

ALL THAT DUTCH

Over internationaal cultuurbeleid

001



00/00

	All That Dutch	
	<i>Voorwoord</i>	004
	Traditie van innovatie	
	<i>Jan Hoekema</i>	006
002		
	Cultureel profiel	
	Een stevig kloppend kunstig hart	
	<i>Henk Pröpper</i>	010
	Kunst onder nationale vlag	
	<i>Valentijn Byvanck</i>	013
	Er is niet genoeg verlangen – gesprek	
	<i>Charles Esche</i>	019
	Tulpen en windmolens forever	
	<i>Aaron Betsky</i>	022
	Meer culturele instituten in het buitenland – gesprek	
	<i>Bert van Meggelen</i>	026
	Cultuur als dynamiek	
	<i>William Uricchio</i>	029
	Laat de telers komen – gesprek	
	<i>Jan Debbaut</i>	034
	Cultuur en politiek	
	Wederzijds engagement	
	<i>Ben Hurkmans</i>	038
	Een curator is geen politicus – gesprek	
	<i>Catherine David</i>	042
	Een valse start	
	<i>Dragan Klaic</i>	047
	Politiek en cultuur zijn nauwelijks te scheiden – gesprek	
	<i>Els van der Plas</i>	053
	Kunst als permanente vingerwijzing	
	<i>Jos de Putter</i>	056
	De luiken wijdoopen	
	<i>Boris Dittrich</i>	059
	Spring niet op de boot, maar zet hem zelf in gang – gesprek	
	<i>Chris Dercon</i>	063
Inhoud		
00/00		

Cultuur en economie

Living Apart Together <i>George Lawson</i>	068
Cultuur en creatieve economie <i>Rick van der Ploeg</i>	070
Bouwen aan creatief kapitaal <i>Joeri van den Steenhoven</i>	077
Wie is de Johan Cruijff van de Nederlandse rock-'n-roll? – gesprek <i>Mir Wermuth</i>	080
Dicht de kloof tussen kunst en commercie <i>Femke Wolting</i>	085
New Dutch Design: van binnenuit <i>Peik Suyling</i>	087
Gelukkig klinkt mijn naam niet Nederlands – gesprekken <i>Sydney Neter, Barbara Truyen, Wouter Barendrecht</i>	091

Internationale reflectie

Zonder buitenland geen binnenland <i>Gitta Luiten</i>	096
Visionair Nederland <i>Ann Demeester en Maria Hlavajova</i>	099
Reflectie? Welke reflectie? <i>Bas Heijne</i>	105
Tweemaal per maand internationaal theater – gesprek <i>Johan Simons</i>	108
Malaise als buitenkans <i>Thomas Michelin</i>	110
Altijd een vrijhaven – gesprek <i>Alida Neslo</i>	114
Cultuur in het echt – gesprek <i>Masuhiko Sato</i>	118

Het internationaal cultuurbeleid dat Nederland de afgelopen vijftien jaar heeft gevoerd staat ter discussie. De manier waarop ons land zich in het buitenland presenteert wordt niet meer als vanzelfsprekend effectief ervaren. In het kader van de Cultuurnota 2005–2008 staat dit onderwerp nu ook op de politieke agenda. De beslissende vraag is wat we waar moeten doen en waarom.

Nederland manifesteert zich in het buitenland als een bonte optelsom van internationale ambities van kunstenaars en kunstinstellingen, waarbij de overheid voornamelijk vraaggericht en voorwaardenscheppend te werk gaat. Maar is dit toereikend? Moet het internationaal cultuurbeleid niet ambitieuzer en resultaatgerichter zijn, met heldere doelstellingen en een weloverwogen inzet van een beperkt aantal middelen? Hoe ruim moet het doel van het beleid worden omschreven? Leggen politieke, economische en maatschappelijke motieven gewicht in de schaal of is het alleen cultuur die zwaar weegt? Met deze publicatie willen het Fonds voor Amateurkunst en Podiumkunsten, het Literair Productie- en Vertalingenfonds, de Mondriaan Stichting en de initiatiefnemer, de Stichting Internationale Culturele Activiteiten, de opinievorming over de Nederlandse internationale cultuurpolitiek bevorderen.

‘Wat moet Nederland waar doen en waarom?’ Die vraag hebben we voorgelegd aan kunstprofessionals, wetenschappers en beleidsmakers. Omdat het internationale culturele verkeer naast een inhoudelijke ook een politieke, maatschappelijke en economische betekenis heeft en de discussie over internationaal cultuurbeleid dus niet alleen in artistiek-inhoudelijke termen kan worden gevoerd, hebben we hen verzocht nader in te gaan op een van deze vier thema’s: Cultureel profiel, Cultuur en politiek, Cultuur en economie en Internationale reflectie.

Nederland heeft niet welbewust een eigen *cultureel profiel* opgebouwd in het buitenland. Moeten wij onze ‘Nederlandse identiteit’ tonen in het beeld dat wij internationaal van onszelf uitdragen? Is het, ook in het licht van de globalisering, zinvol te streven naar een algemene profilering van cultuur uit Nederland? En wat zijn de ingrediënten daarvoor? ‘Holland Imago’, ‘branding’, collectieve internationale marketing?

De belangen van *cultuur en politiek* kunnen tegengesteld zijn, omdat de culturele sector een eigen, en soms juist apolitieke, dynamiek kent. Hoe verhouden die verschillende belangen zich tot elkaar? Wanneer zijn ze complementair? Kan cultuur worden ingezet om de eenwording van Europa te bespoedigen of de contacten met islamitische landen te verbeteren?

De relatie tussen *cultuur en economie* en het kapitaliseren van creativiteit hebben in het Nederlandse cultuurbeleid tot nu toe weinig aandacht gekregen. Laat staan dat de internationale aspecten van deze relatie zijn doordacht. Welke disciplines zouden kunnen profiteren van een actief exportbeleid? Hoe moet het internationaal cultuurbeleid zich verhouden tot het economisch beleid? Hoe kan de internationale positie van onze

creatieve industrie verder worden versterkt?

Het is alsof de culturele wereld in Nederland de aansluiting bij internationale ontwikkelingen aan het verliezen is. Laten we ons zo door onszelf in beslag nemen dat we geen aandacht meer hebben voor wat er om ons heen gebeurt? Waarom is *internationale reflectie* belangrijk voor de aansluiting bij internationale ontwikkelingen en hoe kan die het beste plaatsvinden?

All That Dutch bundelt uiteenlopende gezichtspunten; geen pasklare antwoorden, maar individuele inzichten en opvattingen, sommige beschouwend en theoretisch, andere vooral praktisch en persoonlijk. Daaruit wordt duidelijk dat de deelname van Nederland aan de internationale culturele arena weliswaar niet onsuccesvol is, maar dat op meerdere punten beslist winst valt te behalen. Wat vooral opvalt is de noodzaak van een mentaliteitsverandering: het stimuleren van een opener en meer geïnteresseerde houding van de Nederlandse culturele wereld en het aanwakkeren van de drang tot pionieren. Een effectief internationaal beleid koestert diversiteit, houdt zaken in beweging en geeft ruimte aan het persoonlijk initiatief. In dat beleid, in de initiatieven die worden ondersteund, kunnen duidelijker, gedurfder en meer uitgesproken keuzen worden gemaakt.

Namens de redactie, **Taco de Neef** (Mondriaan Stichting)
en **Femke van Woerden-Tausk** (SICA)

Traditie van innovatie

‘Amber voelt zich een cultureel ambassadeur als ze in haar winkeltje in New York Nederlandse waren verkoopt aan ‘exquis geklede zakenmannen’, wat betekent dat ze de heren in krijtstreep voorziet van oliebollen, dropjes en spritsen.’

Een citaat uit een recensie in de Volkskrant van 8 april 2005 door Clara Strijbosch van het boek *De onfeilbare* van Claire Polders. De passage is interessant om de onuitroeibare stereotypen waarmee Nederlandse producten, en dan niet alleen molens, tulpen en kaas, worden neergezet als veelbelovende culturele exportitems. Toegegeven, oliebollen, dropjes en spritsen zijn zeker bijzondere vormen van cultureel erfgoed, die ik nog maar zelden in de literatuur over dit onderwerp tegenkwam.

