

Het ‘witte’ archief krijgt een kleurtje

Culturele diversiteit in museale presentaties na 2004

Tentoonstellingen en presentaties maken voor alle Nederlanders: welke rol speelt de dialoog tussen samenstellers en doelgroepen daarbij? Welke keuzes voorkomen een vaag compromis binnen culturele muren?

Wat gebeurt er met de opbrengst van projecten gericht op culturele diversiteit die het ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschappen over de periode 2000-2004 heeft gesubsidieerd? Deze projecten vingen aan vlak vóór een periode waarin het klimaat ten aanzien van de maakbaarheid van de multiculturele samenleving veranderde. Dé politieke moord van Nederland, die het einde van het poldermodel in leek te luiden, op Pim Fortuyn, vond op 6 mei 2002 plaats tussen het huidige kantoor van het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid en de enorme bouwput, waar eind 2006 het nieuwe gebouw huisvesting zal gaan bieden aan het grootste audiovisuele archief van Nederland en een media experience voor het grote publiek (zie elders in dit nummer).

In het kader van de **Cultuurnota 2000-2004**, onderdeel jongeren en minderheden, is subsidie ontvangen voor de opzet, uitvoering en implementatie van intercultureel beleid. Het doel: een **‘non-exclusive’** presentatie, aantrekkelijk voor alle Nederlanders. Het is van belang het hoofd te bieden aan twijfels en cynisme om na deze cultuurnotaperiode in een veranderende samenleving de representatie van etniciteit in tentoonstellingen te blijven integreren.

Geen neutraal verhaal Er is in de afgelopen jaren veel gediscussieerd over het belang van een dialoog tussen tentoonstellingsmakers en etnische groepen. Stan Carbone (directeur van het Jewish Heritage Centre in Winnipeg, Canada) stelde op een bijeenkomst van de Nederlandse Museumvereniging in januari 2003, dat musea de sociale verantwoordelijkheid en morele plicht hebben om te luisteren naar stemmen van etnoculturele gemeenschappen en om daarop te reageren.¹ Als reactie op deze stelling van Carbone stelt Esther Captain, stafid bij Stichting het Indisch Huis, dat bijdragen van etnische groepen slechts een kleine stap zijn in de goede richting. Zij pleit voor een museum of presentatie waar duidelijk is vanuit welk perspectief er wordt gekeken.² Wordt in een tentoonstelling de blik van de samenstellers gevolgd of van de focusgroepen? Met de ‘goede richting’ zoals Captain die voorstaat, worden focusgroepen gevolgd bij het bepalen van het

perspectief van een tentoonstelling.

In het kader van cultuurhistorische tentoonstellingen is dat een logische stap, maar wat te doen bij presentaties die geen algemeen neutraal verhaal vertellen waaraan etnische groepen hun toegevoegde waarde kunnen leveren? Kunnen samenstellers met een eigen visie en focusgroepen met hun eigen behoeftes elkaar dan nog vinden?

Het volgende concrete voorbeeld illustreert deze dialoog. Voor de selectie van audiovisuele fragmenten in de tentoonstelling werkt het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid met duidelijke selectiecriteria. Als richtsnoer is gekozen voor vijftien procent herkenning van etniciteit binnen de ruim 150 uren audiovisuele compilaties in de **media experience**. Het zijn beelden en geluiden die het meest populair waren, die het meest van betekenis zijn voor bepaalde ontwikkelingen, die van unieke kwaliteit zijn. De representatie van etniciteit is geen apart criteria, maar moet ‘vanzelfsprekend’ ogen. Zo wordt bijvoorbeeld een fragment van het programma **Sonja op Zaterdag** getoond; een ‘wit’ praatprogramma, maar ook populair onder allochtonen. Daarom is nu gezocht naar een herkenbaar fragment waarbij in dit geval Sonja Barend voetballer Edgar Davids interviewt. Vorm en inhoud van het fragment voldoen aan de criteria, maar de focusgroepen hebben gezorgd dat deze criteria cultureel divers geïnterpreteerd zijn, en hebben daarmee een wezenlijke verandering bewerkstelligd in het researchtraject dat vaak, onbewust, ‘wit’ georiënteerd was.

Invloed van de tijdgeest Onder invloed van de tijdgeest werd in de afgelopen jaren steeds duidelijker dat culturele projecten voor ‘de allochtonen’ weinig zinvol en realistisch zijn en bovendien stigmatiserend. Om intercultureel beleid meer kans van slagen te geven, is een scherpere publieksaanduiding noodzakelijk.

