

column

# STEVE AUSTEN

## ALTIJD WAT ANDERS, ALTIJD HETZELFDE

**Nu de directie van de Efteling besloten heeft voortaan gekostumeerde bezoekers te weigeren, kun je je afvragen of hiermee niet het langzame maar onmiskenbaar naderende einde van de Efteling en soortgelijke vormen van cultuuroverdracht is ingezet. Het assertieve, van eigen kwaliteit overtuigde individu geeft al enige decennia de toon aan in de studies van marketeers en de werkplaatsen van de 'culturele industrie'. Niet voor niets vormt vanaf het ontstaan van deze en andere modieuze omschrijvingen van ordinare geldklopperij de wereld van de publiciteits-, advertentie- en reclameburo's de grootste leverancier van producten en projecten in de culturele bedrijfstak.**

Logisch als het begrip cultuur zodanig gedemocratiseerd is dat alles gedaan c.q. nagelaten moet worden om te suggereren dat

er in de kunsten, die voor het gemak ook maar tot de culturele industrie gerekend worden, een *hierarchy of values* zou bestaan. Heel verstandig, de potentiële consument van kunst- en cultuur mag natuurlijk niet afgeschrikt worden. Sterker nog, hij of zij moet het idee hebben er over te kunnen meepraten omdat tenslotte iedereen er verstand van heeft. Als ik Hans Onno van den Berg moet geloven, en dat doe ik want hij heeft er voor doorgeleerd, is de cultuurparticipatie van de Nederlandse burger tot ongekende hoogte gestegen. In zijn commentaar (*NRC Handelsblad*, 11 september 2014) op de pogingen van Melle Daamen (*NRC Handelsblad*, 21 en 28 augustus 2014) om zoiets als een cultuurdebat aan te zwengelen via twee volle pagina's in het *NRC*, legt Hans Onno onnadrukkelijk de vinger op de zere plek. Als er al een cultuurdebat gevoerd moet worden dan zal dat, rekening houdend met de inmiddels gegroeide praktijk, over veel meer moeten gaan dan de door Daamen genoemde kunstenaars en kunstinstellingen die op een of andere manier afhankelijk zijn van de subsidie-industrie. Daamens' eigen instelling, de Amsterdamse Stadsschouwburg, maakt daar deel van uit.

Het siert Daamen dat hij aandacht vraagt voor de factoren die het directe voortbestaan van de aanbieders en afnemers in het circuit van erkende musea, schouwburgen, concertzalen, gezelschappen en festivals bedreigen. De omgeving van deze instellingen verandert zo snel dat verdienmodellen van gisteren morgen passé zijn. Hoewel heel even aangeduid, focust Daamen niet voluit op de bepalende factor in dit veranderingsproces, namelijk het publiek. Te lang is 'Het Publiek' gezien als een volume-coëfficiënt, uitdrukkelijk niet als een toevallige verzameling individuen met ieder voor zich eigen appreciaties en waardenoriëntaties. De gerichtheid op de politiek en de overheid als voorwaardenschepper voor deze bedrijfstak die uit Daamens pleidooi blijkt, zal, hoewel begrijpelijk, niets opleveren indien niet ingezien wordt dat het draagvlak van

iedere kunstinstelling ligt bij het publiek. Het mobiliseren daarvan vereist kennis van iedere bezoeker persoonlijk; zijn voorkeuren, specifieke verwachtingen, werkkring etcetera.

Als er al een cultuurdebat gevoerd moet worden dan zal dat, rekening houdend met de inmiddels gegroeide praktijk, over veel meer moeten gaan dan de door Daamen genoemde kunstenaars en kunstinstellingen die op een of andere manier afhankelijk zijn van de subsidie-industrie.

In de Amerikaanse literatuur over het mobiliseren van individuele burgers bij het wel en wee van kunstinstellingen en culturele activiteiten is hierover het nodige te vinden. Al in de jaren zestig organiseerde de Boekmanstichting in samenwerking met enige Amerikaanse universiteiten hierover congressen en publicaties. Vooral de rol van de *family life cycle* in het gedrag van het publiek zou inmiddels het beleid van menig kunstinstelling hebben kunnen veranderen. Eerlijk gezegd is er weinig of niets van te bespeuren. Heel jammer, omdat integreren van deze kennis in het programma, de productie en het acquisitiebeleid van menige kunstinstelling zeker had kunnen leiden tot alle mogelijke vormen van burger-

participatie die nu volstrekt gemist worden. Enige recente pogingen in die richting uitgezonderd.

Wat heeft dit nu te maken met het thema van dit nummer? Laat ik er dit over zeggen: als u het met mij eens bent dat alle vormen van kunstbeoefening die een publiek nodig heeft gezien moeten worden in de cultuur van de tijd waarin zij plaats vinden, dan is anticiperen op de snelle veranderingen in de sociale omgeving van het individu zoals die al enige tijd plaats vinden een eerste vereiste. Dat betekent niet de artistieke kwaliteit verloochenen in de hoop meer publiek te trekken - integendeel - maar wel zorgen onderdeel te zijn van de belevingswereld van grote groepen potentieel publiek die zich meer en meer gedragen als culturele subjecten door zich te bedienen van uitingsvormen die tot voor kort het exclusieve domein van de kunsten waren. Indien, wederom volgens Hans Onno van den Berg, 90% van de Nederlanders op een of andere wijze participeert in een of andere vorm van kunst, dan ligt hier een enorm potentieel aan kennis, kunde en waardenoriëntaties braak. Potentieel dat, mits tijdig aangeboord, kan leiden tot werkelijk interessante en noodzakelijke nieuwe positionering van het bestaande bestel dat vervolgens allianties aan gaat met de verschijnselen die in dit themanummer aan de orde komen. Is dit nieuw? Geenszins, het is op zijn best een heroriëntatie en herwaardering van de potenties van een groeiende groep zelfkazers. Pioniers? Wellicht zijn de kunstinstellingen die dit avontuur aangaan wel de echte pioniers. Ik ben benieuwd. □



Dr. (H.C.) Steve Austen is visiting professor, consultant and publicist ([www.steveausten.nl/steve@steveausten.nl](http://www.steveausten.nl/steve@steveausten.nl)).