In het internationaal cultuurbeleid, het onderwerp waaraan dit boek is gewijd, gaat het om export en import. Maar waarvan? Uiteraard van culturele uitingen in zowat alle mogelijke disciplines. Maar ook van beelden, profielen en imago's van ons land (en die van andere landen naar Nederland toe). Jan Debbaut, hoofd Collecties van de Tate Gallery in Londen, mag dan in zijn bijdrage aan dit boek stellen dat kunst ‘geen kaas of bloembollen is’, en daar heeft hij strikt genomen natuurlijk volkomen gelijk in, je kunt echter niet ontkennen dat het imago van ons land daar mede door bepaald is. Tijdens een onlangs door mij verrichte opening van de Kaasmarkt in Alkmaar stond het zwart van de buitenlanders met de camera in de aanslag. Weinigen van hen zullen daarna hun weg hebben gevonden naar het aardige nieuwe Stedelijk Museum (ontwerp van Meccanoo) op een steenworp daarvandaan.

Moeten we onze inspanningen om ‘high culture’ wereldwijd aan de man te brengen dan maar staken? Mij dunkt van niet. Laten we om te beginnen niet te krampachtig doen over die andere manieren van imagovorming. Die zijn alleen al gunstig om de toeristische, en dus economische, effecten – en die winst kunnen we als BV Nederland goed gebruiken. Kunstmatige combinaties van ‘high’ en ‘economic culture’ moeten we niet gaan nastreven. Terecht stelt Valentijn Byvanck, directeur van het Zeeuws Museum, in zijn bijdrage aan dit boek dat ‘politieke en zakelijke belangen enerzijds en cultureel aanzien anderzijds’ altijd zullen ‘schuren’. Dat is ook helemaal niet erg, als we die waarden maar goed uit elkaar houden. Dus wat mij betreft geen megakaravaans achter bijvoorbeeld een koninklijk bezoek met eerst een handelsmissie en dan in de bezemwagen nog wat cultuurdragers. De bijdrage van Rick van der Ploeg, hoogleraar economie in Amsterdam en Florence, aan dit boek laat zien dat er heel wat fijnzinniger kan worden nagedacht over ‘cultuur en creatieve economie’. Cultuur laat zich verrassend royaal op geldelijke waarde waarderen en blijkt een aanjager van de lokale, regionale en nationale economie. Is de tegenstelling tussen ‘instrumentalisten’ en ‘autonomen’ inzake de rol van cultuur in (buitenlands) beleid niet achterhaald? Zonder met te grote stappen snel thuis te willen zijn: is niet het etaleren, profileren en exporteren van kwaliteitskunst (en cultuur) op zichzelf al een vorm van de tegenwoordig zo hoog geprezen ‘public diplomacy’?

In het internationale cultuurbeleid figureren zowel ‘eigenzinnige hoogtepunten’ (Byvanck) als gevestigde namen. Verbindend element is denk ik kwaliteit. Die toets zal altijd noodzakelijk blijven, hoe lastig soms te operationaliseren ook. Maar nog altijd makkelijker

dan originaliteit of inventiviteit. Dat worden snel loze woorden. In het Nederlandse internationale cultuurbeleid gaat het dus om export en import van kwaliteit en, voeg ik toe, diversiteit. En daar wordt het interessant. Is Nederland niet al eeuwen lang een vrijplaats geweest waar culturen van anderen binnenkwamen, hier werden geïntegreerd en vaak weer geëxporteerd? Nederland Vrijhaven was zo'n tien jaar terug de leuze van staatssecretaris van Cultuur Aad Nuis. We hebben echter nog geen algemeen aanvaard, lekker bekkend nieuw paradigma. Hier werkt de tijdgeest niet in ons voordeel. Ons wereldbeeld is meer gesloten geworden sinds 2001. Dat is niet verwonderlijk, maar wel verontrustend. De identiteit van Nederland is op drift, nu de makkelijke dan wel politiek-correcte integratiemantra's niet meer blijken te kloppen en we toch moeten leren leven met een sterk veranderd en verkleurd Nederland. In het culturele domein worstelen we daar ook mee. Marokkaanse schrijvers als Kader Abdolah en anderen worden bijna doodgeknuffeld, Marokko en Turkije zijn als herkomstlanden 'prioritair' in het internationale cultuurbeleid, en diversiteit wordt beleden. Geen witte eenheidsworst vanachter de geborgenheid van de grachtengordel. Maar wat het wel moet zijn is minder duidelijk. Tegen die verwarrende achtergrond – of zelfs 'malaise als buitenkans' (Thomas Michelin, cultureel attaché bij de Franse ambassade) – moeten we ons een weg zoeken in het internationale cultuurbeleid. Helemaal nieuw? Welnee, absoluut niet. Laten we vooral trots zijn op die internationale cultuur, en op datgene wat ten grondslag ligt aan ons internationale cultuurbeleid. In zijn bijdrage aan dit boek wijst Aaron Betsky, directeur van het NAI, ons de weg naar nieuw zelfvertrouwen. We mogen dan nog niet helemaal een nieuwe identiteit paraat hebben en bang zijn voor buitenlanders, Europa en Poolse loodgieters, Nederland slaat geen gek figuur buiten de grenzen. Dat vind ik, en dat vinden ook de meeste auteurs van het boek, een uitzondering als Jan Debbaut die Nederland verliet daargelaten. Is er reden voor die trots? Mij dunkt van wel. Het systeem van cultuursubsidies voor de internationale presentie en profilering zoals dat sinds het midden van de jaren negentig functioneert is bepaald niet slecht georganiseerd, en wekt bij veel landen, van Slovenië tot oudere EU-leden, jaloezie op. Toegegeven, we hebben geen British Councils, Goethe Instituten, Cervantes-huizen of Maisons Descartes, maar wel een goedlopend stelsel van door de ministeries van Buitenlandse Zaken en Onderwijs, Cultuur en Wetenschap gezamenlijk beheerde grote subsidies (de beroemde of beruchte HGIS-C) en kleinere bijdragen van de twee ministeries afzonderlijk. Alles bij elkaar gaan er internationaal enkele tientallen miljoenen euro's om, bij overheid en bij fondsen en instellingen, en dat is niet mis. Doordat we de aanzienlijke kosten die zijn gemoeid met stenen, overhead enzovoort van de instituten missen (al heeft Nederland er wel drie, en nog wat belendende percelen via de wetenschappelijke instituten van de universiteiten), kunnen we flink wat 'value for money' scheppen met gerichte subsidie voor intensivering en profilering van culturele activiteiten in het buitenland en – toegegeven, in mindere mate – import van hoogwaardige buitenlandse cultuur. Dat is niet altijd een gelopen race in de argumentatie. Een klassiek voorbeeld daarvan vind ik nog altijd de departementale aarzeling bij de toekenning van een subsidie in het kader van HGIS-C aan Viktor en Rolf voor een tentoonstelling in het Modemuseum van het Louvre, waarbij als argument werd aangevoerd dat 'die jongens toch wel genoeg geld verdienen'. Gelukkig werd de subsidie na enig argumenteren wel toegekend.

In een grote verscheidenheid van disciplines, van design en mode tot architectuur en moderne muziek, vervult Nederland een leidende rol. Andere sectoren, zoals beeldende kunst, doen het in de ogen van menig waarnemer iets minder, maar ook daar aan grote namen geen gebrek. Het eerste kunstwerk dat ik onder ogen kreeg in het prachtige

gebouw van het hooggerechtshof in Johannesburg was er een van Marlene Dumas. Trots? Ja, trots, en zelfs een beetje oranjegevoel. Waarom niet. Dat gevoel heb ik ook bij het Nederlands Dans Theater of het Koninklijk Concertgebouworkest, al is van de uitvoerenden maar een kleine minderheid Nederlands.

