd worden door een theatervoorstelling bij te wonen. Bovendien denk ik dat er voor verschillende mensen andere prioriteiten zullen zijn voor hetgeen ze willen leren. Het is voor mij dus niet voldoende om te stellen dat men naar een theatervoorstelling gaat om 'iets bij te leren'. In het empirisch onderzoek zal daarom dieper ingegaan moeten worden op de mogelijke invulling van educatie en intellectuele verrijking. Bovendien wordt er in geen van de besproken onderzoeken aandacht besteed aan de achterliggende motivatie voor het bijleren. Waar wordt deze nieuwe kennis voor gebruikt? Opnieuw een vraag voor het empirisch onderzoek.

2.5 Emoties

Voor de meeste onderzoekers is het duidelijk dat theater ook iets te maken heeft met emoties. Wat dan precies, daarover verschillen de meningen grondig. Hirschman en Holbrook (1982) zeggen hierover dat in het algemeen een cognitieve aanpak goed is wanneer men een verklaring zoekt voor gedrag waarbij iemand op zoek is naar een oplossing voor een specifiek probleem. Een affectieve analyse is meer gepast wanneer men gedrag probeert te verklaren waarbij het doel is het zoeken van sensaties en ervaringen, zoals theater dus.

Volgens Boudier-Pailler (1999) valt het emotionele motief om naar theater te gaan uiteen in twee delen. Ten eerste speelt er volgens haar een emotioneel aspect mee wanneer de beslissing genomen wordt om naar een voorstelling te gaan. Het is meer dan het verwerken van informatie alleen, maar het gaat ook over fantasie en emotionele verwachtingen. Daarnaast is er ook de ervaring zelf die emoties kan opwekken. Dit laatste wordt volgens Boudier-Pailler gezien als een van de centrale eigenschappen van vrijetijdsbesteding. Opmerkelijk is dat de auteur zowel wat betreft entertainment,

als wat betreft het aanspreken van emoties beschrijft dat deze tot de kern behoren van vrijetijdsbesteding. De resultaten wijzen entertainment uiteindelijk af als motief voor theaterbezoek. Het aanspreken van emoties daarentegen houdt wel stand in haar onderzoek. De auteur gaat na of het publiek enkele specifieke ervaringen heeft gehad: stimulatie, een nieuwe sensatie of verrassing. Ik maak mij echter sterk dat er heel wat emotionele ervaringen zijn die men kan hebben tijdens een theatervoorstelling die niet op bovenstaande ervaringen lijken. De basis waarop deze selectie van emoties is gemaakt blijkt niet uit het onderzoek.

In eerste instantie lijkt het erop dat ook Cuadrado en Mollà (2000) aandacht hebben voor het emotionele aspect van theaterbezoek. Zij beschrijven immers een factor *emotions*. In het hoofdstuk hedonisme, zoals hierboven beschreven, bleek echter dat deze factor vooral aandacht heeft voor plezier en ontspanning. Een element dat wel aansluit met emoties is, net zoals bij Boudier-Pailler (1999), een stimulerende ervaring.

Bij nader inzicht blijkt echter dat Cuadrado en Mollà (2000) in de survey wel een doel *feel emotion* voorstellen. In de bespreking van de resultaten beschrijven ze dit doel echter als *stimulation*. Deze verwisseling van termen gebeurt niet bij de andere doelen; entertainment blijft entertainment en het doel ontspanning uit de survey heet ook zo in de bespreking van de resultaten. Het is dus de vraag waarom deze term aangepast werd en waarom de auteurs vinden dat stimulatie hetzelfde is als het voelen van emoties. Hoe het ook zij, volgens de survey van Cuadrado en Mollà (2000), wordt het voelen van emotie als het belangrijkste doel gezien om naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan.

Ook Botti (2000) ziet emotionele behoeftes bevredigd door kunstconsumptie. Zij stelt dat het consumeren van kunst geen concreet probleem oplost, maar dat het voor een intrinsieke bevrediging zorgt doordat men ontsnapt uit de dagelijkse routine en uit de traditionele sociale rollen die men vervult.

Swanson et al. (2008) sluiten inhoudelijk het beste aan bij hetgeen Botti (2000) stelt. Zij onderzoeken het motief vluchten. De auteurs onderzoeken escapisme echter vanuit een negatief standpunt. Zij stellen dat mensen die niet tevreden zijn met bepaalde aspecten van hun leven, de mogelijkheid krijgen om hun problemen even te vergeten door het bijwonen van een podiumkunstenvoorstelling.

Bij alle hierboven beschreven onderzoeken lijkt het dat de auteurs belang hechten aan emotie als motivatiereden om kunst te consumeren of naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan. Zij verstaan hieronder de emotie die men voelt bij het nemen van de beslissing om naar een voorstelling te gaan, de verrassing tijdens een voorstelling, het voelen van een nieuwe sensatie, gestimuleerd worden, emoties voelen en het vergeten van dagelijkse problemen of beslommeringen. Er blijkt dus een grote verscheidenheid aan invullingen mogelijk, maar deze verschillende invullingen werden enkel gefragmenteerd onderzocht. Daarnaast is het mij onduidelijk wat er precies bedoeld wordt met een

stimulerende ervaring. Samenvattend blijkt dat het belang van de emotionele kant van het bijwonen van een podiumkunstenvoorstelling bevestigd wordt door verschillende auteurs. Wat deze emotie precies inhoudt blijft echter vaag. Daarom zal ik in het empirische onderzoek proberen duidelijkheid te verschaffen over de aard van de emoties die gevoeld worden.

2.6 De artistieke ervaring

Als laatste onderdeel wil ik graag de artistieke ervaring bespreken. Hoewel het evident lijkt dat het theater zelf een motief is voor theaterbezoek, wordt er in de literatuur weinig aandacht besteed aan het belang van de artistieke ervaring. Boorsma (2006) wil hier graag verandering in zien komen. In haar artikel beschrijft zij wat een artistieke ervaring precies inhoudt en gaat ze op zoek naar flarden bewijs hiervan in de reeds bestaande literatuur.

Boorsma (2006) stelt vast dat bij de adaptatie van marketing voor de kunsten geen aandacht besteed wordt aan het artistieke product zelf. De rol van kunstmarketing lijkt er volgens haar een om de bezoekersaantallen te doen stijgen, en financiële ondersteuning te verkrijgen, maar niet om de artistieke missie zelf te ondersteunen. Volgens haar komt dit door het romantische concept van kunst, waarbij de kunst een autonoom fenomeen is. Door deze vooronderstelling, worden kunstcreatie en kunstmarketing twee verschillende taken, die elk een eigen logica en verantwoordelijkheden hebben. Ultiem betekent dit volgens Boorsma (2006) dat kunstmarketing gedaan zou kunnen worden zonder de artistieke resultaten te beïnvloeden. De romantische visie op kunst als autonoom gegeven is echter achterhaald. Artistieke waarde gaat verder dan het product of de vorm. Volgens Boorsma zijn kunstproductie en kunstconsumptie uiteindelijk communicatieprocessen. De kunstconsument speelt een cruciale rol op het einde van dit proces, zij bepaalt immers welke nieuwe betekenisvolle metafoor wordt gecreëerd (Boorsma, 1998, 2002) Artistieke waarde ontstaat dus pas bij de confrontatie met een publiek.

Maar wat houdt deze artistieke ervaring precies in? Volgens Boorsma (2006) is de artistieke ervaring het construeren van een nieuwe betekenis; de consument lost de spanning op tussen de perceptie van de metafoor die op de scène te zien is en het eigen wereldbeeld. Dit doet zij door gebruik te maken van de verbeelding en fantasie. De artistieke ervaring is een beloning die de consument krijgt in ruil voor het vervolledigen van het kunstwerk (2006, p. 78). Deze ervaring kan gelinkt worden met een hedonistische ervaring. Er zijn twee soorten hedonistische ervaring: de stimulerende, spannende, verrassende en uitdagende vorm en de ontspannende, entertainende en comfortabele ervaring. De artistieke ervaring behoort volgens Boorsma (2006) bij de eerste groep.

Samengevat is een artistieke ervaring een individuele en unieke interpretatie geven aan hetgeen er te zien is op scène door middel van de eigen verbeelding en fantasie. Dit zorgt voor een stimulerende, uitdagende vorm van hedonisme.

Hoewel er nog geen specifiek onderzoek verricht is naar de artistieke ervaring als motief voor theaterbezoek, gaat Boorsma (2006) op zoek naar indicatief bewijs in de literatuur.

Cooper en Tower (1992) voerden kwalitatief onderzoek uit en stelden vast dat de zoektocht voor *Aesthetics/beauty, transformation/heightened awareness and 'high' transcendence* aanwezig was bij de respondenten.

Wat betreft het onderzoek van Cuadrado en Mollà (2000) merkt Boorsma (2006) op dat het voelen van emotie en entertainment hoog scoren als reden om naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan, terwijl ontspanning en zich niet vervelen eerder laag scoren. Vermits er geen onderscheid wordt gemaakt tussen artistieke gevoelens en gewone gevoelens is het niet mogelijk om te weten over welke vorm het hier gaat. Aangezien ontspanning en zich niet vervelen laag scoren, zou men volgens Boorsma (2006) kunnen interpreteren dat de entertainment die hoog scoort, gaat over spannend en onverwacht entertainment en dus over een artistieke ervaring. Deze redenering drijft ons volgens mij wel erg ver af van de kern. De bewering is in die mate hypothetisch dat er nauwelijks van een aanwijzing voor de artistieke ervaring kan gesproken worden.

Wat Boorsma (2006) niet aanhaalt, maar wat wel van belang kan zijn voor dit onderzoek is de interesse in een bepaalde kunstenaar. Cuadrado en Mollà (2000) voorzien dit als mogelijk doel voor het bijwonen van een podiumkunstenvoorstelling en volgens mij kan dit gaan over de behoefte aan een specifieke artistieke ervaring. Vermits de bezoeker specifiek kiest voor een bepaalde maker, kiest hij ook voor een specifieke ervaring.

Ook in het onderzoek van Boorsma en Van Maanen (2003) ziet Boorsma (2006) aanwijzingen voor de artistieke ervaring als motivatiereden. In dit laatste onderzoek wordt er echter wel een onderscheid gemaakt tussen de verschillende soorten emoties. Hieruit blijkt dat er veel waarde gehecht wordt aan de artistieke ervaring. Hoewel deze motieven een indicatie kunnen zijn, ontbreekt bij drie van de vier motieven het element van de eigen fantasie en de verrassing, volgens de beschrijving van Boorsma (2006) cruciale onderdelen van de artistieke ervaring.

Nadat het artikel van Boorsma in 2006 verscheen, onderzochten ook Swanson et al. (2008) in zekere zin of de artistieke ervaring een motivatiereden is om naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan. Zij onderzochten de factor *esthetica*. Deze scoorde gemiddeld vijf op een zevenpuntsschaal.

