

Artikel

De roep om een cultuuromslag

Makerschap in een nieuw perspectief

Als je erover nadenkt, is het eigenlijk best vreemd dat we een apart werkgebied hebben ingericht voor creativiteit. Dat we het als 'een domein' behandelen. En dat we voor dit kunst- en cultuurdomein een eigen systeem hebben met een ministerie, fondsen, regelingen, opleidingen en presentatie-instellingen. Voor bijvoorbeeld zorgvuldigheid of vriendelijkheid richten we toch ook niet een separaat systeem in? Een presentatie-instelling voor zorgvuldigheid of een prijs voor jong vriendelijk talent is er niet. Het zijn, net als creativiteit, menselijke eigenschappen die we waardevol vinden. Die we toepassen en benutten in hoe we werken en samenleven.

Symbolische waarde

Zoekend naar redenen waarom er voor creativiteit wel een apart domein is ontstaan, kom ik tot een paar vermoedens. In tegenstelling tot zorgvuldigheid en vriendelijkheid kent creativiteit krachtige uitingsvormen. Het zijn beelden, klanken, kleuren. Ze bekoren, ontroeren, confronteren. Het manifesteert zich nadrukkelijk in goed gearticuleerde vorm: kunstuitingen. Door deze vorm laat creativiteit zich ook verhandelen als op een markt. Er zijn beurzen en bedrijven zoals galeries, uitgeverijen, impresariaten voor aan- en verkoop van kunst. Maar de relatie kunst en markt is op z'n zachtst gezegd een lastig huwelijk. Niet in de laatste plaats omdat creativiteit die aanslaat op de markt, kan leiden tot meer van hetzelfde. En meer van hetzelfde kan al snel het tegenovergestelde van creativiteit worden.

Tabo Goudswaard

Hoe ziet het ideale kunst- en cultuurbeleid er in de toekomst uit, vanuit het perspectief van de kunstenaar? Een cultuurumslag is noodzakelijk. Tabo Goudswaard doet hiertoe een aanzet. Bevrijd het makerschap uit het kunst- en cultuurdomein!

Kunst is in tegenstelling tot andere markt-goederen meestal niet direct functioneel, maar heeft symbolische waarde. Ambachtslieden die tussen de Middeleeuwen en de 18de eeuw in een gilde doorgroeiden naar meesterschap voegden schoonheid en symboliek toe aan functionaliteit. Kunstwerken representeren en beelden datgene uit wat we waardevol vinden. Op de belangrijkste momenten in ons leven vieren of rouwen we met behulp van muziek, gedichten, rituelen en monumenten.

Het werk van kunstenaars is niet direct functioneel en geeft tegelijkertijd uiting aan datgene wat we het allerbelangrijkste vinden in het leven. Om dit te koesteren en te waarborgen ondersteunen we kunstenaars met gemeenschapselden... en daar moet een systeem voor ingericht worden. Daar gaat het mis.

Systeemkennis

Systemen bieden ons een gevoel van controle, overzicht en beheersbaarheid. Het zorgt ervoor dat we gebeurtenissen in logisch verband kunnen brengen, kunnen toetsen en sturen. Het belastinggeld dat we besteden aan kunst moet immers zorgvuldig, zuinig en zinnig worden uitgegeven. Door de ondersteuning van makers in een systeem onder te brengen is er een afzonderlijk kunst- en cultuurdomein ontstaan, los van andere domeinen. Dit systeem is – net als veel systemen – complex met (ongeschreven) regels en codes waardoor het in de beleving van veel mensen ontoegankelijk is. Je hebt er de juiste opleiding, netwerk en specialistische systeemkennis voor nodig. Daarnaast is het in kunst-

kringen lange tijd salonfähig geweest om zich de rol van rebelse kritische buitenstaander ten opzichte van de samenleving aan te meten.

Dit draagt eraan bij dat het kunst- en cultuurdomein apart is komen te staan van de rest van de samenleving. Kunstuitingen zijn bovendien mediageniek en daardoor is deze sector heel geschikt om politieke uitlatingen over te doen. De roep om bezuinigingen of extra investeringen in de kunstsector doet het goed bij de eigen achterban in verkiezingstijd. Door deze polarisatie in voor- en tegenstanders kon het gebeuren dat kunst- en cultuurbeoefening werd versmald naar 'linkse hobby' en in een narratief van maatschappelijke kosten, baten, verdienmodellen, impactmetingen en verantwoordingen in (bezoekers)aantallen belandde. Iets wat de maatschappelijke (en financiële) waardering voor het makerschap niet ten goede is gekomen (CBS 2021).