Dit prikkelende boek bevat een breed scala aan opvattingen en wensen over het internationale cultuurbeleid. Leidraad is, zo lijkt het, het motto 'de luiken wijdopen' (Boris Dittrich, fractievoorzitter van de Tweede Kamerfractie van D66), met als goede tweede, ex aequo, de wil tot het 'experiment' (Charles Esche, directeur van het Van Abbemuseum) en het inzetten op 'eigenzinnige hoogtepunten'. Ik ben vooral uiterst benieuwd hoe het met dat tweede motto zal aflopen, want de makkelijk uitgesproken opvatting van Charles Esche dat een opdracht aan een museum zou kunnen worden gewijzigd van het trekken van publiek in het 'vergroten van het verbeeldend vermogen in de regio' lijkt mij in te gaan tegen een aantal uitgangspunten van dit kabinet en meer in het bijzonder de staatssecretaris voor Cultuur. Gelukkig is Eindhoven een gezonde en veelbelovende economische regio.

Dit boek stelt ons weer eens voor de intrigerende vraag hoe mensen naar ons kijken en behoedt ons voor zelfgenoegzaamheid. Voor dat laatste is zeker geen reden. Feit is dat de internationale dimensie van kunst en cultuur onder druk staat en dat de discussies over cultuurbeleid tamelijk nationaal of regionaal van karakter zijn. Daar is niets mis mee zolang het besef behouden blijft dat er veel boeiends buiten onze grenzen gebeurt, en dat de wisselwerking tussen het buitenland en Nederland positief kan uitpakken. Ons land heeft van oudsher veel te bieden aan de wereld, maar er ook veel te halen: 'Nederland Vrijhaven'. Na alles wat er is gebeurd in de maatschappij hier en elders, lijkt dat bijna een ouderwets begrip, maar dat is het niet. Als dit boek een bijdrage levert aan de gedachtevorming over een gastvrij, modern, creatief en innovatief Nederland, prima. Kritische spiegel, ook prima. En de prijsvraag over een nieuw leidend beginsel, als 'vrijhaven' wat sleets aandoet, moet dan maar eens worden gehouden. Ik stuur alvast een onvolmaakte inzending naar de jury: traditie van innovatie.

Jan Hoekema is sinds 2003 directeur Onderwijs, Onderzoek en Cultuur en ambassadeur Internationale Culturele Samenwerking bij het ministerie van Buitenlandse Zaken. Van 1994 tot 2002 was hij lid van de Tweede Kamerfractie van D66.

Cultureel profiel

009

Cultureel
profiel

01 - 07/28

Een stevig kloppend kunstig hart Cultureel profiel

010

Cultureel
profiel

Inleiding door Henk Pröpper

01/28

Zoals Susan Sontag in haar essay *Illness as Metaphor* grandioos ontrafelde, bestaat de neiging landen te beschouwen in het licht van ideeën over ziekte en gezondheid. Zo zijn er in de beeldvorming gezonde landen en zieke landen. Uiteraard is dat geen statisch fenomeen: gezonde landen kunnen ziek worden. Nederland werd in het recente verleden al eens gezien als de haard, de broedplaats van de ‘Hollanditis’. Volgens sommigen een kwaal die voortkwam uit morele zwakte en een gebrekkige visie op de grote wereldpolitiek; volgens anderen een juist gunstige aandoening die gezond inzicht bracht en mede bijdroeg aan ontspanning tussen Oost en West. Ziekte blijkt een verschijnsel dat verschillend gediagnosticeerd kan worden. De volgende vragen rijzen dan: moeten er medicijnen worden toegediend (zalvende woorden, paardenmiddelen), is de ziekte besmettelijk en moet die dus met alle middelen worden bestreden, of is de ziekte eigenlijk een teken van gezondheid, is die een vorm van zelfreiniging?

De Hollanditis werd destijds door de haviken aan de overzijde van de oceaan als een bijzonder gevaar beschouwd, ernstig besmettelijk. De ruggengraat van het westen werd erdoor aangetast – en die verwekelijking werd overigens in Nederland ook aangetroffen op allerlei andere terreinen dan de geopolitieke analyse: in het gedoogbeleid en de vrije zeden lagen reeds de kiemen voor de geconstateerde morele weekheid. Uit de wijze waarop deze beelden worden gefabriceerd blijkt ook dat de neiging bestaat dit soort analyses totalitair te laten zijn: ze beschrijven het geheel en alle slechte eigenschappen die aan een land worden toegeschreven komen voort uit die gruwelijke aandoening. Ziek en week (decadent) staan tegenover sterk en gezond (vitaal). Zo kan Duitsland in een periode de zieke oude man van Europa worden genoemd, maar dit lot treft ook Frankrijk, zelfs Europa in zijn geheel wordt nu geassocieerd met ouderdom en ziekte.

In de jaren negentig van de vorige eeuw gold Nederland als kerngezond. Dat vond Nederland zelf (‘het gaat fantastisch met ons’), maar ook de buitenwereld was onder de indruk van de jeugd, de vitaliteit, de alomtegenwoordigheid van Nederland. Nooit eerder werd er in Duitse, Franse en Amerikaanse kranten zo positief over Nederland geschreven, en misschien, zo leek men te denken, school er in die vreemde karakterzwakte van de gedoogcultuur wel een geheime kracht. Het bijzonder gunstige economische klimaat werd, ook in de Nederlandse beeldvorming, tamelijk eendimensionaal maar wel buitengewoon helder gekoppeld aan het idee van het poldermodel: met een beetje wil is alles te maken. Een wondermiddel heette het in de hele wereld. Een wondermiddel waarmee bovendien op alchemistische wijze onze geschiedenis, onze ligging, onze strijd tegen het water te gelde werden gemaakt: van modder goud. Klassieke beelden werden al in het woord ‘poldermodel’ zelf verankerd, en gekoppeld aan het moderne idee van dialoog en uitwisseling. Geschiedenis, heden en toekomst leken gelukkig samen te vloeien. In Nederland ging de zon niet onder.

Het is niet toevallig dat er in die periode belangstelling ontstond voor ‘public diplomacy’, Nederland had immers goede boodschappen te vertellen en hoorde een zekere messianistische instelling niet altijd al bij ons? Wie, zo werd gedacht, wil er geen gezonde en helende Messias ontvangen – ook gezondheid is besmettelijk.

In dit licht ontstond het idee om het experimentele Nederland, het maatschappelijk

laboratorium Nederland, te verbinden met de ongekeerde innovatieve kracht die Nederland kenmerkt(e) in de kunsten, speciaal in de architectuur, de mode, de fotografie, de vormgeving. Alsof de inrichting van Nederland een groot concept was, waarin wetgeving, opinievorming en artistieke schepping hand in hand gingen. En dat bovendien zichtbaar en grijpbaar voor alle burgers, een superdemocratie. En voor het eerst kwam Nederland in de buurt van het begrip ‘branding’, culturele profilering.

Hoe gezond kan men worden?

En toen werd Nederland opnieuw geslagen door ziekte, of eigenlijk staken ziekteverschijnselen de kop op die na een lange, merkwaardig genoeg onopgemerkt gebleven incubatietijd, uiterst gevaarlijk bleken. Nooit is er hysterischer gereageerd op deze nieuwe toestand dan nu. De zo geprezen opinievorming bleek een stinkende luchtbel vol meningen. De eenheid en het democratisch besef ver te zoeken. Het poldermodel ten einde. Nieuw aan deze Hollandse ziekte is dat die nu eens door iedereen wordt geconstateerd, in binnen- en buitenland, en de klungeligste kwakzalvers voeren daarbij, zeker in Nederland zelf, de boventoon, waardoor de koorts eerder oplaait dan dat de oorzaak van de koorts wordt aangepakt. En zoals altijd wordt er, in blinde paniek, van de kunsten onmiddellijk een meer maatschappelijke instelling en een hoger maatschappelijk gehalte gevraagd: want waar elders is er redding te zoeken? Waar is het medicijn?