Hoewel Boudier-Pailler (1999) het niet als dusdanig beschouwt, voorziet ook zij in haar framework een element dat verband houdt met het artistieke product: wanneer zij spreekt over intellectuele verrijking bedoelt zij hiermee dat de consument tijdens een voorstelling haar intellect gebruikt om de voorstelling te interpreteren. Dit sluit aan bij hetgeen Boorsma (2006) beschouwt als de coproductie van publiek en artiest. Het onderscheid hierbij is echter dan Boudier-Pailler (1999) in haar artikel suggereert dat er een juiste interpretatie zou zijn, het belang van de fantasie wordt hier niet onderschreven.

Hoewel het er op lijkt dat er inderdaad aanwijzingen zijn voor het belang van de artistieke ervaring als motivatiereden om naar een theatervoorstelling te gaan, blijft het bewijs zeer hypothetisch en in enkele gevallen zelfs zeer ver gezocht. Daarom zal er in het empirische onderdeel van dit onderzoek

uitgebreid aandacht worden besteed aan het belang van de artistieke ervaring. Er zal echter gezocht moeten worden naar een goede manier om het complexe concept wat de artistieke ervaring is te bevragen.

2.7 De kunststudenten in de literatuur

Hoewel er in de literatuur niets terug te vinden is over het gedrag van kunststudenten, ga ik hier toch op zoek naar een aanwijzing die al een tipje van de sluiters kunnen oplichten over de motivatieredenen van de doelgroep.

Deze is te vinden in het artikel van Cuadrado en Mollà (2000). Zij maken een segmentatie op basis van de doelen die het publiek heeft om naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan. De groep die mogelijk heel wat kenmerken heeft van kunststudenten zijn de *theatre buffs*. Zij vinden de educatieve waarde het belangrijkste van een podiumkunstenvoorstelling. Daarnaast zijn ze ook geïnteresseerd in de podiumkunsten zelf: ze gaan naar een voorstelling om een bepaalde artiest te zien. De emotionele kant van de kunsten vinden zij niet zo belangrijk en sociale factoren beschouwen ze als heel onbelangrijk. De overige eigenschappen van de *theatre buffs* beschrijven Cuadrado en Mollà (2000) als volgt:

The theatre buff is drawn to the performing arts by a desire for cultural enrichment and to see particular actors, directors and plays. This person attends a wider range of art events than the others, such as classical and chamber music concerts, choral events, poetry recitals and ballet. Also, this group had a higher than average frequency of attendance, nearly 22 times a year. This individual is older than the beginner, is a university graduate and is a member of the labour force, most likely as a civil servant or in a self-employed capacity. (Cuadrado & Mollà, Grouping Performing Arts Consumers According to Attendance Goals, 2000, p. 58)

Hoewel de doelen van de *theatre buffs* mogelijk aansluiten bij de doelen van de kunststudenten, past het demografische profiel van de *theatre buffs* minder bij de bestudeerde groep. Cuadrado en Mollà (2000) beschrijven hier liefhebbers die al jaren een actief publiek vormen. Het lijkt niet onwaarschijnlijk dat kunststudenten door hun opleiding een vliegende start maken en de fase die de auteurs beschrijven als *beginner* overslaan, of reeds gehad hebben tijdens de middelbare school.

2.8 Deelconclusie

Er is een ruimte hoeveelheid literatuur te vinden over de motivatieredenen om naar een podiumkunstenvoorstelling te gaan, naar theater te gaan of in bredere zin kunst te consumeren. Iedere auteur doet dit vanuit een eigen vraag: segmentatie, het meten van motivatieredenen, het belang van de artistieke ervaring, enzovoort. De motieven die teruggevonden werden in de literatuur kunnen ruwweg opgedeeld worden in deze categorieën: hedonisme, intellectuele en culturele verrijking, emoties, de sociale en symbolische waarde en tot slot de artistieke ervaring.

Theoretisch kader

Uiteraard verschillen de invullingen van deze concepten bij de verschillende auteurs grondig, maar een terugkerend probleem is vaagheid. Gevolg hiervan is dat ik in mijn empirisch onderzoek verkennend zal onderzoeken welke concrete motieven voor kunststudenten van belang zijn voor het bezoeken van een theatervoorstelling en dat het nog niet mogelijk is om toetsend onderzoek te doen.

3 Methode

Uit het literatuuronderzoek blijkt dat de invulling van de mogelijke motivatieredenen voor theaterbezoek niet helder zijn en elkaar soms tegenspreken, naar de artistieke ervaring als motivatiereden werd zelfs nooit empirisch onderzoek gedaan. Daarom voerde ik diepte-interviews uit met tien kunststudenten over hun beweegredenen om naar theater te gaan.

Met dit onderzoek wil ik een breed scala aan mogelijke invullingen geven aan de verschillende beschreven motivatieredenen. Door semi-gestructureerde diepte-interviews af te nemen, is het mogelijk om met de proefpersonen grondig uit te zoeken wat de invullingen allemaal zouden kunnen zijn. Er bestaat volop ruimte om uitgebreid in te gaan op de gedachtegangen van de kunststudenten. Er wordt gekozen om individuele interviews af te nemen, omdat er op die manier minder druk ontstaat om sociaal gewenste antwoorden te geven. Om sociaal gewenste antwoorden helemaal tot een minimum te beperken, wordt er gezorgd voor een ontspannen sfeer (Baarda, de Goede, & Teunissen, 2009). Later in dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op het concrete verloop van de interviews.

Vooraleer de keuze van kunststudenten verdedigd kan worden, moet eerst duidelijk gesteld worden wat er met deze term bedoeld wordt in het kader van dit onderzoek. Hoewel de Brakke Grond een multidisciplinair kunstenhuis is, beperk ik me voor dit onderzoek tot de podiumkunsten. Uit de literatuur blijkt dat de motivatieredenen voor het bezoek aan musea en galerijen zeer verschillend zijn van de motivatieredenen voor theaterbezoek, en het is in het kader van dit onderzoek daarom onmogelijk om ook het beeldende kunsten gedeelte van de organisatie te betrekken.

Voorts beperk ik mij enkel tot theaterstudenten. Dit onderzoek werd uitgevoerd in opdracht van Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond. Om aan de eisen van de Vlaamse Overheid te voldoen, is het noodzakelijk voor de organisatie om een goede band te onderhouden met de theaterstudenten en daarom wil de Brakke Grond beter inzicht krijgen in hun motivatieredenen voor theaterbezoek. Het lijkt niet onwaarschijnlijk dat de motivatieredenen van kunststudenten grondig verschillen van die van een doorsneepubliek. Onder theaterstudenten versta ik alle studenten die een studie volgen die op een bepaalde manier het theater centraal zet. Concreet betekent dit: theaterwetenschappers, regisseurs, acteurs en performers.

In eerste instantie was het de bedoeling om enkel studenten uit Amsterdam te bevragen. Hierdoor zou de Brakke Grond een helder idee krijgen over de specifieke doelgroep die de organisatie aan wil spreken. Ondanks het goede netwerk van de Brakke Grond en verwoede pogingen van mezelf om in contact te komen met de studenten van de Theaterschool, slaagde ik er niet in om de studenten te bereiken. De school wil invloeden van buitenaf op de studenten zo veel mogelijk beperken. Daarom bereidde ik mijn onderzoek uit naar de rest van Nederland. Het is echter mogelijk dat Amsterdamse kunststudenten er een andere mening op nahouden. Voor dit onderzoek interviewde ik: Maartje (theaterwetenschappen), Mathieu (performance), Jurrien (performance), Tine (acteur), Martijn (regie), Santino (performance),

Willem-Jan (regie), Inge (theaterwetenschappen), Sophie (performance) en Nick (performance).

Zoals gezegd zal er gebruik gemaakt worden van individuele, semi-gestructureerde diepte-interviews. Op deze manier krijgt de geïnterviewde de kans om verduidelijking te geven op de antwoorden en nieuwe elementen aan te dragen.

De vragenlijst werd in twee fases ontwikkeld. In eerste instantie werd op basis van een samenvoegen van de literatuur een serie onderwerpen gegroepeerd waarover informatie nodig was. Hiermee werd een eerste versie van de vragenlijst ontwikkeld. Deze werd getest tijdens een eerste interview, met Roos (theaterwetenschappen). Nadien werd er een evaluatie gemaakt van de vragen en de bijhorende antwoorden. Op basis van deze evaluatie werd een nieuwe, definitieve lijst ontwikkeld die gebruikt werd bij de tien volgende interviews. De resultaten van het proefinterview werden niet gebruikt voor het onderzoek, enkel voor de ontwikkeling van de definitieve vragenlijst.

Voor de aanvang van het interview legt de interviewer uit in welk kader dit interview plaats vindt, wat de bedoeling is en zij stimuleert de geïnterviewde om zich niet belemmerd te voelen in de uitspraken die ze zou willen doen. "Er is geen juist of fout antwoord en we zijn niet op zoek naar de beste theaterbezoeker van Nederland, je hoeft niet geforceerd op zoek te gaan naar een mening als je die niet hebt."

Het verloop van de interviews is als volgt. De eerste vraag die gesteld wordt aan alle geïnterviewden is: "Waarom ga je naar theater?" Hierop geven de geïnterviewden een antwoord in zeer algemene termen. Vervolgens kan er aan de hand van de vragenlijst dieper ingegaan worden op de invulling van deze termen. Het is dus niet zo dat in elk interview dezelfde vragen gesteld worden. Indien de proefpersoon bijvoorbeeld niets vertelt over het wegvlugten van de realiteit door middel van theater, dan zal de interviewer over dit onderwerp geen nieuwe vragen meer stellen. De interviews duurden gemiddeld 40 minuten. Het kortste interview duurde 20 minuten, het langste 1 uur.

Omdat er nog niet eerder onderzoek werd gedaan naar de artistieke ervaring als motivatiereden ga ik hier dieper in op de manier waarop dit bevraagd werd. Volgens Boorsma (2006) is de artistieke ervaring het geven van een individuele en unieke interpretatie aan wat er te zien is op scène door middel van de eigen verbeelding, emoties en fantasie. Dit heeft als effect een stimulerende, uitdagende vorm van hedonisme. Om dit te bereiken is verrassing een belangrijk element. Om te onderzoeken of die artistieke ervaring aanwezig is *bij* en van belang is *voor* het bezoeken van een theatervoorstelling, werd de proefpersonen gevraagd naar het gesprek met vrienden of klasgenoten na het bekijken van een voorstelling. Er werd gevraagd waarover gesproken werd, of er een conclusie was van de discussie en of het een probleem is wanneer er geen conclusie is. Daarnaast werd ook gevraagd naar het belang van een verrassingselement. Op deze manier kon achterhaald worden of er inderdaad sprake is van een individuele ervaring of een unieke interpretatie. Boorsma (2006) zoekt in haar artikel naar indicatief bewijs voor de artistieke ervaring en concentreert zich daarbij vooral op het emotionele aspect en minder op het interpreteren. Het werd volgens mij echter niet duidelijk

Methode

of de emotionele ervaring het gevolg is van de artistieke ervaring, dan wel van een louter emotionele ervaring die ook bij een niet artistieke beleving bereikt kan worden. Daarom focus ik mij hier op de individuele ervaring en unieke interpretatie.