Geïnspireerd door een column van journalist Anil Ramdas³ waarin deze het begrip ‘de nieuwe autochtoon’ introduceerde, is met behulp van marktonderzoek⁴ het profiel opgesteld van de toekomstige bezoeker. Het gaat niet meer om incidentele culturele projecten voor allochtonen die als totale groep worden benaderd. Öskan Gölpinar⁵ stelt dat het nu gaat om een structureel cultureel aanbod dat de vanzelfsprekendheid van de multiculturele samenleving benadrukt, waarbij uitgegaan wordt van de interesse van nieuwe Nederlanders, die willen meepraten in het land waar ze wonen, werken en leven. Ramdas noemt deze nieuwe Nederlanders ‘nieuwe autochtonen’. Zij leven voor een groot deel in de randstad, waar soms de helft van de jeugd niet meer van westerse afkomst is, samen met ‘witte jongeren’. Hun profiel wordt bepaald door enkele overeenkomsten: het zijn allemaal MTV- en TMF-kijkers, internetgebruikers en mobiele bellers en ze zijn gewend aan de kleurvariatie van de maatschappij. Deze groep in de leeftijdscategorie van vijftien tot dertig jaar is volgens het marktonderzoek ten minste middelbaar- of hoogopgeleid, geïnteresseerd in media en in staat om veel informatie te verwerken. Dit publiek – **urban** jongeren en randstadfamilies genaamd – heeft behoefte aan een recreatiepatroon waarin actie, gezamenlijkheid en vermaak de boventoon voeren.

De **media experience** is straks geschikt voor jong en oud, maar zeker voor de leeftijdscategorie tien tot 45 jaar. De nieuwe Nederlander zit hier tussen. De eerste generatie migranten niet, de tweede nauwelijks. Daarmee is de **‘non-exclusive’**

Culturele projecten voor ‘de allochtonen’ zijn weinig zinvol en realistisch – en bovendien stigmatiserend

Intercultureel beleid is niet gebaat bij opvlammend vuur en zeker niet bij smeulende resten; pas een constante warmte kan groei bewerkstelligen

presentatie ook weer exclusief geworden, want het idee is losgelaten dat 'dé allochtonen' zouden komen of willen komen. Die ambitie als niet realistisch beschouwd en hooguit politiek correct.

Schaamteloos researchen Visie vormen kost tijd, visie implementeren kost jaren. Het is zoals de dichter Willem Hussem schreef: al dat hout bij de haard voor één vuur – warmte vergt jaren groei. Het is mijn overtuiging dat intercultureel beleid in musea niet gebaat is bij opvlammend vuur en zeker niet bij smeulende resten, maar dat pas een constante warmte groei bewerkstelligen kan. Bij Beeld en Geluid is met de jaren het bewustzijn gegroeid dat de representatie van etniciteit betekent dat je vrij schamteloos moet durven researchen op huidskleur, haardracht en stem.⁶ Maar door dit daadwerkelijk te doen, kom je erachter hoe vanzelfsprekend je 'witten' de hoofdrol geeft. Het kost jaren om dit nieuwe bewustzijn zo te verinnerlijken dat de drempels die het 'witte' archief, de 'witte' selectiewijze, de 'witte' catalogus opwerpen, geslecht zijn. Maar het begin is er! Bovendien zal ook de aanwas veranderen, de omroep maakt steeds meer programma's waar etniciteit vanzelfsprekend is.

Wat nog een risicovolle operatie wordt, is de scenaristen en regisseurs en editors ervan overtuigen dat het gevonden materiaal opgenomen dient te worden – ook al is het hen niet vertrouwd. Bij hen is immers sprake van minder bewustzijn. Zolang de representatie van etniciteit een emancipatieaspect herbergt, moeten samenstellers het belang hiervan overdragen op ontwerpers en **marketeers** van tentoonstellingen. Het is noodzakelijk dat er nog jaren volgen van warmte wil het beleid voor Beeld en Geluid geslaagd te noemen zijn. Want de echte '**experience**' kun je pas voelen als je het allemaal ziet en ervaart. En dat betekent dat je ook weer moet kunnen weghalen en bijschaven, net zolang tot de balans tussen de representatie van etniciteit en het 'witte' archief voor de nieuwe bezoekers goed aanvoelt. Subsidies om cultureel maatschappelijke projecten als museaal intercultureel beleid vlot te trekken en op te zetten, zijn mooi. Maar ze zijn pas echt noodzakelijk wanneer je het project voorbij bent en de in de toekomst verzekerd wilt zijn van een bedrijfsbrede aandacht voor de representatie van etniciteit bij programmamakers, scenaristen, selecteurs, av-documentalisten, het catalogusbeheer, personeelszaken, publieksbegeleiding en expositieaanstellers. Met dat doel voor ogen is 2004 nog maar het begin van '**dancing with diversity**' bij Beeld en Geluid.