Het is in dit klimaat dat wij nu spreken over culturele profilering en de internationale dimensie van Nederland. En eigenlijk komt dat hoogst gelegen. Want zonder de hier beschreven pendule van opkomst, bloei en verval, ziekte en gezondheid als maat te willen nemen – het is vaak nuanceloze beeldvorming –, concludeer ik uit de verschillende bijdragen in dit hoofdstuk dat de meeste auteurs de huidige tijd en het huidige beleid inderdaad in mineur beschouwen. Alleen Aaron Betsky, directeur van het NAI, gaat in zijn bijdrage uit van het klassieke idee van de maakbaarheid van de cultuur en ziet in Nederland een krachtig samengaan van opdrachtbeleid en artistieke prestaties. Hij benadrukt het bijna principieel artificiële van ons landschap en onze samenleving, en ziet daarin een grote vitaliteit – architectuur en vormgeving vormen daarvoor bij hem het vertrekpunt. Met uitzondering van die van Bert van Meggelen, directeur van Stichting Maatwerk, zijn alle overige bijdragen in deze sectie geschreven door specialisten op het gebied van de beeldende kunst. Dit kleurt het beeld van Nederland naar mijn gevoel negatiever dan noodzakelijk. Puur artistiek beschouwd wordt er, denk ik, in Nederland veel belangrijks tot stand gebracht in tal van disciplines; ook is het onmiskenbaar dat er de laatste vijftien jaar een enorme aanwezigheid van Nederlandse kunst en kunstenaars in het buitenland is geschapen. Sterk uitgaande van de intrinsieke waarde, de autonomie van het kunstwerk beschouwt men daarbij een meer algemene (Nederlandse) profilering als onbelangrijk of zelfs onwenselijk. De gedachte dat sommige kunsten mede daardoor wellicht te zeer – en zelfs gelegitimeerd – zijn losgezongen van de werkelijkheid, en dat meer werkelijkheid een plaats zou mogen vinden in de artistieke creatie, ondersteun ik. Daarbij zou het echter minder moeten gaan om (straat)rumoer dan om een wereld die tot denken zet over de onze.

In de meeste bijdragen in dit hoofdstuk wordt gewezen op het spook van de provincialisering dat Nederland bedreigt. Nederland is weliswaar zeer internationaal georiënteerd, maar alleen voor zover het gaat om het exporteren van kunst. Veel export, weinig import, weinig wezenlijke deelname in het internationale discours, zo kan men dit hoofdstuk samenvatten. Jan Debbaut, hoofd Collecties van de Tate Gallery in Londen,

meent dat er in Nederland wel veel goede kunst wordt gemaakt, maar dat Nederland internationaal niet bestaat. Er is geen profiel. Nederlandse critici spelen, zegt hij, internationaal geen rol van betekenis; te weinig wordt er deelgenomen aan internationale netwerken. In de internationale opinievorming zijn Nederlanders afwezig. Daaraan gekoppeld wordt door onder anderen Charles Esche, directeur van het Van Abbemuseum, het idee dat er in Nederland zelf veel te weinig gebruik wordt gemaakt van de aanwezigheid van buitenlanders. Als ze eenmaal zijn uitgenodigd, worden ze als het ware gedoopt en krijgen ze nauwelijks ruimte zich te profileren. Het Nederlands cultureel profiel zou gebaat zijn bij meer gastvrijheid en een sterkere interesse in de opvattingen van buitenlanders over (de ontwikkeling van) onze cultuur.

Esche constateert ook een zekere morositeit, een cultuur van zelfkastijding en te ver doorgevoerde introspectie. Ook zou het experiment te weinig kans krijgen. Die gedachte sluit aan bij het inzicht van Valentijn Byvanck, directeur van het Zeeuws Museum, dat we wanneer we uitgaan van een Nederlands cultureel profiel de uitvoer van eigenzinnige hoogtepunten centraal zouden moeten stellen. Ofschoon hij van mening is dat kunst en identiteit niet zouden moeten worden verstrengeld, zou een fijnzinnige fictie van een aantal samenhangende beelden toch kunnen helpen bij het uitdragen van de Nederlandse cultuur. De schepping van enkele nieuwe clichés in een poging ook het afwijkende, vooruitstrevende en vernieuwende te koesteren, daar zou Byvanck niet tegen zijn. Bert van Meggelen pleit voor instituten en symbolen, dat wil zeggen voor een grote fysieke en spirituele aanwezigheid in het buitenland en beelden die een verhaal over ons land vertellen. Hij noemt bij voorbeeld de Rotterdamse Erasmusbrug (de Zwaan) van ontwerper Ben van Berkel als mogelijk symbool. Kunst mag echter geen 'opleukend' element zijn, een opvatting die door iedereen wordt gedeeld.

Zoals ik met mijn inleidende alinea's heb willen duidelijk maken ontstaan beelden en verhalen over landen als vanzelf, het zijn min of meer samenhangende ficties die bedoeld en onbedoeld tot stand komen. Ofschoon wij daar zelf niet van overtuigd zijn heeft Nederland internationaal voor een klein land een vrij sterk profiel, aan weinig landen is zoveel gezondheid en ziekte gekoppeld. In de bijdragen in dit boek wordt echter het cultureel profiel als weinig ontwikkeld beschouwd. Het streven naar een gezond cultureel profiel zonder te investeren in een waarachtige internationalisering van onze cultuur beschouw ik als een heilloze weg. De mogelijkheid zelf beelden te scheppen moet niet worden overschat: beelden kleven aan je. Je kunt ze echter wel beïnvloeden en daartoe is een grotere openheid tegenover het buitenland noodzakelijker dan een amechtig speuren naar identiteit. Als het zo is dat de maakbaarheid van onze samenleving een samenhangende fictie is die leidt tot voortdurende innovatie en tot openheid tegenover de opvattingen en inzichten van buitenlanders, dan is er weinig tegen die mythe van de jaren negentig. De auteurs in dit hoofdstuk pleiten wel voor een fijnzinnige omgang met beelden. Daarbij moet worden uitgegaan van artistieke kracht. Profileren zou dan onder meer kunnen worden gezocht in artistieke conceptualisering van presentaties: statelijke manifestaties met een stevig kloppend kunstig hart. Een cultureel profiel bereik je echter ook door veel meer te investeren in deelname op internationaal niveau: in geëigende netwerken, in de opinievorming.

Henk Pröpper is directeur van het Nederlands Literair Productie- en Vertalingenfonds. Van 1998 tot 2003 was hij directeur van het Institut Néerlandais in Parijs. Hij publiceerde onder meer een roman en een essaybundel, en schreef voor kranten en tijdschriften.

Kunst onder nationale vlag Over kunstbeleid en nationale identiteit

Voor een goede analyse van het Nederlandse internationale cultuurbeleid is zuivere definitievorming een eerste vereiste. 'Internationaal cultuurbeleid' is een misleidende term voor een ongeordende verzameling beleidsprogramma's gewijd aan de door de overheid gestimuleerde kunstpromotie in het buitenland. De term 'cultuur' is te ruim voor dit beleid, aangezien de Nederlandse cultuur alles omvat wat zich binnen de geografische grenzen van dit land afspeelt. De term 'internationaal' veronderstelt dat met andere landen wordt onderhandeld over de uitgangspunten en vorm van dit beleid, terwijl het slechts betrekking heeft op de door Nederlandse beleidsmakers vormgegeven promotie van kunst(producten).

Deze promotie vindt altijd plaats in een identiteitskader. Kunst die onder een nationale vlag wordt uitgevoerd roept vanzelf de vraag op wat het werk en de vlag met elkaar van doen hebben. Dat geldt voor alle Nederlandse export, voor kaas, waterwerken en zelfs tolerantie. Maar bij de kunst is het verband pregnanter. Misschien komt dit door de eeuwenoude vertogen over de landsaard geïllustreerd met voorbeelden uit de zeventiende-eeuwse schilderkunst. Zeker is dat we aan kunstwerken meer zeggingskracht toedichten dan aan andere producten. We geloven dat kunst iets wezenlijks zegt over onszelf en het vaderlandse eigene.