Om de interviews op een systematische manier te kunnen analyseren, werden deze eerst in grote lijnen getranscribeerd. De interviews werden bijna woordelijk uitgeschreven: halve en onvolledige zinnen werden echter meteen geïnterpreteerd naar volledige zinnen. Vervolgens werden de getranscribeerde interviews opgedeeld in betekenisvolle eenheden. Telkens wanneer de geïnterviewde over een nieuw onderwerp sprak, begon er een nieuwe eenheid. Aan elk van deze eenheden werd één of meerdere labels toegekend. Alles samen zorgde dit voor 200 verschillende labels. Zoals bijvoorbeeld ontroering, frustratie, magie, denken tijdens voorstelling enzovoort. Een gedeelte van deze labels bleken bijna synoniem van elkaar te zijn. De eerst volgende stap was daarom om de synoniemen te verwijderen. De labels *emotie* en *emoties* werden beiden het label *emotie* bijvoorbeeld. Op dit moment bleven er nog een honderdtal labels over. Vervolgens werden de verschillende labels gegroepeerd per ruimer onderwerp. De labels *bijleren over regie*, *bijleren over spel*, *bijleren over tekst* werden allen gegroepeerd onder het label: *bijleren*. Dit zorgde ervoor dat de er nog 10 labels overbleven. Deze werden gegroepeerd en zo kwam ik tot 4 onderwerpen die ik wilde analyseren:

1. Artstieke ervaring
2. Emotie
3. Hedonisme
4. Educatie

Hoewel een groot deel van de interviews in deze labels ondergebracht kan worden, blijven er eenheden over met een ander label. Het is echter onmogelijk om in het kader van dit onderzoek alles te bespreken wat de geïnterviewden vertelden. Een klein deel van de data zal dus niet onderzocht worden.

In het volgende hoofdstuk bespreek ik de resultaten van de analyse.

4 Resultaten

In dit hoofdstuk zal een analyse gemaakt worden van de resultaten uit de interviews. Zoals in het vorige hoofdstuk beschreven staat, werden de interviews van labels voorzien; in wat volgt zal ik systematisch overlopen wat de proefpersonen vertelden over de verschillende onderwerpen. Hierna zal duidelijk zijn wat de motiveredenen kunnen zijn van kunststudenten om een theaterbezoek te doen. Op basis hiervan zullen in de volgende hoofdstukken conclusies getrokken worden en aanbevelingen worden gedaan.

4.1 Artistieke ervaring

4.1.1 Individuele interpretatie

Wanneer gevraagd werd waarover men discussieert na afloop van de voorstelling, gaven de proefpersonen aan dat dit vaak ging over de technische aspecten van de voorstelling, over hun waardeoordeel erover en over de interpretatie. Voor dit onderdeel concentreer ik me op de interpretatie.

Enkele proefpersonen gaven aan dat de individuele ervaring juist het mooie was van theater:

Daarom dat theater zo leuk is, want ieder maakt z'n eigen verhaal uiteindelijk met wat hij heeft gezien en heeft z'n eigen mening en indruk, en dat is zo bijzonder aan theater om daarover te discussiëren, maar niet om daar over te oordelen. Tine

Voorts gaven de proefpersonen ook aan dat er geen juist antwoord is, geen juiste of verkeerde interpretatie:

Er is misschien wel een antwoord van wat de regisseur wil meegeven als betekenis, maar het is niet zo dat iedereen dat zo zal interpreteren, iedereen zal andere dingen zien en dat vind ik juist het mooie. Maartje

Als regisseur kan je kiezen of iets helder wordt of onhelder blijft en dat is niet erg, thank god. Dan kan je het namelijk zelf invullen of niet invullen. Willem-Jan

Inge gaf aan dat ze wel steeds op zoek ging naar het juiste antwoord, dit kwam volgens haar doordat er in haar opleiding theaterwetenschap steeds zo op gehamerd werd. Wat de techniek betreft, vonden de proefpersonen dat er wel af en toe een conclusie kon bereikt worden in de discussie. Sommige dingen zitten, aldus enkele proefpersonen, gewoon goed of niet goed in elkaar. Dit kan wel weer effect hebben op de artistieke ervaring. Iemand die opgeleid is als regisseur zal waarschijnlijk meer oog hebben voor de techniek dan een andere toeschouwer. Het gebruiken van een goedkope truck zal voor hem of haar meer een doorn in het oog vormen dan voor iemand die de opleiding niet genoten heeft.

De antwoorden van de proefpersonen duiden er volgens mij op dat er voor de geïnterviewden inderdaad sprake is van een artistieke ervaring bij het bijwonen van een theatervoorstelling. Volgens bepaalde proefpersonen is dit expliciet één van de mooie dingen van theater, en kan

daarom voor hen beschouwd worden als een motiverende reden om naar theater te gaan. De andere proefpersonen erkennen dat er sprake is van zo'n ervaring, maar het is niet duidelijk of dit voor hen een reden is om een voorstelling bij te wonen.

4.1.2 Verrassing

Alle proefpersonen geven aan dat het element verrassing van belang is voor een goede voorstelling. De invulling van dit element kan volgens de proefpersonen zeer verschillend zijn. De proefpersonen haalden elementen aan waarbij de verrassing gezocht werd in de regiekeuzes en in het verhaal.

Vooral wanneer het gaat over repertoiretheater, halen de proefpersonen aan dat de verrassing ook gebracht kan worden door keuzes in de regie. Zo werd het soort spel aangehaald, of de kwaliteit van het spel die verrassend kan zijn, de stijl of de combinatie van speelstijlen, of een sterk wauw-effect dat het publiek niet ziet aankomen.

Ik wil bij een voorstelling dat ik het fout heb, wat ik vooraf heb bedacht. Ik ga wel eens met vooroordelen naar theater, het wordt zo'n praatstuk denk ik wel eens. Maar als het gepraat me dan toch raakt, of dat het totaal geen gepraat is; op zo'n manier moet het me wel verbazen. Santino

Dat op de een of andere manier al die dingen op een nieuwe manier zijn samengebracht die je nog nooit hebt gezien. Sophie

De Romeo Castelluci die ik pas zag was heel slecht, maar dat begin verraste me heel erg, het begon gewoon opeens, bam! Willem-Jan

Volgens de proefpersonen kan het verhaal ook verrassend zijn. Maar zelf een gekend verhaal kan toch een verrassingseffect in zich hebben.

Als het een verhaal vertelt wat iedereen al kent, moet het een verrassende wending geven, of een verrassende kijk geven, anders heb je daar een film of een boek voor. Martijn

Dat is verfrissend en fijn om te zien, want je zit toch in je stoel tijdens een voorstelling en je zit wat slecht en de lampen schijnen wat in je ogen en als er dan opeens iets verrassends gebeurt, of er is een bijzondere wending in het verhaal, dat is een schakelmoment waar je dan in een keer wakker van wordt: ooh, zo zit dat, of wat leuk dat het me is overkomen dat ik dat nu zo zie, dat werkt zo stimulerend, dat vind ik ook heel belangrijk. Nic

Één proefpersoon sprak ook over het mogelijke effect van verrassing:

Meestal is het ook een poort tot ontroering, dat er een wending gebeurt die je niet verwacht en komt er opeens heel veel binnen. Willem-Jan

4.1.3 Het ervaren van kunst

Enkele proefpersonen gaven aan dat ze naar theater gingen omdat het mooi is. Dit 'mooi' duidt echter helemaal niet altijd op 'mooi' in de zin van 'wat een mooie jongen' of 'een mooie broek'. Proefpersonen vertellen zelfs dat iets heel lelijks op scène ook mooi kan zijn. Die schoonheid zit, volgens de proefpersonen, vaak in de live-heid van het theater. Zij worden als publiek ontroerd door de interactie tussen de acteurs, de personages op scène. Ze zijn geïntrigeerd door de omgang die de acteurs hebben met het publiek, ze hebben bewondering voor de durf die de acteurs hebben om zich zo bloot te geven op scène. Vaak gaat het dus over de specifieke elementen van het theater waar de proefpersonen van genieten. Daarnaast worden ook visuele elementen aangedragen die de proefpersonen mooi vinden: een mooi decor of mooie belichting bijvoorbeeld.

4.2 Emotie

4.2.1 Medeleven

De proefpersonen spraken op twee manieren over medeleven. Enerzijds leefden ze mee met de personages op de scène, anderzijds leefden ze mee met de acteurs die deze personages vertolkten.

Als ik Medea zie, snap ik haar stappen, ga ik daar in mee en aanvaardt ik misschien dat ze haar kinderen vermoordt.[...] en dat vind ik schoon. Tine

Tine leeft mee met het personage van Medea. Uit het citaat blijkt echter dat dit niet louter een emotioneel gegeven is. Ook op een intellectueel niveau speelt het meeleven. Ze snapt immers wat Medea doet. Bij het label artistieke ervaring werd verteld dat er niet voldoende bewijs is voor de emotionele kant van de artistieke ervaring. Dit kan echter wel een indicatie zijn. We zien hier namelijk een combinatie van gevoel en interpretatie die samen voor een ervaring zorgen.

Medeleven hoeft echter niet altijd in deze specifieke combinatie voor te komen. Tine spreekt over

een soort van identificatie die ik daar mee voel. Tine

Iets wat mijns inziens specifiek voor theaterstudenten geldt, is het meeleven met de acteurs. De proefpersonen geven onder meer aan dat ze snappen wat de acteurs op scène voelen. Maar meer nog, zorgt die identificatie voor geluk, bij Tine bijvoorbeeld:

Als ik een acteur zie die zich overgeeft, dan komt er een soort van geluksgevoel over me, van ja, ik kijk graag naar u, ik ken dat gevoel van u overgeven. Tine

De proefpersonen kijken vaak op twee manieren naar een voorstelling. Ten eerste als gewoon deel van het publiek. Dit uit zich in het meeleven zoals hierboven beschreven. Ten tweede kijken zij ook als professionals. Een uiting hiervan is de identificatie met de acteurs, maar ook het onvermogen om zich in te leven. De proefpersonen gaven aan dat ze zich vaak concentreren op de technische details. Zoals Inge bijvoorbeeld:

In een film kan je helemaal meegaan, theater is toch vaak, daar zit toch nog iets tussen, je bent je er altijd van bewust dat er spelers tussen zitten die iets voor je spelen. Inge

4.2.2 Ontroering

Naast meeleven, spreken de proefpersonen ook over het belang van ontroering. Wanneer gevraagd werd naar de beste voorstelling die de proefpersonen ooit hadden gezien, dan speelde in die voorstelling het element van ontroering altijd een belangrijke rol. Beschrijven wat er dan precies ontroerend was en waarom, bleek een moeilijke opdracht voor de proefpersonen. Wat beschreven werd was doorgaans het verhaal, maar de combinatie daarvan met fantastisch spel, een boeiend decor en de aansluiting bij de eigen persoonlijkheid en ervaring speelden ook allemaal een rol. Vooral bij stukken die de proefpersonen als heel ontroerend ervoeren, bleek dat de emotie van de voorstelling nog een hele tijd bleef hangen. Ze hadden zo'n diepe indruk nagelaten, dat het gevoel van toen nu nog opgewekt kon worden, door er bijvoorbeeld over te spreken of een trailer van de voorstelling te zien. Toch verwachtten niet alle proefpersonen om ontroerd te worden tijdens een voorstelling. Enkelen zagen het als een soort extraatje dat je er soms bij krijgt. Dat is volgens hen wat een voorstelling echt speciaal kan maken.