Maakkracht

Vanuit het perspectief van de kunstenaar is het van belang om makerschap uit het keurslijf van dat 'aparte' kunst- en cultuurdomein te halen en weer te gaan herkennen als kwaliteiten die in ons allemaal zitten. Vanuit het perspectief van de rest van Nederland overigens ook: het zijn kwaliteiten die zeer nuttig kunnen zijn tijdens het werk en die we hard nodig hebben om het samenleven met elkaar goed vorm te geven. Een bekende kwaliteit van makers is het voorstellingsvermogen, de bron van onze verbeeldingskracht. Hierdoor kunnen we een wereld verbeelden, niet alleen zoals die is, →

maar ook zoals die zou kunnen zijn. Dat maakt ons nieuwsgierig en laat ons verlangen naar een andere wereld. Vandaaruit ontstaat de drive om samen met anderen die alternatieven ook daadwerkelijk gestalte te geven.

Maar maakkracht is ook het zich verantwoordelijk voelen voor publieke waarde en je hierover durven uitspreken. Een maker is empathisch, herkent kansrijke mechanismen voor verandering en durft te kiezen. Een maker is initiatiefrijk, heeft oog voor relevant toeval: het vinden van iets onverwachts en bruikbaar, terwijl de vinder op zoek was naar iets totaal anders. En de maker jaagt vernieuwing aan, bijvoorbeeld door het ontwerpen van co-creatieprocessen met relevante stakeholders op een domeinoverstijgende manier. Op het moment dat we in Nederland dit potentieel van het makerschap in volle omvang gaan herkennen en – net als zorgvuldigheid en vriendelijkheid – weer gaan zien als menselijke eigenschappen die we kunnen benutten in hoe we werken en samenleven, zijn we rijker toegerust om overweg te kunnen met de complexe problemen die we tegenkomen. De roep om creativiteit bij maatschappelijke veranderopgaven groeit. Er is bijvoorbeeld makerschap nodig van professionals in de zorg om met de zorgvraag van de toekomst om te kunnen gaan, voor de vele transitieopgaven die spelen op het gebied van ruimtelijke ordening en bij de aanpak van hedendaagse veiligheidsvraagstukken. Activisten laten steeds vaker van zich horen; een vorm van maakkracht waarbij publieke waarden worden geagendeerd door middel van performatieve acties. Om de nadelige gevolgen van polarisatie tegen te gaan is co-creatie nodig om de expertise van alle betrokkenen te kunnen benutten en te zoeken naar draagvlak.

Maakkracht is van onschatbare waarde op plekken waar maatschappelijke verandering nodig is. Maar het zit nu gevangen in het kunst- en cultuurdomein. Daarom is er in de samenleving en ook in het kunst- en cultuurdomein een cultuuromslag nodig. Bij een cultuuromslag sleutel je niet aan afspraken in systemen buiten mensen, maar verandert de houding binnenin mensen. Makerschap zit in mensen (in iedereen) in plaats van alleen in een kunst- en cultuurdomein.

Nieuwe waardering makerschap

Hoe creëren we een toekomst waarin makerschap gewaardeerd wordt als kwaliteit van iedereen om aan verandering te werken? Welke cultuuromslag is nodig? Ik doe hiertoe een aanzet:

Makers moeten aanspraak maken op budget dat bedoeld is voor het behalen van strategische maatschappelijke doelen, in plaats van een aanvraag te doen voor een kunst- en cultuurbudget.

Probeer in samenwerking met een organisatie of bedrijf uit de klassieke rolverdeling van opdrachtgever en opdrachtnemer te komen (zie Arkel et al. 2023). Complexe vraagstukken zijn een gezamenlijke opgave. Inventariseer waarin je elkaar aanvult (kwaliteiten, kennis, netwerken en dus ook middelen) en probeer het vraagstuk aan te pakken door de krachten te bundelen.

Creatieve professionals zijn in het huidige systeem gericht op het realiseren van projecten. Als veranderaar word je daarmee niet serieus genomen. Je loopt het risico dat je niet verder komt dan creatieve vingeroefeningen. Om tot een daadwerkelijk structurele verandering te komen, is er iets anders nodig dan het opschalen van projectresultaten. De uitkomsten van een project laten zich niet 'uitrollen' naar andere plekken. Het vraagt om een beweging, een cultuuromslag: om een nieuwe houding, nieuw gedrag, nieuwe routines en gewoonten voor een (steeds) grotere groep mensen vanuit een gevoel van eigenaarschap.