Ik vermoed dat deze verstrengeling van kunst en identiteit de misleidende term 'cultuurbeleid' veroorzaakt heeft. Men heeft het gevoel dat met de uitvoer van kunst ook iets groters, een brok van onze cultuur, wordt meegegeven. Toch is het een misvatting te denken dat het beleid zich om deze reden actief met identiteitsvorming dient bezig te houden. Kunst laat zich vaak het beste als een verzameling hoogtepunten exporteren. Historici kunnen daar achteraf identiteit uit distilleren.

De term 'identiteit' beheerst het denken over het huidige Nederland. Het land zet zijn eerste onzekere stappen op weg naar een multiculturele samenleving. De gedwongen omgang met bevolkingsgroepen met een andere levenshouding, smaak en religie brengt voortdurend conflicten. De ruziemakende partijen vinden hun legitimatie zonder uitzondering in het discours over identiteit. Dit discours wordt in alle geledingen van de samenleving gevoerd, soms door de uitvergroting van de verschillen tussen een denkbeeldig wij en zij, andere keren door de roep om een historische canon waarmee Nederlanders en 'medelanders' aan een gemeenschappelijk verleden kunnen worden gebonden.

De roep om een canon behoort tot de steeds terugkerende rituelen van de natievorming. Alle natievorming bedient zich van een aantal zorgvuldig uit een enorme hoeveelheid verhalen en gewoonten gedistilleerde ficties. Deze ficties, door de historicus Eric Hobsbawm accuraat 'invented traditions' genoemd, worden door de jaren steeds bewerkt en verfiend in een door allerlei groepen bevochten belangenstrijd. Het resultaat is een voor ons vanzelfsprekend nationaal beeld. De historicus Hugh Trevor-Roper beschrijft in dit verband de wijze waarop de Schot, zijn kilt en de doedelzak bij elkaar zijn gaan horen. Naarmate de nationale identiteit aan overtuiging won, werd de toevallige historische

samenkomst van de attributen uitgewist. Samen met de bijbehorende feestdagen en vlagvertoon werden de kilt en de doedelzak symbolen van een nationale gemeenschap. Dit soort gemeenschapsverhalen behoort tot de meest overtuigende ficties van de moderne wereld.¹

De ficties zijn voor ons laagland gemakkelijk te benoemen. Nederlanders zijn nuchter, hardwerkend, handelsgezind en tolerant, wars van frivoliteit, recht door zee. De exportsymbolen van deze nationale eigenschappen: klompen (nuchter in de klei), bloemen (superboeren) en gedoogbeleid (tolerantie), worden overal herkend als Nederlands erfgoed.

Dienden deze ficties oorspronkelijk om de eigen groep te definiëren en te binden, nu zijn ze vrijwel uitsluitend gericht op de beïnvloeding van de buitenwereld. De fictie heeft een officiële titel gekregen, ‘branding’, een vorm van nationale zelfpromotie waarmee een land als een product in de markt wordt gezet. Deze identiteitsreclame maakt Nederland geschikt voor de export in enkele aansprekende beelden die de internationale verwachtingspatronen bevestigen.

De reden voor branding is het kweken van goodwill. Kleine fototentoonstellingen bij een diplomatiek bezoek, een opvoering voorafgaand aan een internationaal congres, ze vormen de ‘highbrow’ equivalenten van het Holland House dat elke buitenlandse festiviteit opluistert met haring, kaas en Zeeuwse meisjes en de vele exportverpakkingen in Delfts blauw of met een reproductie van een Vermeer. De buitenlandse politiek poldert in deze beelden, de zakenman handelt erin. De doelstelling voor beiden is herkenbaarheid en instemming. De gewraakte uitspraak van de voormalige bewindsvoerder Elco Brinkman dat cultuur een glijmiddel is voor de politiek heeft niet aan waarde ingeboet. Er lijkt haast geen betere reden om onze kunst te exporteren dan om goodwill te kweken die Nederland op een ander vlak zal kunnen gebruiken. In de buitenlandse politiek is kunst de voortzetting van diplomatie met andere middelen.

De hier gehuldigde opvatting over kunst staat echter lijnrecht tegenover het beeld dat in de kunstwereld wordt gepropageerd. De door zakelijke en politieke belangen gestuurde opvatting is dat kunst verbindt; dat zij mensen samenbrengt, verschillen overbrugt en welzijn bevordert. Deze opvatting werkt normatief en beklemt een statisch, traditioneel en eenvormig beeld. In de opvatting van de kunstwereld daarentegen is kunst veranderlijk, vernieuwend en veelvormig. In deze opvatting kan kunst weliswaar mensen samenbrengen en verschillen overbruggen, maar ze kan ze ook scheiden en tegenstellingen verscherpen. Kunst kan troosten en behagen, maar ook pijn doen, verontrusten en beledigen. Het spreekt voor zich dat dit pluriforme beeld vloekt met de idee van een eenduidige nationale cultuur.

Het creatief omgaan met de spanning tussen beide kunstopvattingen is een voorwaarde voor een vruchtbaar kunstbeleid. Daarbij moet het twee parallelle strategieën hanteren. Aan de ene kant moet het niet schuwen Nederlandse clichés te gebruiken in de promotie van nieuwe cultuuruitingen. De buitenwereld begrijpt zaken die passen in het dwingende beeld dat eeuwenlange omgang heeft gevestigd. Goed beleid speelt hiermee door de bestaande beelden niet te negeren of tegen te gaan, maar ze met grote elasticiteit te nuanceren. Aan de andere kant moeten ambtenaren, beleidsmakers en fondsen de kunst

die zich niet in bestaande conventies laat inpassen koesteren en aanprijzen als even waardevolle loten van de Nederlandse cultuurstam. Het is vooral kunst uit de laatste categorie die het buitenlandse beeld van de Nederlandse cultuur verrijkt en daarmee bijdraagt aan een meer gevarieerd idee van de Nederlandse identiteit.

Het kan geen verrassing zijn dat het meest succesrijke Nederlandse kunstbeleid voortborduurde op oude reputaties. Sinds de zeventiende eeuw heeft Nederland een formidabele naam op het gebied van schilderkunst. Duizenden mensen over de hele wereld houden zich bezig met de studie van de schilderkunst uit de Gouden Eeuw die, zo is de conventie, gericht op het alledaagse en wars van grote gebaren en esthetische overdrijving, van een bijzonder realisme getuigt. Die reputatie heeft zich door de eeuwen uitgebreid tot vrijwel alle schilderkunst. Bij Van Gogh roemt men de aandacht voor het alledaagse, bij Mondriaan de nuchterheid en rationaliteit. De ingrediënten van deze reputatie zijn ook onmiskenbaar onderdeel geworden van andere disciplines. De Nederlandse architectuur en vormgeving staan bekend als functioneel, vrij, zelfbewust over hun kunstmatige karakter maar zonder franje en neomodern. De Nederlandse film en fotografie varen mee op dezelfde stroom: beide met de nadruk op het documentaire genre, waarin dezelfde aandacht voor alledaagse realiteit en zuinige verbeelding domineert.

Bovenstaande voorbeelden passen goed bij onze nationale ficties. Niets verkoopt gemakkelijker in het buitenland dan Dutch Painting, architectonisch (super)modernisme en functioneel design. Het zou een eerste klas diplomatieke en zintuiglijke blunder zijn om deze uitingen van onze cultuur geen bevoorrechte positie te geven in het buitenlands kunstbeleid.

De uitvoering van de tweede strategie ligt moeilijker. Het vele malen herhalen van dezelfde nationale ficties heeft de wereld ongevoelig gemaakt voor alternatieven. Dat Nederlanders soms betere muziek dan beeldende kunst maken, dat ze danstheater en mode produceren naast fotografie en behalve rekeningen ook literatuur schrijven, het zal er bij buitenlanders moeilijk ingaan. Zoals de grote buitenlandse onthutsing over tekenen van de Nederlandse intolerantie recentelijk toonde, sterven nationale ficties, ondanks eindeloze tegenvoorbeelden, zeer langzaam.