4.2.3 Humor

Ontroerd worden of meeleven met de personages is niet het enige wat er in de binnenwereld van de proefpersonen gebeurt. Zoals gezegd wordt er in de literatuur aandacht besteed aan enkele specifieke emoties. Iets wat niet aan bod komt is het belang van lachen. Volgens Martijn is lachen heel belangrijk in een voorstelling. Hij lacht graag, maar ziet humor ook als een manier om binnen te dringen.

Wanneer het de hele tijd leuk is, maar dan is er een serieus moment, dan komt de betekenis daarvan dubbel zo goed aan. Martijn

De hier besproken emoties zijn niet alle emoties waar de proefpersonen over spraken. In het kader van dit onderzoek is het echter onmogelijk om alle elementen te behandelen. Medeleven en ontroering waren elementen die zeer uitvoerig aan bod kwamen. Humor is een element waar mijns inziens dringend aandacht aan moet besteed worden. De andere elementen uit de interviews komen ook in de genoemde literatuurstudies voor.

Samenvattend kunnen we stellen dat emoties inderdaad een belangrijk aspect zijn bij de beleving van een theatervoorstelling. In het onderzoek kwamen vooral meeleven en ontroering naar voren als emoties die veelvuldig gevoeld werden. Het is niet duidelijk of dit expliciet een reden is om naar een voorstelling te gaan, of dit iets is waar men naar op zoek is. Maar het lijkt er wel op dat het verschil tussen een goede en een fantastische voorstelling kan liggen in dat element van meeleven en ontroering.

4.3 Hedonisme

In de literatuur is er grote onenigheid over hedonisme. Zowel over de invulling ervan als over het belang ervan voor de bezoekers van een theatervoorstelling. Het is onmogelijk om aan dit

Resultaten

ruime begrip een eenduidige invulling te geven. Toch kunnen enkele tendensen vastgesteld worden aan de hand van de interviews. Net zoals in de literatuur, zijn ook de proefpersonen het niet eens over hedonisme. Op de vraag of theater genot moet zijn, kwamen zeer uiteenlopende antwoorden.

Over het algemeen vinden de proefpersonen het fijn als theater genot brengt. Men geniet ervan om een mooie voorstelling te zien, waarbij men wordt meegesleept in het verhaal.

Moesten de meeste theatervoorstelling geen plezier brengen, dan zou ik veel minder naar theater gaan. Ik wil steeds meer fijne ervaringen. Dat komt ook omdat ik redelijk veel fijn vindt, dan snap ik niet waarom je iets niet fijn zou moeten maken. Willem-Jan

Maar genieten hoeft niet per se een leuke of plezierige ervaring te zijn. Inge zegt bijvoorbeeld:

theater hoeft niet fijn te zijn, maar in de afschuw zit er toch nog een genieten. Inge

De proefpersonen gaan zelfs verder dan dat. Ook van een voorstelling die niet leuk is, kan men genieten:

dus ook een stomme voorstelling heeft een fijn element in zich, want dan wordt ik er kwaad om ofzo en dan werd ik toch weer bewogen, want dan was ik boos. En dan denk ik godverdomme, ze hadden me toch weer. Nic

Zelfs wanneer men niet meer kan genieten van de slechte voorstelling, hoeft dat voor de proefpersonen niet noodzakelijk een probleem te zijn:

ik heb de laatste tijd ook veel slechte stukken gezien, maar dat is ook goed, want dan weet je wat je wel of niet goed vindt. Sophie

Bovendien geven de proefpersonen aan dat ze van voorstellingen die niet goed zijn ook veel kunnen leren. Kijken wat werkt en niet werkt bijvoorbeeld.

Ten slotte kunnen ook voorstellingen die een vervelende ervaring opleveren, volgens sommige proefpersonen wel nog goed zijn. Zo beschreef Maartje een voorstelling met heel veel herhaling waarbij het publiek gewezen werden op het bestaande verwachtingspatroon over het verloop van die avond: zijnde een aangename ervaring.

Bij voorkeur is het bijwonen van een theatervoorstelling dus een fijne ervaring. Dat fijn kan schuilen in verschillende elementen, ook in zaken die in eerste instantie niet gelinkt worden met een leuke ervaring, bijvoorbeeld het voelen van afschuw of verdriet. Zelfs al is de voorstelling geen fijne ervaring, dan nog proberen de proefpersonen te leren: een mening te vormen of te kijken wat niet goed werkt. Het is dus niet zo dat ontspanning volgens kunststudenten inherent verbonden is aan theater. De relatie van de factor hedonisme met emoties is volgens mij erg hecht, aangezien de proefpersonen aangaven te genieten van het ervaren van bepaalde emoties.

4.4 Educatie

De kunststudenten besteden zeer veel aandacht aan het bijleren door het bijwonen van een theatervoorstelling. In de literatuur wordt erkend dat intellectuele verrijking van belang kan zijn, maar er wordt enkel in algemene termen gesproken over bijleren. Vermits de kunststudenten zo uitgebreid ingingen op de educatieve functie van theater, werd deze opgedeeld in drie delen: het veld, de ontwikkeling als kunstenaar/ wetenschapper en intellectuele verrijking.

4.4.1 Veld

Een element dat schijnbaar niet voorkomt in de literatuur, is het op de hoogte zijn van het veld. De proefpersonen hopen allemaal om later deel uit te maken van bij voorkeur de theatersector en bij uitbreiding de culturele sector. Om dit te bewerkstelligen bleek het voor bijna alle proefpersonen van groot belang om op de hoogte te zijn van wat er speelt in het theaterveld.

Wat ook niet onbelangrijk is, als je samenkomt met je vrienden van de academie en iedereen heeft de voorstelling gezien dan ben je natuurlijk een loser als je niet kan meepraten. Willem-Jan

Daarnaast gaven enkele proefpersonen ook aan dat ze willen weten wat er speelt om later, wanneer ze op zoek zijn naar een stageplaats, goed te kunnen kiezen bij welk gezelschap ze stage willen lopen. Je moet ook weten wat er speelt, zei Jurrien,

om te weten wat er nog niet is. Alleen dan kan je zeker zijn dat wat jij maakt, vernieuwend is. Jurrien

Het op de hoogte zijn van het theaterveld bleek vooral voor de jongere proefpersonen van groot belang. Zij gaven aan dat ze door veel te zien, leerden een mening te vormen over theater en dat belangrijk vonden. Studenten die wat meer op de hoogte waren, gingen specifiek op zoek naar theater dat een aanvulling kon vormen op de reeds bestaande kennis. Men zocht gezelschappen op die erg aansloten bij wat men deed, of ging juist op zoek naar groepen die helemaal iets anders doen.

Om al deze kennis op te doen, gaan de proefpersonen veel naar theater. Althans dat proberen ze. Lange lestijden en kleine portefeuilles laten niet altijd toe om de voorstellingen te zien die op het verlanglijstje staan. Wanneer de motivatie echter groot is, worden stad en land afgereisd en de laatste centen geteld om die ene regisseur aan het werk te zien. Maar waarop baseren kunststudenten hun beslissing om naar een specifieke voorstelling te gaan? Leraren en vrienden staan met stip op één. Vooral wanneer het vrienden zijn die uit dezelfde opleiding komen, hebben ze een belangrijke impact op het beslissingsproces. Ook het gepercipieerde belang van de maker of groep speelt een rol bij de beslissing om al dan niet naar een voorstelling te gaan. Daarnaast gaat het thema van de voorstelling mee in de overweging. Ten slotte proberen de proefpersonen naar voorstellingen te gaan waar vrienden in meespelen, of ex-schoolgenoten.

Weten wat er is in het theaterlandschap en weten wat je daar van vindt is dus erg belangrijk. Het sluit aan bij hetgeen in de literatuur gezien wordt als intellectuele verrijking, maar heeft toch een belangrijk ander accent. Ook een sociaal element speelt hier kennelijk een rol: men moet gefundeerd kunnen meepraten over theater. In welke mate het belang van op de hoogte te zijn meespeelt bij de beslissing om naar een bepaalde voorstelling te gaan, is niet duidelijk. Het lijkt echter niet moeilijk om hier kwantitatief onderzoek naar te doen.

4.4.2 Ontwikkeling als kunstenaar/wetenschapper

Weten wat er speelt in het veld en zich daar een mening over vormen is niet voldoende. De proefpersonen willen zich ook op een ander niveau ontwikkelen.

Je leert gewoon van elke voorstelling die je ziet. Als student, maar het is ook goed om ervaring op te doen. Martijn

De studenten gingen uitgebreid in op de kennis die ze opdeden tijdens een theatervoorstelling. Het was voor veel van hen een van de hoofdredenen om naar theater te gaan. Dit bijleren komt in de literatuur terug wanneer het gaat over musea: *I want to learn about paintings/art* (Slater, 2007, p. 157). Maar hier spreekt men enkel in algemene termen over bijleren.

Het is reeds gezegd dat de proefpersonen als gewoon publiek naar een voorstelling kijken, maar ook als professionals. Wanneer ze als professional kijken, doen ze dit specifiek vanuit de achtergrond van hun eigen opleiding: acteurs hebben aandacht voor het acteerwerk, regisseurs voor de regie, enzovoort.

Wauw, je hoeft niet perfect te dansen, [...] als het maar klopt, als je maar de taal spreekt van de dans, [...] het moet gewoon aankomen bij het publiek. Tine

Een enkele proefpersoon gebruikte voorstellingen om zelfvertrouwen te kweken. Tine stelt vast dat niet alles perfect hoeft te zijn om toch te werken. Door het zien van deze voorstelling heeft ze minder angst om zelf te dansen op scène. Santino vertelt dat hij vaak oplossingen voor technische regieproblemen ziet tijdens voorstellingen:

dan denk ik zij hebben dat zo en zo gedaan, misschien moet ik dat eens uitproberen. Santino

Maar daarenboven halen de proefpersonen ook inspiratie uit de voorstellingen die ze zien. Dit kan een concreet beeld zijn, wat interessant lijkt, maar Jurrien gaf bijvoorbeeld aan dat ze van het kijken naar voorstellingen zin kreeg om zelf wat te maken. Snel wordt er wel bijgezegd dat ze niets willen pikken:

Je moet elkaar wel helpen als regisseurs, [...] als je kan kijken hoe het wiel is uitgevonden zodat je het zelf niet meer moet doen [...] Je moet het dan niet meteen helemaal kopiëren. Martijn

Daarnaast vertellen de proefpersonen dat zij bijleren over verschillende stijlen en nieuwe combinaties daarvan door naar voorstellingen te gaan, over licht, techniek en decor, over trucs

allerhande. Ten slotte vertelde één proefpersoon dat hij ook naar voorstellingen uit het deeltijds kunstonderwijs ging, omdat de kans toch groot was dat hij met dat soort regie ook in aanraking zou komen.