Odetta Reydon is projectleider intercultureel beleid en manager publieksbegeleiding bij het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, Hilversum

1 Carbone, Stan (2003) 'Het museum van de dialoog', in: Museumvisie nummer 2.
2 Captain, Esther (2003) 'De blik van de tentoonsteller of de tentoongestelde', in: Museumvisie nummer 2.
3 Ramdas, Anil (2003) 'De nieuwe autochtoon', in: NRC

Handelsblad, 3 oktober.
4 Motivaction (2004) Nieuwe autochtone Nederlanders: urban jongeren en Randstad families. Amsterdam, Motivaction, bureau voor marktonderzoek, in opdracht van het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid.

5 Gölpinar, Öskan (2002) 'Van "etnische cultuur" naar "culturele diversiteit"', pleidooi voor herkomstculturenbeleid in Nederland'. In: Boekmancahier 53.
6 Monitor Diversiteit (2002) rapportage NPS 2002.

Het droommuseum van...

Kunst als openbare ruimte

Een kunstenaar wil zijn of haar werk openbaar maken, vervolmaken. Musea zijn daartoe niet langer de aangewezen plekken. Musea zijn van oudsher verzamelplaatsen. Musea hebben bovendien, in gelijke tred met vele andere instituten, een disciplinaire ofwel bevoogdende rol op zich genomen. Aan de basis ligt het verschil tussen hen die weten en hen die moeten worden onderricht; een hiërarchisch onderscheid tussen hoge en lage culturen. Een verschil dat uitgaat van een fundamenteel onderscheid tussen producenten en consumenten van kunst. In onze door globalisering radicaal veranderde leefomgeving, waarin de grenzen tussen bestaande culturen, collectieve identiteiten, maar ook tussen consumenten en producenten steeds zijn aangetast en vervaagd, verwordt het museum als ideologisch gereedschap van 'nationalistisch elitarisme' tot een wangedrocht.

Mijn museum van de toekomst is een plek waar de productie van kunst niet uitsluitend een kwestie is van overdracht door ingewijden aan niet-ingewijden, maar waar kunst zich ontwikkelt in de ontmoeting tussen mensen. Het zal niemand verbazen dat voor het woord 'museum' – gezien de vele behoudende connotaties van dit begrip – eigenlijk geen plaats meer is. Een traditioneel museum met een behoudende en monoculturele taakstelling (het museum gaat immers uit van de eigen, aan andere mensen over te brengen cultuur als enig mogelijke cultuur) vindt niet langer weerklink in de veelvormige sociale structuur van de huidige gemeenschap. Slechts wanneer die gemeenschap, met al haar gelaagdheid en heterogeniteit, bij mag dragen aan de doel- en taakstelling van een voorziening voor kunst en cultuur, kan er een nieuwe vorm

ontstaan uit voortdurend in ontwikkeling verkerende, gedeelde ervaringen en betekenissen.

In plaats van het institutionele museum opteer ik voor **Kunst als openbare ruimte**. Kunst genereert een samenkomst van mensen – zowel virtueel als in levenden lijve – die richtinggevend is dan de neutrale presentatie van een collectie voorwerpen. Objecten, zowel kunstobjecten als andere culturele artefacten, blijven overigens eveneens van onschatbare waarde. Zij zijn echter niet langer voorwerpen waartoe men respectvol afstand houdt, maar ijkpunten voor het definiëren van onderlinge verschillen en overeenkomsten, van oorsprong en bestemming, van gedeelde inspiratie en zielsverbondenheid. Deze samen vormen de grondslag voor solidariteit. In die zin is **Kunst als openbare ruimte** de gelegheidsgever en procesgenerator van de gemeenschapsvormende mentaliteit die mensen eigen is en die ondanks de postmoderne, globale en op het afzonderlijke individu gerichte tegenbewegingen in de huidige samenleving nog altijd, als in een niet te stoppen onderstroom, aanwezig is.

Voor mij is het maken van kunst doel en middel. De productie van kunst is een proces dat op zichzelf weer aanstichter is van andere maatschappelijke processen. In die zin is kunst te definiëren als een soort mentale generator. Kunst is niet langer onderdeel van de openbare ruimte, kunst is de openbare ruimte. Het gaat erom er zorg voor te dragen dat Kunst als openbare ruimte haar laboratoriumfunctie ook daadwerkelijk kan verwezenlijken. Essentiële, existentiële kwesties als waarheid, maatschappelijke verantwoordelijkheid en de universaliteit van waarden worden onderzocht in de nieuwe