Van sommige van deze 'andere' kunstuitingen is het goed denkbaar dat ze in de marge van de conventie worden ingepast. De Amsterdamse School in de architectuur, Carel Willink in de beeldende kunst, Orkater in het theater, Viktor en Rolf in de mode en Geert Mul als vj en computer- en videokunstenaar kunnen gemakkelijk worden gepresenteerd als uitzonderingen die de Hollandse regel bevestigen.

De vraag is echter wat te doen met Nederlandse kunst die niet past in de rolbevestigende branding, die dwars ingaat tegen de politieke opvatting dat cultuur verbindt en die zich niet laat combineren met zakelijke en politieke belangen. De in de internationale kunstwereld geroemde schilderijen van Kiki Lamers, onlangs voor het Franse gerecht gedaagd om vermeende pornografische praktijken, zullen niet snel in een Holland House worden opgehangen. De verzamelde stukken van Theo van Gogh zal men niet graag vertalen om rond te delen op een internationale topontmoeting. De werken zijn ongeschikt voor het lubriceren van de internationale betrekkingen. Moet men ze daarom links laten liggen?

Deze kunstenaars en hun werken vormen een belangrijk onderdeel van het Nederlands cultuurgood. Sterker nog, ze geven vaak belangrijke betekenis aan het binnenlandse cultuurbeeld omdat hun reputatie los van zakelijke of politieke belangen binnen de disciplines beeldende kunst, theater, film enzovoort, is gevormd. Als er Nederlands prestigie mee vergaard wordt, zal dit vooralsnog vooral binnen de kunstwereld zelf gelden. Maar op den duur verwerven deze kunstuitingen de grootste reputatie. Ze laten zich niet verbinden met andere gebieden, maar leggen de kiem voor een nieuw cultureel aanzien dat op den duur identiteitsverschaffend werkt.

De beste voorbeelden groeien uit tot tegenficties. In Nederland moet men voor een dergelijk voorbeeld een uitstapje buiten de kunstwereld maken naar het Nederlandse voetbal, dat al decennia lang geroemd wordt om zijn zwerige schoonheid, verbeeldingskracht en technische verfijning: de Brazilianen van Europa! De buitenlandse waardering voor eigenschappen van het Nederlandse voetbal die men binnen en buiten dit land als on-Nederlands beschouwt, heeft een binnenlandse bekering teweeggebracht. Het Nederlandse publiek ziet zijn elftallen liever mooi verliezen dan lelijk winnen. Resultaatgericht werken, franjeloze degelijkheid, bijna niemand loopt er warm voor als het gaat om het Nederlandse voetbal.

In de Europese kunstwereld zijn soortgelijke voorbeelden te vinden. In de jaren negentig werd de Engelse beeldende kunst opgeschrikt door de liefkozend genoemde Britpack met Damien Hirst, Tracy Emin en Sam Taylor-Wood. Gevoed door grote investeringen van de handige zakenman en superpromotor Charles Saatchi veranderde hun werk in één klap de suffe en stijve reputatie van de Britse kunst voor de komende decennia. Engelse kunstenaars werden hot, sexy kunstzines en East End galleries schoten als paddestoelen uit de grond. Iedereen begreep dat de Engelsen iets voorstelden in de beeldende kunst. Ongeveer in dezelfde periode werd in Denemarken de Dogmagroep opgericht door onder anderen de regisseurs Lars von Trier en Thomas Vinterberg. Hun nieuwe vorm van 'direct cinema', die zich ten doel stelde de rauwe, zonder effecten verfraaide of gedramatiseerde werkelijkheid te tonen, richtte alle ogen op Denemarken.

Nu kan men erover twisten in hoeverre deze voorbeelden werkelijk blijvende tegenficties zijn die in een toekomstig geschiedenisboek over de twintigste eeuw kunnen worden gebruikt om iets over de identiteit van de Nederlanders, Engelsen of Denen te zeggen. We kunnen dat eenvoudigweg nog niet zeggen, omdat de 'invention' nog geen 'tradition' geworden is. De relatie tussen kunstuitingen en het land van oorsprong is, in tegenstelling tot wat we onszelf steeds vertellen, niet zo zeer natuurlijk of authentiek, als wel aannemelijk, belangrijk, interessant of profijtelijk voor een bepaalde groep. Toekomstige generaties zullen uitwijzen of de nieuwe reputaties bekliven, dat wil zeggen gezien worden als iets dat vanzelfsprekend hoort in het nationale beeld.

Het aandeel van de overheid in het scheppen van deze culturele tegenficties is zeer gering. Ook de verspreiding van deze werken ligt niet in handen van de overheid. In tegenstelling tot de houding van de Nederlandse diplomaat die wegloupt met het virtuoze voetbal uit zijn land, stel ik me trouwens voor dat de respectievelijke buitenlandse attachés van Engeland en Denemarken niet in de rij staan om hun land te identificeren met het bevulde bed van Tracy Emin of de even beroemde incestfilm *Festen*. Maar de beide kunstuitingen hebben de landen van oorsprong niet alleen grote reputatie gebracht.

Ze hebben ze ook de kans gegeven om bestaande nationale conventies te nuanceren. En hierin kan de overheid een stimulerende rol spelen. Zij kan internationale aandacht vragen voor kunst die niet het succes van de Britpack kent en dat misschien nooit zal kennen. Die aandacht moet dan nadrukkelijk worden gevraagd buiten de identiteitskaders die deze kunst een nationaal stempel geven. Daartoe dient de overheid een niet-normatieve, dynamische definitie van kunst te aanvaarden. Voorts zal zij een promotionele route moeten uitstippelen die, los van politieke en zakelijke belangen, vertrouwt op de appreciatie van het cultuurveld zelf. Dat veld biedt allerlei beoordelingsinstanties van kunst. En hun oordelen moeten richtinggevend zijn in de export van kunst die te raar, luid, onvriendelijk of abstract is voor de opluistering van buitenlandse bezoeken, internationale congressen en feestjes op de ambassade.

De landenwedstrijd dient het belangrijkste platform te zijn voor deze internationale verspreiding van de kunst. Oermoeder van dit platform is de wereldtentoonstelling waarop van oudsher de nationale grandeur cultureel wordt uitgevent. De wereldtentoonstelling is in prominentie en succes natuurlijk verre voorbijgestreefd door nakomelingen als de Olympische Spelen, het Eurovisie Songfestival, de wereldkampioenschappen voetbal en ook de biënnales van Venetië en São Paulo. Het fijne van deze festivals is dat een land hoogtepunten kan insturen zonder dat het een herkenbaar of rolbevestigend gezicht van de natie hoeft te presenteren. Men kan zelfs het tegenovergestelde doen. Duitsland zond een paar jaren geleden een Turkse afvaardiging naar het Songfestival. De curator Rein Wolfs selecteerde drie in Nederland verblijvende buitenlandse kunstenaars voor het Nederlandse paviljoen tijdens de Biënnale van Venetië. Onder de ironische titel *We are the World*, presenteerde hij Carlos Amorales, Alicia Framis en Meshac Gaba, samen met twee in Nederland geboren en getogen kunstenaars, als representatief voor de Nederlandse kunstwereld.

Het is niet moeilijk identiteitsuitspraken te doen over deze laatste inzending. Men zou kunnen beweren dat de afvaardiging van buitenlandse kunstenaars naar Venetië een nieuwe (pluriforme) beleving van de nationale identiteit typeert. Ook zou men kunnen beweren dat de inzending past in de Nederlandse traditie waarin cultuurverschillen worden omarmd zonder dat er ooit de pijngrens van het werkelijk aanvaarden van verschillen wordt blootgelegd en gevoeld. Beide interpretaties kunnen van invloed zijn op het beeld dat men van de Nederlandse kunstwereld en Nederland heeft. Zulke identiteitsuitspraken horen echter geen rol te spelen bij de aanwijzing door de Mondriaan Stichting van de biënnalecurator, of bij de selectie door de curator van de kunstenaars.

