

Artikel

Evert Bisschop Boele

Pleidooi voor een breder palet aan relaties met het publiek



Concert van philharmonie zuidnederland. Fotografie: Focuss 22

De combinatie van de termen publiek en publieksbereik lijkt vanzelfsprekend als we nadenken over kunst en cultuur, maar is dat niet helemaal. Een kleine kanttekening bij de manier waarop relaties binnen de cultuursector tussen (professionele) kunstenaars en hun publiek vormgegeven kunnen worden.

We moeten ons realiseren dat woorden als ‘cultuursector’, ‘professionele kunstenaar’ en ‘publiek’ geen vanzelfsprekende en neutrale concepten zijn, maar een heel specifieke manier van kijken naar de rol van kunst en cultuur in een samenleving impliceren. Het idee dat er een cultuursector bestaat bevolkt door professionele kunstenaars die een publiek bedienen is een typisch laatmoderne westerse opvatting die nogal limitatief is. Immers: het publiek, en ook de amateur, bevindt zich dan buiten de sector. Maar mensen kunnen natuurlijk aan cultuur doen zonder professional te zijn, en ook zonder publiek, zoals ik doe wanneer ik in mijn eentje in mijn huiskamer een prelude van Bach op mijn klassieke gitaar speel. In zijn roman *The book of illusions* (Auster 2002) beschrijft Paul Auster, als uitdagend grensgeval in een reflectie op de rol van kunst en cultuur in onze samenleving, een professionele filmmaker die films maakt die niet bedoeld zijn om door wat voor publiek dan ook gezien te worden.

‘Western ideology’

En over publiek gesproken: in andere samenlevingen dan onze laatmoderne westerse is het strikte onderscheid tussen de maker en zijn publiek geheel afwezig. De Baka in Centraal-Afrika kennen geen onderscheid tussen musici en publiek, iedereen wordt geacht mee te doen. En ook in Nederland zijn er situaties waarin dat strikte onderscheid minder of niet geldt: in het voetbalstadion zijn de bezoekers koor en publiek tegelijkertijd, en in de dansclub moet je vooral meedansen. Etnomusicoloog Thomas Turino

(2008) benoemt dat onderscheid als het verschil tussen participatorische en presentationele praktijken. Antropoloog Michelle Bigenho (2008) merkt terecht op dat het onderscheid in de musicologie tussen muzikanten en hun publiek en de neiging te focussen op de musici ‘is to play into Western ideologies about music, talent, giftedness, and so on – all points that should be under anthropological scrutiny rather than assumed as givens’. Laten we ons er bewust van blijven dat het onderscheid dat in vigerende modellen over cultuur gemaakt wordt tussen producenten, consumenten en eventueel media-toren (zie bijvoorbeeld Alexander 2003) vooral ‘Western ideology’ is; één heel specifieke uitwerking van hoe kunst en cultuur functioneren in onze westerse laat-moderne samenleving, niet een algemeen model.

Dit laat echter onverlet dat Nederland zo’n samenleving is, waar, in ieder geval in het dominante discours over de rol van kunst en cultuur, er nu eenmaal een professionele cultuursector is die een publiek moet bedienen in een neo-liberale, steeds minder door de overheid gereguleerde markt van vraag en aanbod. In zo’n markt zou je uiteindelijk kunnen zeggen dat de rol van de overheid zo klein mogelijk moet zijn: de markt moet zichzelf reguleren. De markt wordt immers bevolkt door de autonome, doelrationeel handelende *homo economicus* die zijn eigen keuzes maakt die per definitie gerespecteerd moeten worden. Kiest de *homo economicus* niet langer voor het symfonieorkest, dan is dat jammer – maar blijkbaar heeft het orkest zijn functie verloren, en wat geen functie meer heeft verdwijnt nu eenmaal. →

Homo culturalis

Het publiek – of eigenlijk: het ontbreken ervan – wordt pas een probleem als andere dan puur marktgedreven economische opvattingen een rol gaan spelen in ons denken over de plek van kunst en cultuur in onze samenleving en de rol van de overheid daarin. Bijvoorbeeld wanneer de overheid namens de samenleving ook functioneert als herverdelers van welvaart, als hoeder van erfgoed, of als bewaker van diversiteit in het culturele ecosysteem. De *homo economicus* maakt dan plaats voor de *homo culturalis* (Reckwitz 2006): de mens die leeft in een wereld waarin processen van betekenisgeving centraal staan, waarin kunst en cultuur zich in het domein van waarde en affect afspelen, waarin kunst en cultuur ons in staat stellen om onze zintuiglijkheid te vieren, onze verhalen te vertellen, ons te verliezen in spel en ernst, over goed en kwaad na te denken, ons leven vorm te geven (Reckwitz 2017).