De roep om creativiteit bij maatschappelijke veranderopgaven groeit

Wees terughoudend met te zeggen dat je werkt aan een oplossing voor een probleem. Leg uit dat je feitelijk werkt aan een ruimte voor verandering. Een oplossing voor een probleem wordt vaak vooraf bedacht en dan moet er een plan van aanpak komen om dat in orde te krijgen. Iets wat waarschijnlijk zal mislukken in een snel veranderende omgeving met veel verschillende belangen. Als maker probeer je te bewerkstelligen dat een steeds grotere groep mensen het oude en vertrouwde gedrag durft los te laten en een nieuwe en onbekende omgang met het vraagstuk durft te omarmen. Je werkt iteratief. Je doet iets en daarna weet je pas wat de volgende stap moet zijn. Zo ontstaat er de ruimte voor iedereen om op een eigen manier een nieuwe omgang met het vraagstuk te vinden. Met deze werkwijze vanuit makerschap zijn er dus meerdere, niet te voorziene oplossingen mogelijk.

Er zou meer ruimte voor ideeën-leiderschap moeten komen in plaats van hiërarchisch leiderschap. Niet iemands positie, maar de kwaliteit van iemands voorstel is leidend. Pas dan ontstaat er meer ruimte voor het nieuwe in plaats van het zo risicool mogelijk behouden van het bestaande. Dit zorgt voor meer persoonlijke verbondenheid met het voorstel en dus ook voor aansprakelijkheid voor de uitkomsten daarvan. Daarvoor is een nieuw te ontwerpen governance-model nodig, dat ruimte biedt voor zowel autonomie als voor eigen voorstellen, experiment en ruimte voor proberen en falen.

Laten we iets anders verzinnen voor de kwantitatieve verantwoording die momenteel voorafgaand aan het maken van kunst moet worden afgelegd. De waarde van de inzet van de maker laat zich niet aflezen aan de meetbare resultaten: in de hoeveelheid activiteiten, het aantal downloads van een app of in de verkoop van nieuwe producten. En laat zich ook niet vooraf voorspellen. De waarde zit eerder in het ontdekken wat betrokkenen bij een vraagstuk belangrijk vinden en dat ze leren wat ze leidend kunnen maken in de nieuwe omgang ermee. Formuleer als maker zelf nieuwe indicatoren die laten zien dat er waarden gediend worden (ik hoorde laatst de inspirerende term ‘key value indicators’). Let op gedrag dat vertoond wordt als gevolg van het werk en wat eerder niet vertoond werd. Laat het verschil zien tussen het nieuwe en het oude gebruikelijke.

Om tot deze cultuuromslag te komen, is het goed om een nieuwe woordenlijst samen te stellen. Zo creëer je de mogelijkheid om voorbij bestaande betekenissen te komen en ruimte te maken voor nieuw gedrag en uitingen van de toekomstige praktijk.

Creatieve professionals werken vaak met beeldtaal: een taal die iedereen kan begrijpen en ondergaan. Het gebruik van beelden kan de samenwerking faciliteren tussen overheid, burgers, bedrijven en mensen uit verschillende domeinen. Maar wat is de beeldtaal die past bij deze toekomstige praktijk? Wat vinden we kwaliteit en waaraan lezen we dat af? Wat is het beoordelingskader voor een recensent voor een tentoonstelling of een voorstelling? Zijn dit nog geschikte vormen voor het overdraagbaar maken van je werk? Of is bijvoorbeeld een lerende gemeenschap een betere manier om de waarde van het werk te laten zien?

Een cultuuromslag vraagt om dragers van de nieuwe cultuur. Een beweging van mensen die dit voorstaan en zich op meerdere fronten manifesteren, binnen en buiten de cultuursector. Plekken waar kennis gedeeld wordt, waar het werk kan worden ervaren, ondergaan, gevoeld. Een discours met voorbeelden, helden, prijzen, rituelen en tijdschriften waarin hierover gepubliceerd wordt en waarin uitwisseling mogelijk is. •

Literatuur

Arkel, T. van en N. Tromp (2023) *Bouwen aan synergetische samenwerkingen: een onderzoek naar werken over grenzen in complexe veiligheidsvraagstukken*. Delft: University of Technology.

CBS (2021) *Monitor kunstenaars en andere werkenden met een creatief beroep*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.



Tabo Goudswaard is social designer, spreker en adviseur bij diverse ministeries, opleidingen en fondsen. Hij is mede-oprichter van de Sociaal Creatieve Raad en co-auteur van het boek *Maakkracht* (2022). Fotografie: Emilie Hudig