Het zal altijd schuren tussen politieke en zakelijke belangen enerzijds, en cultureel aanzien anderzijds. Er zijn voldoende gelukkige combinaties van kunstexport en politieke onderhandelingen aan te wijzen. Maar feit blijft dat als kunst moet verbinden, ze zacht en onbeledigend moet zijn, en dus niet vrij is om eigen vormen te ontwikkelen. De keuze loopt om die reden altijd in de pas bij bestaande vooroordelen, die bepalen dat Nederlanders geen surrealistisch beeldend werk maken, geen noemenswaardige muzikale traditie hebben en van het postmodernisme nog nooit gehoord hebben. Een kunstbeleid dat zich richt op de uitvoer van eigenzinnige hoogtepunten in de kunst bestrijdt deze vooroordelen vanzelf. Daarmee draagt het bij aan identiteitsvorming zonder zich daar expliciet mee bezig te houden.

Valentijn Byvanck is sinds 2002 directeur van het Zeeuws Museum in Middelburg. Van 1999 tot 2002 werkte hij voor Witte de With, centrum voor hedendaagse kunst in Rotterdam. Zijn meest recente publicatie is [red] *Superstudio: The Middelburg Lectures* (2005).

- 1 - Eric Hobsbawm and Terence Ranger, *The Invention of Tradition* (Cambridge: Cambridge University Press 1983, Canto 2004); Hugh Trevor-Roper, 'The Invention of Tradition: The Highland Tradition of Scotland', in Hobsbawm and Ranger 2004 (1983): 15-42. Zie ook: Benedict Anderson, *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism* (London and New York: Verso 1983, herziene versie 1991).

Er is niet genoeg verlangen

Sacha Bronwasser in gesprek met Charles Esche

Charles Esche hoopt tien jaar directeur van het Van Abbemuseum in Eindhoven te blijven. Zoveel tijd heeft hij nodig om het museum om te vormen tot wat hij 'een energiecentrale' noemt. Als hem dat lukt, dan zal het museum anders functioneren. Dan zal de regio, en wie weet wel Nederland, daar baat bij vinden.

Maar dat positieve effect is nadrukkelijk een bijeffect, het mag nooit de agenda van musea en andere instellingen sturen. 'Men wil de experimentele status van Nederland terug zonder de bijbehorende sociale ellende. Dat is onzinnig en onmogelijk.' Esche plaatst een vraagteken bij het hele idee van culturele profilering, en voetbal blijkt daarbij een dankbare analogie.

'Je kunt allerlei tactieken bedenken om het beeld van Nederland naar buiten toe te verbeteren. Maar denkt iemand er wel eens over na waarom je dat zou willen? De opzet kan niet zijn dat er meer mensen naar Nederland komen. Is het nodig? Wat wil men bereiken?'

'Mijn culturele profiel van Nederland toen ik er voor het eerst kwam (Esche gaf les aan de Rijksakademie voordat hij in Eindhoven als directeur begon, red), was dat het een interessante plek was geweest en nu niet meer. Ik had een vrij clichématig beeld van een calvinistische handelsnatie die heel individualistisch en daardoor heel tolerant was. Dat representeerde Nederland voor mij tot aan 1979, 1980. Toen kwamen Reagan en Thatcher en werd de hele sociaal-democratie afgebroken, en vanuit het vasteland, ook vanuit Nederland, kwam geen reactie. Nederland raakte in verval.

Wat bleef, en dat kun je in de kunst maar ook heel goed in het voetbal zien, was een sterk ontwikkeld gevoel voor het individu. Nederlanders zijn extreem individueel. Daardoor kunnen ze niet samenwerken. Zo hebben ze al twintig jaar lang de beste voetballers van de wereld, maar winnen ze toch niet de wereldcup.

Daardoor kunnen ze ook niet vergaderen. Uit Engeland was ik gewend dat in een vergadering beweringen als een estafette aan elkaar werden doorgegeven. Uiteindelijk komt er een idee uit dat heel veraf staat van het begin. Hier doet iedereen zijn bewering en moet de hoogste manager uiteindelijk al die statements naast elkaar leggen en een beslissing nemen. Individualisme dat hiërarchie in stand houdt, vreemd hè?

In de kunst heeft dat tot gevolg dat er niet of nauwelijks wordt samengewerkt. Als je kunstenaars bij elkaar zou willen brengen, zoals de Young British Artists in de jaren negentig in Engeland, dan zou dat niet lang duren. Men wil zijn individualiteit bewijzen, dat staat het collectief in de weg.

Een goed voorbeeld van wat er niet werkt is de Rijksakademie. Een geweldig instituut waar ik zeer aan gehecht ben. De omstandigheden zijn er uitstekend, de faciliteiten prachtig en het internationale netwerk is onovertroffen. Ik raad het iedere kunstenaar aan. Toch voelen veel buitenlandse deelnemers zich er ongelooflijk geïsoleerd, want de Nederlandse deelnemers mengen niet of nauwelijks met de buitenlanders. Bovendien bevinden ze zich in een stad (Amsterdam) waar het dood tijd is, cultureel gezien. Terwijl juist heel veel werk, tijdens je studietijd, voortkomt uit de stad en de gemeenschap waarin je beweegt!

Het gevolg is dat die buitenlanders elkaar opzoeken. De interessantste kunst in Nederland wordt al enige tijd gemaakt door niet-etnische Nederlanders. Yael Bartana, Otto Berchem, noem maar op.

Individualisme, overigens, is niet alleen negatief. Het leidt volgens mij direct tot die befaamde tolerantie: ik kan doen wat ik wil, jij kunt doen wat jij wilt. De basisgedachte is dat je jezelf moet blijven. Die gedachte is heel sterk. Het verklaart ook dat het vrijwel onmogelijk is te spreken van ‘Nederlandse kunst.’

‘Wat echt verloren is gegaan, is de notie van het experiment. De zin voor orde en tegelijkertijd speelsheid, die heeft hier tot in de jaren tachtig bestaan. In kunst en vormgeving zaten toen de uitvinders, de risiconemers. Ze zijn er nog wel, maar ze worden als individu gezien, niet als Nederlanders. Neem Rem Koolhaas, die is wereldberoemd, maar wordt niet als Nederlands gezien op de manier zoals De Stijl dat was. Een ander geval: in mijn vakgebied is dat bijvoorbeeld Jean Leering (directeur van het van Abbemuseum 1961-1973), de grote experimenteerder. Die is ondergewaardeerd en zelfs totaal genegeerd.

In de jaren tachtig vond een conservatieve draai plaats, niet meteen naar rechts maar meer naar een pas op de plaats. Ik weet niet of het experiment toen verloren is gegaan of dat het underground ging; ik heb hier in Nederland in ieder geval nooit underground kunnen vinden. Ik zie wel het verlangen naar een conservatieve positie.’

‘In Nederland zijn er de laatste vijftien jaar geen instellingen bijgekomen die zich serieus met hedendaagse kunst bezighielden. De laatste was Witte de With in 1990 in Rotterdam. De Appel, het Stedelijk, Montevideo... ze doen hun best, maar waar is de dynamiek? Waar is de verandering? Op institutioneel vlak is de ontwikkeling nul komma nul. Er is wel een interessante instelling die niet uit een regeringsplan of subsidiepot, maar uit eigen initiatief voortgekomen is: Smart Project Space. Misschien dat die deze rol zou kunnen vervullen, maar één instelling is te weinig, en de toekomst ervan is heel onzeker. Wat gaan we doen? Krijgen zij het geld dat ‘oude’ instellingen niet meer krijgen? Onderdeel van het probleem is het subsidiesysteem, dat erop gericht is ontwikkeling tegen te houden. Als je een creatief land wilt, heb je dynamiek, conflict, turbulentie nodig. Maar het hele systeem is erop gericht dynamiek en spanning weg te werken. Je kunt niet de instellingen de schuld geven. Met de beschuldigende vinger naar het Stedelijk Museum wijzen is totaal onzinnig. Denk je dat er in Londen naar de Tate gekeken wordt voor een antwoord? Je moet het omkeren. Waarom is Tate Modern ontstaan? Omdat er in de jaren negentig ontzettend veel belangstelling voor hedendaagse kunst ontstond. Zonder de Young British Artists was de hele Tate Modern nooit gebouwd. Je bouwt namelijk geen instelling in een vacuüm. Je hebt de energie nodig en de dynamiek van een gemeenschap die geïnteresseerd en ondersteunend is. En dat scheelt eraan, los van wat het Stedelijk doet. Laat dat Stedelijk toch zitten, het is irrelevant. De verantwoordelijkheid ligt bij ons, als individu, om er iets aan te doen. Als het niet werkt zoals je wilt, doe het dan zelf!