De kunststudent gedraagt zich tijdens een voorstelling als een spons. Hij probeert zo veel mogelijk kennis op te nemen over een heel scala aan zaken. Dit alles om ervoor te zorgen dat de eigen voorstellingen beter kunnen worden. Diefstal, dat niet, maar lenen wel. Ik denk dat we gerust kunnen stellen dat dit een van de belangrijkste motivatieredenen voor kunststudenten is om naar een theatervoorstelling te gaan.

4.4.3 Nieuwe visie

Op de hoogte zijn van het veld en zichzelf ontwikkelen als kunstenaar zijn zaken die vooral van belang zijn voor de professionele ontwikkeling van de proefpersonen. Het volgende element, nieuwe visies, is interessant voor de proefpersonen persoonlijk en sluit minder direct aan bij de opleiding.

Verschillende proefpersonen gaven aan dat hun mening over bepaalde zaken door het bekijken van een theatervoorstelling grondig kan veranderen. *Dat gebeurt iedere keer wel, als het een goed stuk is dat iets teweeg brengt, dan verandert het iedere keer je mening*, vertelt Mathieu. Het idee dat je tot nieuwe inzichten van de werkelijkheid komt door het bijwonen van een theatervoorstelling is iets wat Boudier-Pailler (1999) ook onderschrijft. Zij vroeg haar proefpersonen immers of ze iets nieuws wilden leren. Nieuwe visies krijgen is echter ruimer dan wat hierboven beschreven werd. Vooral wat betreft hedendaagse stukken kan het gaan over een verdieping binnen een bepaald onderwerp:

dan kom je bijvoorbeeld vooraf met een bepaalde mening over de oorlog in Afghanistan en achteraf dan dacht ik, oh, 't is toch niet zo gemakkelijk.

Willem-Jan

Maar het kan ook zijn dat het publiek nog eens nadenkt over een bepaald onderwerp dat in de vergetelheid was geraakt. Hoewel het publiek aangeeft, zoals reeds verteld bij het label artistieke ervaring, het leuk te vinden om na de voorstelling nog na te denken over eventuele betekenissen van het stuk, moet er wel een zekere houvast zijn. Men is het er over eens dat, wanneer een regisseur een bepaalde boodschap wil overbrengen, het ook mogelijk moet zijn voor het publiek om deze boodschap te kunnen begrijpen.

Dit alles vormt echter geen belangrijke motivatie om naar een voorstelling te gaan. Men is eventueel wel geïnteresseerd in de onderwerpen die aangesneden worden, maar hetgeen de regisseurs doen met het onderwerp vinden de proefpersonen van groter belang.

Samengevat kunnen we stellen dat het bijleren voor de kunststudenten een cruciale factor is voor het bijwonen van een theatervoorstelling. Men acht het belangrijk om op de hoogte te zijn van het artistieke veld en zo te kunnen meepraten met klasgenoten en collega's. Daarnaast ontwikkelt men zich op persoonlijk vlak op allerlei mogelijke manieren: inspiratie opdoen, leren uit andermans fouten, aan het zelfvertrouwen werken. Ten slotte zoeken de

kunststudenten ook een persoonlijke uitdaging. Ze willen niet enkel op emotioneel vlak uitgedaagd worden, maar ook op een intellectueel niveau.

4.5 Deelconclusie

Uit de resultaten blijkt voorts dat de kunststudenten andere prioriteiten leggen dan de gewone bezoeker: er wordt een groot belang toegekend aan de educatieve component. Daarnaast blijkt dat de kunststudenten met twee verschillende uitgangspunten naar een voorstelling gaan. Enerzijds zoeken zij net als het gewone publiek een hedonistische ervaring in de ruimste zin van het woord, anderzijds proberen zij ook te leren uit voorstellingen die niet voor genot zorgen.

We weten nu wat de resultaten zijn van dit onderzoek, maar wat betekent dat in het licht van de bestaande literatuur. In het volgende hoofdstuk zal hier aandacht aan worden besteed.

5 Analyse

In dit hoofdstuk wil ik de resultaten uit het empirisch onderzoek terugkoppelen aan de bestaande literatuur.

5.1 Artistieke ervaring

Uit de interviews bleek dat de proefpersonen een eigen interpretatie geven aan hetgeen ze zagen op scène. Volgens hen was deze interpretatie individueel voor elke bezoeker en was er geen interpretatie die beter was dan de andere. Dit sluit gedeeltelijk aan bij wat Bouder-Pailler (1999) schrijft in haar onderzoek over het intellectuele aspect van theaterbezoek. Zij stelt dat een theaterbezoek een nood aan intellectuele esthetica bevredigt. Er is in haar onderzoek echter geen plaats voor de individuele ervaring, terwijl die wel van belang is, zo blijkt uit de interviews

Wat betreft het element verrassing dat dat Boorsma (2006) van belang acht in de artistieke ervaring, kunnen we dus inderdaad vaststellen dit element aanwezig is volgens de proefpersonen. Er moet echter wel een onderscheid gemaakt worden in de verschillende soorten van verrassing. Uit de interviews blijkt dat de verrassing kan gevonden worden in een verrassend verhaal, een verrassende wending in een bestaand verhaal, in nieuwe stijlen, in de combinatie van stijlen of in een wauw-effect. Vervolgonderzoek zal kunnen uitwijzen op welke manier deze elementen zicht tot elkaar verhouden.

Aangezien de proefpersonen aangeven dat er sprake is van een individuele interpretatie van een voorstelling die beïnvloed wordt door de eigen fantasie en achtergrond, en gesterkt wordt door het element van verassing, kunnen we stellen dat er inderdaad sprake is van een artistieke ervaring. Uit dit onderzoek kon echter niet blijken hoe belangrijk dit element was als motivatiereden voor het bijwonen van een voorstelling. Kwantitatief onderzoek zou hier een antwoord op kunnen geven. Stellingen die bijvoorbeeld geponeerd kunnen worden zijn:

Ik ga naar theater omdat ik dan zelf een betekenis kan geven aan wat zich afspeelt op scène.

Of

Als ik na een voorstelling merk dat mijn vrienden/familie iets heel anders hebben ervaren dan ik, vind ik dat leuk.

Ten slotte gingen de proefpersonen ook in op het element 'mooi'. Het onderzoek van van Swansson et al. (2008) vroeg proefpersonen of ze naar een voorstelling gingen omdat het 'mooi' is, maar gaf hier geen betekenis aan. Uit dit onderzoek blijkt dat die schoonheid vaak te vinden is in specifieke theatrale elementen die niet noodzakelijk mooi zijn.

5.2 Emotie

Uit het literatuuronderzoek blijkt dat onderzoekers erkennen dat emoties van belang zijn bij het bijwonen van een voorstelling. Het was echter niet duidelijk welke emoties dat waren. Uit de interview blijkt het belang van medeleven en ontroering.

Hoewel duidelijk werd dat de proefpersonen zich identificeerden met de personages of acteurs en dat deze identificatie medeleven en dus ook emoties veroorzaakten, werd niet geheel duidelijk wat ontroering precies inhield en of het een belangrijke motivatiereden is om naar een voorstelling te gaan. Wat wel duidelijk is, is dat het verschil tussen een gewoon goede voorstelling en een bijzondere voorstelling kan zitten in de ontroering. Bovendien weten we dat dit gevoel een sterke impact kan hebben op het publiek en nog lang kan nazinderen.

Zowel ontroering als medeleven zijn factoren die in het literatuuronderzoek nauwelijks terug te vinden zijn. Dit komt omdat er slechts in algemene termen over emoties gesproken wordt. Volgens mij zijn deze erg belangrijke factoren voor het bezoeken van een theateervoorstelling. Ze moeten dus nader onderzocht worden: hoe gebeurt dit medeleven, waarom leef je met bepaalde personages wel mee en met andere niet? Dit zijn vragen die zich opdringen. Voorts werd er in de literatuur wel aandacht besteed aan het hebben van een stimulerende ervaring. Slechts één van de proefpersonen sprak hierover. Hij beschouwde het meeleven met de acteurs op scène als stimulerend. Dit was in de context van een verrassende ervaring, die hij als stimulerend ervoer. Hij had het gevoel dat hij weer bij de les was. Wat dit precies inhoudt is echter niet duidelijk.

Nergens in de literatuur wordt er aandacht besteed aan het belang van humor. Nochtans is bijvoorbeeld cabaret een genre dat volledig gebaseerd is op lachen. Ik denk dat het voor vervolgonderzoek zeer interessant zou kunnen zijn om te kijken wat het belang is van lachen in het theater, waarvoor de regisseurs humor inzetten en wat het effect daarvan is op het publiek.

5.3 Hedonisme

In de besproken literatuur wordt hedonisme steeds beschreven als een fijne, ontspannende ervaring. Als genieten. Uit het empirisch onderzoek blijkt nu dat dit niet het geval hoeft te zijn. De proefpersonen beschreven een hedonistische ervaring immers op vier verschillende manieren: een onspannende, plezierige ervaring, genieten van de afschuw die men voelt, bewogen zijn door de lage kwaliteit van de voorstelling, onder de indruk zijn van de theoretische achtergrond van de voorstelling.

5.4 Educatie

Het empirisch onderzoek toonde aan dat educatie voor de kunststudenten een zeer belangrijk element is voor het bijwonen van een voorstelling. Hoewel er in de literatuur aandacht wordt besteed aan educatie, spreekt men enkel over 'iets bijleren' of eventueel 'iets bijleren over kunst'. Uit mijn onderzoek blijkt dat er drie elementen van belang zijn voor de kunststudenten als het gaat over educatie: op de hoogte zijn van het veld, zich ontwikkelen als

kunstenaar/wetenschappers, nieuwe visies krijgen. Geen enkele van deze elementen is terug te vinden in literatuur. Er is dus nood aan vervolgonderzoek om het belang van het element educatie en de verschillende onderdelen ervan vast te stellen.

6 Discussie

In wat volgt zal ik enkele problemen uit het onderzoek blootleggen en suggesties geven voor vervolgonderzoek.

De grootste moeilijkheid voor dit onderzoek bleek de zoektocht naar proefpersonen. Vooral de scholen die studenten opleiden tot regisseur, acteur of performer, staan zeer weigerachtig ten opzichte van onderzoek. Zij vrezen dat invloeden van buitenaf ervoor zullen zorgen dat de studenten zich niet meer kunnen focussen op hun persoonlijke ontwikkeling. Wanneer men dus vervolgonderzoek wil uitvoeren naar deze doelgroep, is het van cruciaal belang om te beschikken over een uitgebreid netwerk, om zo via een persoonlijke weg in contact te komen met de studenten.

Wat de inhoud van het onderzoek betreft, moet erop gewezen worden dat dit onderzoek zeer kleinschalig uitgevoerd werd. Er werden slechts tien proefpersonen ondervraagd en de kans bestaat dus dat wanneer men hetzelfde onderzoek uitvoert bij tien andere proefpersonen, de uitkomsten anders zullen zijn. Dit is echter geen probleem, omdat we op zoek zijn naar zo veel mogelijk redenen voor het theaterbezoek van kunststudenten. Het zou bovendien interessant kunnen zijn om de resultaten van dit onderzoek te vergelijken met de motieven van kunststudenten uit het noorden van Nederland of uit België bijvoorbeeld.