De vraag naar het publiek van de kunstenaar houdt dan op uitsluitend een markt vraag te zijn. Kunstenaars hebben een publiek nodig, en andersom. Dat dit in onze samenleving binnen het model van een markt van vraag en aanbod is vormgegeven mag zo zijn, maar die markt is geen doel, zij dient een doel.

Kunstenaars hebben een publiek nodig, en andersom

Concert van
philharmonie
zuidnederland.
Fotografie:
Focuss 22

Vanuit zo'n perspectief is de eerste vraag die we moeten stellen: hoe vindt dat realiseren van waarde en affect dan plaats? Voor de muziek – mijn discipline – is er wel een antwoord op, en dat antwoord lijkt (deels) ook voor andere disciplines op te gaan. Muziek raakt mensen (affect) omdat ze op drie manieren voor hen



van waarde is: ze bevestigt wie ze zijn, ze verbindt hen met de wereld, en ze stelt hen in staat om zichzelf en anderen te reguleren (Bisschop Boele 2013). In hun muzikaal gedrag in het dagelijks leven tonen ze hun identiteit als muzikaal persoon, hun muzikale 'zelf'. Daarmee verbinden ze zichzelf op muzikale manier aan de wereld:

aan anderen, aan hun verleden, heden of toekomst, aan plaatsen, aan dingen, aan God, aan de schoonheid of aan hun diepste zelf. Al dat bevestigen en verbinden leidt tot effecten die ze, onbewust of doelbewust, kunnen inzetten om zichzelf en anderen te beïnvloeden: je kind in slaap zingen of jezelf in slaap luisteren, →



in muziektherapie bijdragen aan genezing van een patiënt, je ouders irriteren, de filmkijker angst aanjagen – het kan allemaal. Bevestigen, verbinden en reguleren, dat is de basis voor de waarde van kunst en cultuur.

Drie relaties

Dat bevestigen, verbinden en reguleren gebeurt op basis van de betekenis die kunst en cultuur hebben gekregen door de ervaringen van het individu. Dit wil zeggen dat de betekenis van kunst en cultuur niet zit in het kunstwerk, bijvoorbeeld het muziekstuk of het schilderij, en ook niet in de persoon, maar precies daartussenin: in het spel tussen de persoon en de eigenschappen (affordanties, Clarke 2005) van kunst en cultuur. Kunst en cultuur worden van waarde als actuele ervaring verbonden kan worden aan eerdere ervaringen. Leren is dan geen proces van *input-output* maar een actieve *intake* waarin nieuwe impulsen worden verbonden aan het al aanwezige reservoir van ervaringscodes, met als gevolg een lichte wijziging van die ervaringscodes. Leren is fundamenteel biografisch (Alheit 2008).

Vanuit die opvatting kunnen we natuurlijk in markttermen kijken naar het werk van de professionele kunstenaar. Een kunstenaar kan dan aanbodgericht werken: hij produceert vanuit zijn artistieke bevlogenheid een kunstwerk en hoopt dat dat betekenisvol is voor zoveel mogelijk mensen. Je zou dit een artistieke relatie kunnen noemen, waarin de kunstenaar de aanbieder is. Een kunstenaar kan ook vraaggericht werken: hij brengt in kaart wat een doelgroep graag wil en probeert dat zo goed mogelijk aan te leveren. Dat kun je een economische relatie noemen,

De nadruk op kwaliteit leidde tot het bereiken van een beperkt publiek van 'kenners'



waarin de kunstenaar producent is. Beide relaties zijn risicovol: in het eerste geval loopt de kunstenaar voortdurend het gevaar zijn publiek kwijt te raken, in het tweede geval loopt hij het gevaar zichzelf kwijt te raken.