Dit onderzoek vormt slechts een beginpunt voor verder onderzoek. Er zijn nu een hele reeks concrete motieven aan het licht gekomen die verder onderzocht dienen te worden. De grootste uitdagingen liggen mijns inziens bij de artistieke ervaring. Het is door dit onderzoek duidelijk geworden dat er wel degelijk sprake is van een artistieke ervaring bij het bijwonen van een theatervoorstelling. Voor sommige proefpersonen was dit een motivatiereden om een voorstelling bij te wonen. Dit bewijs werd echter vooral gevonden op intellectueel niveau en minder op emotioneel vlak. Het is dus noodzakelijk om aanvullend onderzoek uit te voeren waarbij men zich focust op dit emotionele aspect van de artistieke ervaring. Een eerste aanwijzing hiervoor werd reeds gevonden in dit onderzoek. Een uiting van een bepaalde proefpersoon gaf aan dat ze de combinatie van medeleven en begrip voor een personage *schoon* vond. Wat betreft het intellectuele niveau kan men reeds een stap verder gaan. Via kwantitatief onderzoek zou aangetoond kunnen worden wat het belang van deze motivatiereden precies is. In mijn onderzoek vertrok ik voor de vraagstelling vanuit de discussie na een voorstelling, om te weten te komen of er sprake is van een individuele interpretatie. Voor kwantitatief onderzoek zou dezelfde ingang gebruikt kunnen worden.

Een proefpersoon uit dit onderzoek gaf het belang van humor aan om een boodschap door te laten dringen. Een andere proefpersoon suggereerde dat verrassing een poort was tot

ontroering. Los hiervan werden er geen verklaringen gegeven door de proefpersonen voor ontroering. Juist omdat dit het verschil betekent tussen een goede en een fantastische voorstelling, kan het van belang zijn om te achterhalen op welke manier ontroering door een voorstelling bewerkstelligd kan worden.

Ten slotte kan dit onderzoek ook uitgebreid worden naar een breder publiek. Ik onderzocht voor deze scriptie enkel kunststudenten omdat dit een doelgroep is waar organisaties geen vat op schijnen te krijgen. De resultaten hebben ook specifiek betrekking op deze doelgroep en kunnen volgens mij niet doorgetrokken worden naar een breed publiek. Het kan evenwel boeiend zijn om te kijken op welke vlakken kunststudenten met een gewoon publiek parallellen vertoont en op welke vlakken niet.

7 Conclusie

In deze scriptie wilde ik een antwoord formuleren op de vraag: Welke motieven hebben kunststudenten voor het bezoeken van een theatervoorstelling? Om dit te doen zocht ik eerst in de literatuur naar een antwoord op deze vraag. Ik onderzocht welke motieven reeds beschreven waren, over welke kunstdisciplines dit ging en wat de concrete betekenis was van deze motieven. Daarna zocht ik verder bij de kunststudenten zelf. Ik vroeg me af hoe zij een invulling gaven aan hun motieven en in hoeverre deze afweken van de motieven die beschreven worden in de literatuur.

In de literatuur werd een gedeeltelijk antwoord gevonden op de vraag welke motieven kunststudenten hebben voor het bezoeken van theatervoorstellingen. De antwoorden die gevonden werden hadden echter een groot probleem: De invullingen van de motiveredenen bleken vaak vaag of waren helemaal niet te bespeuren. Zo was het mogelijk om een zeer globaal beeld te krijgen van alle mogelijke redenen die mensen hebben voor het bijwonen van een voorstelling, zonder dat het ooit duidelijk werd wat daar precies mee bedoeld werd. Door het literatuuronderzoek werd dus duidelijk dat er nood was aan diepte-interviews. Op deze manier zouden we kunnen achterhalen welke invullingen mogelijk zijn voor de bestaande motieven en zouden we eventuele nieuwe motieven kunnen achterhalen. De vraag die zich opdroeg was:

Welke motieven hebben kunststudenten voor het bezoeken van een theatervoorstelling?

De interviews met de kunststudenten gaven verdieping en invulling aan enkele motiveredenen uit het literatuuronderzoek, maar brachten ook enkele nieuwe motiveredenen aan het licht.

De belangrijkste nieuwe motiveredenen waren te vinden in het onderdeel educatie: Intellectuele of culturele verrijking werd enkel in zeer vage termen besproken door de verschillende onderzoekers (Slater, 2007) (Botti, 2000) (Bouder-Pailler, 1999) (Bourdieu, 1979) (Swanson, Davis, & Zhoa, 2008) (McCarthy & Jinnett, 2001). Er wordt een onderscheid gemaakt tussen leren over kunst en iets leren in het algemeen, maar daar stopt het. Deze vage bewoordingen bieden geen helder antwoord op de onderzoeksvraag. In het empirisch onderzoek kwamen concrete invullingen van de verrijking waar kunststudenten naar op zoek zijn naar boven. Bijleren bleek voor kunststudenten een zeer belangrijke motivereden om naar een theatervoorstelling te gaan. Dit sluit aan bij wat Cuadrado en Mollà (1979) schrijven over de *theatre buffs*. Ten eerste gaan theaterstudenten naar theater om op de hoogte te zijn van het veld en de sector. Ze moeten weten wat er speelt om zich op die manier zich een goede en gefundeerde mening te vormen over theater. Dit zowel voor persoonlijke ontwikkeling als om in de groep staande te blijven. Daarnaast willen de kunststudenten zich ook als kunstenaar of wetenschapper ontwikkelen, naargelang de opleiding die ze volgen. Door naar een voorstelling te gaan kan men leren van andere regisseurs, acteurs, dramaturgen, enzovoort. Elke studenten bekijkt de voorstelling zo vanuit de eigen achtergrond. Sommige studenten gaan zelfs verder dan dat. Ze wonen voorstellingen bij om inspiratie op te doen voor

Bibliografie en bijlage

eigen voorstellingen. Ten slotte willen de studenten door het bijwonen van een theatervoorstelling een vernieuwde visie krijgen op zaken in de werkelijkheid. Dit is vooral voor de persoonlijke ontwikkeling van belang en niet zozeer voor de professionele ontwikkeling. We kunnen naar aanleiding van de interviews stellen dat op de hoogte blijven van het veld en zich ontwikkelen als kunstenaar of wetenschapper belangrijke motiveredenen zijn voor het bijwonen van een voorstelling. Deze redenen kwamen tot dusver niet aan bod in de literatuur en verdienen dan ook extra aandacht in vervolgonderzoek.

Voorts werd er voor het eerst empirisch onderzoek gedaan naar de artistieke ervaring als motivereden. Voorheen was hier enkel theoretisch bewijs van. Boorsma (2006) suggereerde in haar artikel een nieuwe motivereden voor theaterbezoek: de artistieke ervaring. Door het bijwonen van een theatervoorstelling, geeft het publiek een unieke en persoonlijke interpretatie aan die voorstelling. Deze ervaring kan beschreven worden als actief hedonisme. Boorsma (2006) vindt in de literatuur enkele aanwijzingen voor het bewijs van deze artistieke ervaring. Ze concentreert zich hierbij vooral op het emotionele aspect van de artistieke ervaring. In dit onderzoek wilde ik verder gaan, en empirisch bewijs vinden voor het belang van de artistieke ervaring tijdens de interviews. Uit de interviews bleek dat er duidelijk sprake was van zo'n ervaring. De kunststudenten spraken echter vooral over het intellectuele aspect van die ervaring: het op persoonlijke wijze interpreteren van een gegeven op de scène. Dit in tegenstelling tot Boorsma (2006) die zich concentreerde op het emotionele aspect. Daarnaast werd ook het belang van het element verrassing onderschreven. Voor bepaalde proefpersonen was de artistieke ervaring een van de mooiste dingen van het theater en kon daarom gezien worden als een motivereden. Het meemaken van kunst als dusdanig werd door enkele proefpersonen aangehaald als reden voor het bijwonen van een voorstelling. Dit ging echter niet over een esthetische ervaring in de strikte zin van het woord, maar over de schoonheid die terug te vinden is de live-heid van het theater. We kunnen naar aanleiding van dit onderzoek dus stellen dat er inderdaad sprake is van een artistieke ervaring bij het bijwonen van een podiumkunstenvoorstelling. Het belang hiervan als motivereden voor het bijwonen van een voorstelling moet echter onderzocht worden.

Voor het element emoties werd in dit onderzoek een concrete invulling. Het element emoties kwam in de literatuur uitgebreid aanbod. Over deze motivereden werd echter vooral in algemene termen gesproken. Slechts enkele onderzoekers (Swanson, Davis, & Zhou, 2008) hadden aandacht voor specifieke emoties: stimulatie, wegvluchten van problemen. In het empirisch onderzoek werd verder gezocht naar een specifieke invulling. Emoties bleken inderdaad een belangrijk element in een voorstelling te zijn volgens de proefpersonen. In tegenstelling tot wat beschreven werd in de literatuur, gingen de proefpersonen wel in op de concrete emoties die gevoeld werden. De twee emoties die opvallend vaak aanwezig waren in het discours van de proefpersonen waren medeleven en ontroering. Meeleven gebeurde op twee manieren: meeleven met de personages op scène, maar ook meeleven met de acteurs die de personages vertolkten. Dit laatste lijkt zeer specifiek van toepassing voor kunststudenten. Door de professionele blik ondervonden bepaalde proefpersonen echter moeilijkheden voor het inleven in een voorstelling. Ontroering bleek voor veel proefpersonen het verschil te betekenen tussen een goede en een fantastische voorstelling. Dit gevoel

Bibliografie en bijlage

omschrijven was moeilijk, maar had een langdurige impact op de proefpersonen. Tenslotte werd ook aandacht besteed aan humor, iets wat in de literatuur nergens aan bod komt, maar toch een belangrijk element vormt in de podiumkunsten. Hoewel emoties een belangrijke rol spelen in de ervaring van een voorstelling, is het niet helemaal duidelijk of dit iets is waar bezoekers van podiumkunsten specifiek naar op zoek zijn. Wil men per se geëmotioneerd worden door een voorstelling, of is dit een eventueel extraatje? Kunnen we dan spreken van een motivatiereden voor bezoek, of is het een eventueel, niet te vermijden gevolg van de voorstelling?

Ten slotte leverde de factor hedonisme in de literatuur grote onenigheid op tussen Boudier-Pailler (1999) en Swanson et al. (2008). De eerste ontkende ontspanning als mogelijke motivatiereden voor theaterbezoek, terwijl de laatste het juist als de belangrijkste factor zag. Deze verschillen konden deels verklaard worden de interpretatie die beide auteurs gaven aan hun resultaten. Het bleef echter onduidelijk wat hedonisme, ontspanning of entertainment precies betekende voor de verschillende auteurs en wat het belang ervan kon zijn voor het publiek. De diepte-interviews gaven aan dat kunststudenten in eerste instantie houden van een fijne ervaring wanneer ze een voorstelling bijwonen, maar dat hoeft niet altijd het geval te zijn. Een voorstelling waarbij de studenten afschuw voelen, kunnen ze ook classificeren als goed en genotvol. Maar zelfs een slechte voorstelling kan volgens de proefpersonen ook een fijn element in zich hebben. Er worden dan toch emoties opgeroepen en dat op zich zorgt voor genot. Wanneer een voorstelling niet voor genot zorgt, hoeft dat geen probleem te zijn volgens de kunststudenten. Een zeer slechte voorstelling kan er bijvoorbeeld voor zorgen dat ze leren uit de fouten van andere regisseurs. Tenslotte kan ook een voorstelling die vervelend wordt gevonden nog steeds goed zijn. Door dit onderzoek kan het argument van Boudier-Pailler (1999), dat ontspanning inherent verbonden is aan het theater, van tafel geveegd worden. Theater is niet noodzakelijk ontspannend.

In dit onderzoek heb ik geprobeerd om te onderzoeken wat de motivatieredenen zijn voor theaterbezoek. Het empirisch onderzoek vormde hierbij een aanvulling van en uitdieping op de bestaande literatuur. De belangrijkste bevindingen zijn dat het er inderdaad op lijkt dat de artistieke ervaring een motivatiereden is om naar een voorstelling te gaan, dat hedonisme een veelheid aan vormen kan aannemen en dat voor kunststudenten het bijleren door een voorstelling van cruciaal belang is.

8 Aanbevelingen

Dit onderzoek werd uitgevoerd in opdracht van Vlaams Cultuurhuis de Brakke Grond. In tijden van een culturele kaalslag in Nederland en onzekerheid voor iedereen, is het van belang om volle zalen te trekken. De Brakke Grond stelt vast dat de opkomst van kunststudenten niet vlot loopt en wilde daarom weten wat de motivatieredenen zijn van kunststudenten om een voorstelling bij te wonen. Aan de hand van mijn literatuuronderzoek en mijn empirisch onderzoek zal ik enkele concrete aanbevelingen formuleren die de Brakke Grond kunnen helpen om aantrekkelijker te worden voor kunststudenten. Vermits dit onderzoek specifiek werd uitgevoerd voor de communicatieafdeling, zullen de aanbevelingen vooral afgestemd

Bibliografie en bijlage

worden op communicatie. Dit kan natuurlijk niet los gezien worden van programmering. De aanbevelingen bevinden zich op drie gebieden: het belang van het op de hoogte zijn van het artistieke veld, relaties onderhouden en ontwikkelen, en tenslotte de educatie van de student als kunstenaar of wetenschapper.

Veld

1. Kunststudenten achten het belangrijk om op de hoogte te zijn van het artistieke veld. Daarom gaan ze veel naar theater. Het is daarom ten eerste van belang om bekendheid te verwerven bij de studenten, zodat ze weten dat er in de Brakke Grond theater wordt opgevoerd.
2. Het artistieke veld strekt zich voor Nederlandse kunststudenten verder uit dan de grenzen van Nederland. Zeker nu er in het Nederlandse theaterveld zware klappen vallen, is het niet onwaarschijnlijk dat Nederlandse kunststudenten hun heil in Vlaanderen zullen zoeken. Hiervoor is het echter belangrijk dat ze weten wat er in Vlaanderen speelt. De Brakke Grond moet zich niet profileren als het huis dat af en toe iets Vlaams programmeert, maar het huis waar je terecht kan wanneer je een goed overzicht wil hebben van wat er gaande is in Vlaanderen, zonder dat je daarvoor naar het buitenland moet.
3. Voor gezelschappen en regisseurs die door kunststudenten als belangrijk gepercipieerd worden, willen ze extra moeite doen. Daarom is het van belang voor de Brakke Grond om ook een forum te bieden aan belangrijke regisseurs en groepen.

Relaties

4. De beslissing om naar een bepaalde voorstelling te gaan, wordt zeer sterk beïnvloed door leraars. Daarom moet de Brakke Grond inzetten op een goede relatie met het docentenkorps van de kunstscholen. Men moet achterhalen welke gezelschappen of groepen zij belangrijk achten en die ook programmeren.
5. De kunststudenten geven aan dat zij hun best doen om oud-studenten te volgen. Daarom moet de Brakke Grond bij de betreffende doelgroep goed aangeven als er oud-studenten in een bepaalde voorstelling spelen. Vermits de scholen en de makers actief zijn op sociale media kan dit een effectief gebruik van onder andere Facebook inhouden.
6. De kunststudenten geven aan dat zij hun best doen om vrienden te volgen. In navolging van aanbeveling vijf, is het daarom een goed idee om via het netwerk van de betreffende acteurs of regisseurs publiek te bereiken.

Educatie

7. Hedonisme kan voor de kunststudenten een zeer brede invulling hebben. Een voorstelling hoeft dus niet per se leuk en plezierig te zijn. In de communicatie van voorstellingen moet men dus niet krampachtig proberen op zoek te gaan naar het leuke element van de voorstelling.
8. Om een goede voorstelling te hebben, hoort er een element van verrassing in te zitten. Zeker wat repertoire betreft, moet er iets fris gedaan worden met de voorstelling, aldus de kunststudenten. Wanneer men Hamlet programmeert, (Boorsma & Van Maanen, Expectations and experiences of theatrical arts consumers: A case study from the

Bibliografie en bijlage

Netherlands, 2003) moet men zich in de communicatie concentreren op het vernieuwende element.

9. Kunststudenten geven aan dat een vernieuwde visie op een bepaald onderwerp een meerwaarde biedt aan een voorstelling. Indien dit het geval is, kan het waardevol zijn om dat te communiceren.
10. Naar een voorstelling gaan, betekent voor kunststudenten iets bijleren over verschillende technieken. Wanneer een voorstelling iets technisch bijzonders of een nieuwe stijl presenteert, kan hier aandacht aan besteed worden.

9 Bibliografie

- Baarda, D., de Goede, M., & Teunissen, J. (2009). *Basisboek kwalitatief onderzoek; Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek*. Groningen: Noordhoff Uitgevers.
- Bergadaà, M., & Nyeck, S. (1995). Quel marketing pour les activités artistiques: une analyse qualitative comparée des motivations des consommateurs et de producteurs de théâtre. *Recherche et Applications en Marketing*, 10 (4), 27-45.
- Boorsma, M. (2006). A strategic Logic for Arts Marketing, Integrating customer value and artistic objectives. *International Journal of Cultural Policy*, 12 (1), 73-92.
- Boorsma, M. (2002). Arts marketing and the societal functioning of the arts: the case of the subsidized dramatic arts in the Netherlands. *International Journal of Cultural Policy*, 8 (1), 65-74.
- Boorsma, M. (1998). *Kunstmarketing; Hoe marketing kan bijdragen aan het maatschappelijk functioneren van kunst, in het bijzonder van toneelkunst in Nederland*. Amsterdam/Groningen: Boekmanstichting/ Rijksuniversiteit Groningen.
- Boorsma, M., & Van Maanen, H. (2003). Expectations and experiences of theatrical arts consumers: A case study from the Netherlands. *Nordisk Kulturpolitisk Tidsskrift* (2), 157-189.
- Botti, S. (2000). What Role for Marketing the Arts? An Analysis of Arts Consumption and Artistic Value. *International Journal of Arts Management*, 2 (3), 14-27.
- Bouder-Pailler, D. (1999). A model for Measuring the Goals of Theatre Attendance. *International Journal of Arts Management*, 1 (2), 4-33.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction a social critique on the judgement of taste*. Parijs: Les éditions de minuit.
- Cooper, P., & Tower, R. (1992). Inside the consumers mind: Consumer attitudes to arts. *Journal of the Market Research Society*, 34 (4), 299-311.
- Crandall, R. (1979). Social Interaction, Affect and Leisure. *Journal of Leisure Research*, 11 (3), 165-181.
- Cuadrado, M., & Mollà, A. (2000). Grouping Performing Arts Consumers According to Attendance Goals. *International Journal of Arts Management*, 2 (3), 54-60.
- Guy, J., & Mironer, L. (1988). *Les publics du théâtre*. Paris: La Documentation Française.
- Hirschman, E., & Holbrook, M. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings and Fun. *The journal of consumers research*, 9 (2), 132-140.
- Kolb, B. (2002). Ethnic preference for the arts: The role of the social experience as attendance motivation. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 7 (2), 172-181.

McCarthy, K., & Jinnett, K. (2001). *A New Framework for Building Participation in the Arts*. RAND.

McLean, F. (1995). A Marketing Revolution in Museums? *Journal of Marketing Management*, 11, 606-616.

Slater, A. (2007). 'Escaping to the gallery': understanding the motivations of visitors to galleries. *International Journal of nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 12, 149-162.

Swanson, S. R., Davis, J. C., & Zhou, Y. (2008). Art for Art's Sake? An Examination of Motives for Arts Performance Attendance. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 37 (2), 300-323.

10 Bijlage

De vragenlijst voor de interviews

Indien gewenst kan men de transcriptie van de resultaten of de mp3 bestanden van de interviews opvragen.

De eerste vragen zijn algemene vragen, hierin zullen de proefpersonen verschillende elementen aanhalen die waarschijnlijk in bepaalde categorieën vallen. Indien dit het geval is, zal ik vragen stellen die bij de bepaalde categorie staan, indien dit niet het geval is zal ik improviseren en zo proberen zo diep mogelijk in te gaan op de antwoorden.

Wat zijn de motivatieredenen om naar theater te gaan?

- Waarom ga je naar theater?
- Wat is de laatste voorstelling die je hebt gezien? Waarom ben je naar die voorstelling gegaan?
- Wat is je lievelingsstuk? Waarom
- Wat is het slechtste stuk dat je ooit hebt gezien? Waarom
- Ben je wel eens meer dan een keer naar een voorstelling geweest? Waarom ging je nog eens?

Ga je graag naar theater?

Extra vragen...

- Wat is het beste stuk dat je dit jaar hebt gezien? Waarom
- Wat is het beste stuk dat je deze maand hebt gezien? Waarom
- Wat is het slechtste stuk dat je deze maand hebt gezien? Waarom

1.1. Op welke manier kan intellectuele verrijking een motivatiereden zijn om naar theater te gaan

1.1.1. Is het zien van actualiteit op een artistieke manier een reden om naar theater te gaan?

- a. op welke manier volg jij het nieuws?
- b. vind je het belangrijk om op de hoogte te zijn van het nieuws?
- c. kwam de actualiteit terug in de voorstelling die je aanhaalt? *Doorgaan naar d*

Indien de proefpersoon geen antwoord in deze richting heeft gegeven, maar wel voorstellingen aanhaalt waarbij de actualiteit een belangrijke rol speelde.

- d. Op welke manier was dat stuk actueel?
- e. Vind je het interessant als het nieuws terugkomt in een voorstelling?
- f. Waarom?
- g. Kan het soms storend zijn?
- h. Waarom?

1.1.2 Is het krijgen van nieuwe visies een motivatiereden om naar theater te gaan?

Indien de proefpersoon geen antwoord in deze richting heeft gegeven, maar wel voorstellingen aanhaalt waarbij nieuwe visies een rol speelden.