Deze twee relaties zijn op hun eigen manier ook waardevol. Van oudsher en vanuit de traditie zijn we geneigd om de cultuursector vooral te benaderen vanuit de hierboven geschetste aanbodrelatie, waarin artistieke autonomie centraal staat en waardoor artistieke kwaliteit als criterium altijd een rol speelt in het huidige cultuurbeleid. De nadruk op kwaliteit leidde tot het bereiken van een beperkt publiek van 'kenners'. Van de weeromstuit kwam de afgelopen decennia een reactie op gang die een meer vraaggerichte manier van werken bepleitte en doelen in termen van groter en diverser publieksbereik formuleerde.

In de cultuursector lijkt er hiernaast ruimte voor een derde relatie, die in zekere zin tussen de artistieke en de economische relatie in zit, maar zich wel de facto onttrekt aan de markt-metafoor: de dialogische relatie. Het is een



Dweilband
De Dwaarsliggers
uit Zuidbroek
tijdens de 4 mijl
van Groningen,
8 oktober 2006.
Fotografie: Reyer
Boxem

Dat is natuurlijk allemaal verre van nieuw. Zo is er in de *community art* al lang, breed en diep nagedacht over de vormgeving van dit soort relaties (zie Trienekens 2020). Tegelijkertijd kunnen we ook zien hoe, met name in beleidskringen en in de geïnstitutionaliseerde cultuursector, veranderingen toch langzaam gaan.

Wellicht is het tijd om de stellingen te verlaten en te kiezen voor een veel bredere manier van kijken naar wat de professionele kunstenaar doet. Tijd voor cultuurbeleid dat zowel artistieke, economische als dialogische praktijken de mogelijkheid biedt zich verder te ontwikkelen. Misschien is ook dat een invulling van inclusiviteit in de cultuursector? •

relatie waarin de kunstenaar zich niet verhoudt tot een anoniem publiek dat overreed moet worden op een aanbod in te gaan (de artistieke relatie) of tot een doelgroep die met een product bereikt moet worden (de economische relatie). Nee, deze relatie draait veeleer om een dialoog waarin de kunstenaar zowel zichzelf in de strijd gooit als de ander probeert te (er)kennen zodat een ontmoeting ontstaat die betekenisvol is voor beiden. Dat vraagt erom dat kunstenaars niet alleen zeggingskracht hebben, maar ook – het voornaamste – goed kunnen luisteren, vanuit oprechte aandacht; dat ze dus kunnen zwijgen voor ze spreken, vragen kunnen stellen voor ze antwoorden geven. De centrale vraag in de kunstenaarspraktijk is in die relatie niet: ik kan iets heel mooi heel goed, wil je er deelgenoot van zijn? En ook niet: waar heb je behoefte aan? De centrale vraag wordt: hoe kan ik, met wie ik ben en wat ik kan, voor jou van betekenis, van meerwaarde zijn? In een dialogische relatie creëren kunstenaars geen aanbod en beantwoorden ze ook geen vraag, maar scheppen ze een ontmoetingsplek.

Literatuur

- Alexander, V.D. (2003) *Sociology of the arts: exploring fine and popular forms*. Oxford: Blackwell.
- Alheit, P. (2008) “‘Biographizität’ als Schlüsselkompetenz der Moderne”. In: *Biographisch Lernen und Lehren*, 15-28.
- Auster, P. (2002) *The book of illusions*. Londen: Faber & Faber.
- Bigenho, M. (2008) ‘Why I’m not an ethnomusicologist: a view from anthropology’. In: *The new (ethno) musicologies*, 29-40.
- Bisschop Boele, E. (2013) *Musicking in Groningen: towards a grounded theory of the uses and functions of music in a modern western society*. Delft: Eburon.
- Clarke, E.F. (2005) *Ways of listening: an ecological approach to the perception of musical meaning*. Oxford: Oxford University Press.
- Reckwitz, A. (2006) ‘Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing’. In: *European Journal of Social Theory*, jrg. 5, nr. 2, 243-263.
- Reckwitz, A. (2017) *Die Gesellschaft der Singularitäten: zum Strukturwandel der Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Trienekens, S. (2020) *Participatieve kunst: gewoon kunst in moeilijke omstandigheden*. Rotterdam: V2_Publishing.
- Turino, T. (2008) *Music as social life: the politics of participation*. Chicago: University of Chicago Press.



Evert Bisschop Boele
is bijzonder hoogleraar
Betekenis van Cultuur-
participatie aan de
Erasmus Universiteit
Rotterdam en lector
Kunsteducatie aan
de Hanzehogeschool
Groningen