- a. Wat was je mening over het fenomeen dat je beschrijft voor je het stuk zag?
- b. En wat je is mening nu? *Indien de mening veranderd is doorgaan met c*

Indien de proefpersoon zelf vertelt dat hij een voorstelling zag waarbij hij nieuwe visies leerde kennen

- c. hoe gebeurde dat (nieuwe visie krijgen) in die voorstelling?
- d. gebeurt het wel eens vaker dat je nieuwe visies op bepaalde zaken krijgt in een voorstelling?
- e. moet theater nieuwe inzichten verschaffen?
- f. waarom?
- g. Deel je deze inzichten met je omgeving?
- h. waarom?

1.1.3 Is het bijleren over geschiedenis een reden om naar theater te gaan?

Bibliografie en bijlage

indien de proefpersoon niet aangeeft dat hij geschiedkundige kennis wil opdoen tijdens een voorstelling, maar wel een voorstelling aanhaalt waarbij een historische figuur, een historisch gebeuren of historische periode centraal staat.

- a. Heb je al meerdere stukken gezien over dat onderwerp?
- b. Vind je dat een interessant onderwerp? *Indien ja, ga naar c*

indien de proefpersoon aangeeft dat hij geschiedkundige kennis over een bepaald onderwerp wil opdoen tijdens een voorstelling

- c. Heb je iets nieuws gehoord over dat onderwerp tijdens de voorstelling?
- d. Vond je dat een goed element in de voorstelling?
- e. Waarom?

1.1.4. Is het krijgen van een intellectuele uitdaging een reden om naar theater te gaan?

Indien de proefpersoon niet specifiek aangeeft dat hij een intellectuele uitdaging wil hebben, maar wel een antwoord geeft in die richting. vb. Ik hou wel/niet van hermetisch theater

- a. Heeft een een impact gehad op je beoordeling dat stuk x heel makkelijk/moeilijk te doorgronden was?
- b. Op welke manier? *Ga door naar c*

Indien de proefpersoon aangeeft dat hij een intellectuele uitdaging wil hebben.

- c. Moet de betekenis van een stuk meteen duidelijk zijn voor het publiek?
- d. Vind je het leuk om de betekenis van een stuk helemaal te ontrafelen?

1.2. Op welke manier kan culturele verrijking een motivereden om naar theater te gaan zijn?

1.2.1 Is het bijleren over actuele ontwikkelingen in het theater een reden om naar theater te gaan? Wat kunnen deze actuele ontwikkelingen allemaal inhouden?

Indien de proefpersoon niet aanhaalt dat hij het belangrijk vindt om op de hoogte te zijn, maar wel antwoorden in die richting geeft.

- a. hoe vaak ga je naar theater?
- b. Waarom ga je zo vaak naar theater?
- c. zijn er voorstellingen die je in ieder geval wilt zien?
- d. waarom? *Indien in dit antwoord vervat zit dat hij op de hoogte wil zijn van theaterlandschap, ga naar e*

Indien de proefpersoon zelf aanhaalt dat hij het belangrijk vindt om op de hoogte te zijn van het theaterlandschap

- e. Waarom vind je het belangrijk om op de hoogte te zijn van het theaterlandschap?
- f. waarvan wil je op de hoogte zijn?
- g. Hoe blijf je op de hoogte?
- h. waar gebruik je deze kennis voor?

1.2.2. op welke manier is het bijleren over theatertechnieken of spelmethodes tijdens een voorstelling een reden om naar theater te gaan?

Indien de proefpersoon aangeeft dat hij het belangrijk vindt om tijdens een voorstelling iets bij te leren over theatertechnieken of spelmethodes

- a. waarom wil je daar specifiek iets over bijleren?
- b. waar gebruik je die nieuwe kennis voor?

Indien de proefpersoon niet aangeeft dat hij het belangrijk vindt om tijdens voorstellingen iets bij te leren over theatertechnieken of spelmethodes, maar wel een antwoord in die richting geeft: vb. Inspiratie opdoen.

- c. Welke elementen van de voorstelling kunnen daarvoor van pas komen (om inspiratie op te doen)?
- d. Hoe bepaal je vooraf of de voorstelling daar nuttig voor kan zijn?

1.2.3. Op welke manier is bekijken van stukken van bepaalde schrijvers een reden om naar theater te gaan?

Indien de proefpersoon specifiek aanhaalt dat het voorbeeld een stuk was van schrijver x.

- a. heb je al meerdere stukken gezien van schrijver x?
- b. welke?
- c. Volg je deze schrijver specifiek?
- d. zijn er andere schrijvers die je specifiek volgt?
- e. waarom?

1.3. Op welke manier kan emotionele ontwikkeling een motivatiereden zijn om naar theater te gaan?

1.3.1. Is het voelen van bepaalde emoties een reden om naar theater te gaan, naar welke emoties is men op zoek?

Indien de proefpersoon vertelt dat hij naar theater gaat om emoties te voelen.

- a. welke emoties wil je dan voelen?
- b. tijdens welke voorstelling had je dat gevoel onder meer? *Ga naar c*

Indien de proefpersoon praat over bepaalde gevoelens die hij had tijdens een voorstelling.

- c. wat voelde je dan precies tijdens die voorstelling?
- d. voelde je dat de volgende dag nog?
- e. hoe voel je je daar nu over als je er over terugdenkt?
- f. heb je ook wel eens heel andere emoties gevoeld tijdens een voorstelling?
- g. welke?
- h. hoe kwam het dat je die emoties voelde?
- i. moet je emoties voelen tijdens een goede voorstelling?
- j. zijn er bepaalde emoties die ervoor zorgen dat je een stuk beter vindt?

1.3.2. Is bekijken van de emoties, emotionele ontwikkelingen en interacties van de personages en de impact ervan op de proefpersoon een reden om naar theater te gaan?

Indien de proefpersoon vertelt dat hij naar theater gaat om de emoties, emotionele ontwikkelingen of interacties van de acteurs en de impact ervan op zichzelf te ervaren.

- a. welk effect heeft het bekijken van die emoties etcetc op jou?
- b. moet je je betrokken voelen bij de personages om dit effect te bereiken?
- c. welke emoties/evoluties/interacties hebben bij jou een grote impact?
- d. waarom?
- e. vind je dat een goede voorstelling zo'n impact moet hebben?

Indien de proefpersoon vertelt dat hij tijdens een stuk geïntereseerd was in/een afkeer had van/... de emoties, emotionele ontwikkelingen en interacties van de personages

- a. hoe kan je die impact het beste omschrijven?
- b. voelde je die impact ook nog de volgende dag?
- c. en nu?
- d. voelde je je betrokken bij de personages?
- e. vind je dat een goede voorstelling zo'n impact moet hebben?

1.3.3. Is het verhogen van de eigenwaarde een motivereden om naar theater te gaan?

Indien de proefpersoon vertelt over de gevoelens die hij heeft nadat hij naar een voorstelling is geweest

- a. voelde je je de volgende dag nog zo?
- b. hoe voel je je nu als je er aan terugdenkt?
- c. voel je je vaker zo nadat je naar een voorstelling bent geweest?
- d. voel je je ook zo als je naar een goede/slechte (tegengestelde van gevoelens in b) voorstelling bent geweest?

1.4. Op welke manier kan hedonisme een motivereden zijn om naar theater te gaan?

Ga je graag naar theater?

1.4.1. is entertainment een motivereden om naar theater te gaan?

theater genot brengen?

Is er altijd een element van plezier bij het theaterbezoek?

Ook bij een hele slechte voorstelling?

Hoe vergelijk je een bezoek aan theater met een bezoek aan de film?

1.4.2. is vluchten van de werkelijkheid een motivereden om naar theater te gaan?

Waar denk je zoal aan als je in een voorstelling zit?

Vind je het fijn dat je daaraan denkt?

1.4.3. is ontspanning een motivereden om naar theater te gaan?

Heb je na een drukke werkdag zin om naar een voorstelling te gaan?

Indien nee, wat doe je dan wel op z'n avond?

Waarom wil je dat wel doen en theater niet?

Hoe voel je je nadat je een voorstelling hebt gezien?

1.5. Op welke manier heeft de maker van een voorstelling een invloed op de motivatie om naar theater te gaan?

Als je beslist om naar een bepaalde voorstelling te gaan, welke elementen spelen er dan mee in die beslissing?

Door welke elementen op de webpagina of op de affiche van een voorstelling word je aangetrokken?

1.5.1. heeft de regisseur invloed op de beslissing om naar theater te gaan?

- a. heb je al meer voorstellingen van deze regisseur gezien?
- b. waarom ga je vaker naar voorstellingen van deze regisseur?
- c. bekijk je elke voorstelling van deze regisseur?
- d. hoeveel moeite wil je daarvoor doen?
- e. vind je het belangrijk om voorstellingen van deze regisseur te zien?
- f. waarom?

1.5.2. hebben de acteurs invloed op de beslissing om naar theater te gaan?

- a. heb je al meer voorstellingen van deze acteur gezien?
- b. waarom ga je vaker naar voorstellingen van deze acteur?
- c. bekijk je elke voorstelling van deze acteur?
- d. hoeveel moeite wil je daarvoor doen?
- e. vind je het belangrijk om voorstellingen van deze acteur te zien?
- f. waarom?

1.5.3. heeft het gezelschap invloed op de beslissing om naar theater te gaan?

- a. heb je al meer voorstellingen van dit gezelschap gezien?
- b. waarom ga je vaker naar voorstellingen van dit gezelschap?
- c. bekijk je elke voorstelling van dit gezelschap?
- d. hoeveel moeite wil je daarvoor doen?
- e. vind je het belangrijk om voorstellingen van dit gezelschap te zien?
- f. waarom?

1.5.4. heeft een theaterhuis invloed op de beslissing om naar theater te gaan?

- a. heb je al meer voorstellingen in dit theaterhuis gezien?
- b. waarom ga je vaker naar voorstellingen van dit theaterhuis?
- c. hoeveel voorstellingen heb je in dit theaterhuis gezien dit seizoen?
- d. hoeveel moeite wil je daarvoor doen?
- e. vind je het belangrijk om voorstellingen van dit theaterhuis te zien?

f. waarom?

1.5.5. heeft persoonlijk contact met een van de makers invloed op de beslissing om naar theater te gaan?

a. ken veel theatermakers persoonlijk?

b. hoe komt dat?

c. vind je dat belangrijk?

1.6. is de artistieke ervaring een reden om naar theater te gaan?

1.6.2. Is de combinatie van het betekenis geven aan de nieuwe artistieke metafoor, door middel van het gebruiken van de verbeelding enerzijds en het voelen van emotie anderzijds een reden om naar theater te gaan?

Denk je na een voorstelling nog wel eens na over die voorstelling (alleen of in gesprek met vrienden)

Waarover denk je dan, waarover praat je dan?

Vind je dat belangrijk? Over dat onderwerp te spreken

Waarom wel/niet?

Indien gesprek Heb je vaak dezelfde mening/ ervaring als je gesprekspartner? Komt het gesprek tot een eenduidige conclusie?

Waaruit bestaan de eventuele verschillen?

1.6.4. Is de ervaring van de ontdekking een reden om naar theater te gaan?

Moet theater verrassend zijn?

Waarom?

Op welke manier?