Er is niet genoeg verlangen, de innerlijke noodzaak dat er iets móet gebeuren. Ik kom zelf uit de punkgeneratie. Do it yourself was de houding en het antwoord, en dat mis ik momenteel. Dat missen ook de kunstenaars die uit een ander land komen waar ze wél voor zichzelf moeten zorgen. Die afwachtende houding vinden ze zwaar en vermoeiend.’

'Ik zie te veel analyse en te veel zelfkastijding in Nederland, iets dat er eerst niet was. Men wil de hele situatie in kaart brengen (deze publicatie is zo'n voorbeeld) en dan een plan maken. Daar moeten we overheen stappen. Zeggen: oké, het staat er beroerd voor, wat gaan we doen? En daarbij onze neus volgen en ons daarop concentreren, met het risico dat het mislukt. It's only art. Je moet goed onthouden dat kunst extreem belangrijk en tegelijkertijd uiterst onbelangrijk is. Net als voetbal, hoewel dat misschien alleen maar belangrijk is, haha.

Bijvoorbeeld: we hebben die subsidiepot. Hoe zouden we die op een energieke manier kunnen herverdelen? Hoe kunnen we echt nieuwe activiteiten steunen? Misschien moet je een heleboel nieuwe initiatieven een klein bedrag geven om op te starten en dan twee of drie daarvan blijven volgen.

Een ander voorbeeld: het creëren van ruimtes. Innovatieve kunst ontstaat meestal op plekken waar mensen zelf een ruimte bezetten. Doordat steden dat uit hun centrum weren en elders proberen een keurig gereguleerde ruimte kant-en-klaar aan te bieden, verliezen ze veel van hun karakter.

Als men het experiment terug wil zoals in de jaren zestig, zeventig, tachtig, dan is dat een verloren zaak. Want niemand wil de omstandigheden terug waarin dat ontstond: de kraakpanden, de sociale experimenten, enzovoort. Men kijkt nu jaloers naar Berlijn, Warschau, Vilnius, Istanbul, al die plaatsen waar het wel heel levendig is. Maar de ellende waaruit die energie voortkomt wil men niet – het is hetzelfde als wakker worden terwijl je door mag blijven slapen. Dat heet dromen.'

'Ja, ik voel me in zekere zin verantwoordelijk. Mijn taak is het om anders te zijn. Ongemakkelijk, provocerend. Niet op een domme, sensationele manier maar op een intelligente manier. Het museum hoeft in mijn optiek geen publiekstrekker te zijn – dat was nooit de bedoeling van musea. Als het museum publiek moet trekken, kunnen we beter McDonald's worden.

Wat niet wil zeggen dat publiek niet welkom is. Integendeel. Maar ik zie de taak van het museum in de stad en in de streek als een energiecentrale. Daar ga je ook niet wekelijks heen, maar hij is nodig om energie te leveren. Het zou een geniale zet van de politiek zijn als ze de opdracht aan musea zou veranderen en zou zeggen: u bent hier niet om publiek te trekken, u bent hier om het verbeeldend vermogen in uw regio te vergroten. Dan kan het museum heel andere dingen gaan doen en waarschijnlijk met minder geld. Er zullen andere banen ontstaan, we zullen werk gaan produceren. We zullen de collectie als onze energievoorraad gaan gebruiken.

Als het museum zo in de regio kan werken, dan zou ik heel tevreden zijn. En als er hier dan een nieuwe, levendige kunstenaarsgemeenschap zou ontstaan, dan is dat goed voor het museum, voor Eindhoven, voor Brabant en uiteindelijk ook voor Nederland – in die volgorde moet het gaan, en niet andersom.'

Sacha Bronwasser werkt als freelance kunstjournalist voor *de Volkskrant* en *Vrij Nederland*, geeft lezingen en interviewt voor publiek over onderwerpen binnen de beeldende kunst en de kunstzinnige film. Ook is zij geregeld betrokken bij het organiseren van tentoonstellingen en festivals.

Tulpen en windmolens forever

Van brand Nederland naar brand Dutch Design

022

Cultureel
profiel

Essay door Aaron Betsky

04/28

Tulpen en windmolens: het blijven de beelden die de meeste buitenlanders voor zich zien als ze aan Nederland denken. Met een beetje geluk komen daar nog beelden van dijken en polders, grachten en statige panden en een nachtmerrie van dit alles in de verfspiraal van Vincent van Gogh bij om de ‘brand’ Nederland te vervolmaken. De meeste Nederlanders verzetten zich tegen deze beeldvorming, en de meeste vormgevers al helemaal. Nederland is volgens hen een progressief land waar ook nog wel iets anders gebeurt. Toch zijn deze beelden tekenend voor dit koninkrijkje. Ze staan voor het kunstmatige landschap dat hier in de delta van de Rijn is gemaakt en de voortdurende omzetting van natuur in kunstmatige waarde – of het nu om tulpen of om investeringen gaat – die ten grondslag liggen aan de Nederlandse economie en cultuur. Tulpen en windmolens zijn wel degelijk een gepast ‘brand image’ van Nederland.

Historische oorzaken

—

Gelukkig zijn er ontwerpers actief in dit land die deze brand begrijpen en er werk van maken. Of het nu het hergebruik van traditionele Delfts blauwe decoratieve patronen is in het werk van Ineke Hans of Hella Jongerius, de voortzetting van Nederlandse vormen van landschap en stedelijkheid in het werk van Adriaan Geuze, of het spelen met de kunstmatigheid van onze omgeving in het werk van OMA, MVRDV, Maxwan of NL Architects, er is een ruime selectie van producten die de brand Nederland nieuw leven hebben ingeblazen. Samen vormen zij een brand Dutch Design.

De vraag is of deze nieuwe iconen van de Nederlandse vormgeving een correct beeld geven van dit land, of ze goed zijn voor de economie, en of de overheid iets moet of zelfs kan doen om ze te bevorderen. Er gebeurt natuurlijk nog wel iets anders hier, of het nu het werk van Jan des Bouvries is of van Sjoerd Soeters. De Brand Dutch Design-ontwerpers staan er (in tegenstelling tot deze laatstgenoemden) om bekend dat ze dure unica of producten in gelimiteerde oplagen maken. De publiciteit die ze overal in de wereld genieten staat zeker niet in verhouding tot hun verkoopcijfers, en het is nog geen enkel bedrijf gelukt om werk dat als thema een bewust omgaan met en ons bewust maken van de kunstmatigheid van de Nederlandse werkelijkheid heeft, om te zetten in een groot economisch goed. Bovendien blijkt dat het gevaarlijk kan zijn een land als product te verkopen, zelfs als daar wel producten achter staan die vrij voorhanden zijn. Het fiasco van de Cool Britannia-campagne mag als een waarschuwing gelden dat overheidssteun meestal belachelijk en geforceerd overkomt als het een eenduidig beeld van een land presenteert.

De historische oorzaken van het huidige succès d’estime van de Nederlandse vormgeving zijn aan de ene kant te vinden in de geografie en ligging van dit land en wat de mens daarmee heeft gedaan, en aan de andere kant in de keuzen die de overheid in de vorige eeuw heeft gemaakt in haar beleid voor kunst, architectuur en vormgeving. Nederland is natuurlijk grotendeels een kunstmatig land, opgebouwd uit meer dan drieduizend polders en beschermd tegen zee en rivieren met steeds hogere dijken. Nederland is ook een land met een economie die het sinds de zeventiende eeuw in toenemende mate moet hebben

van het produceren van afgeleide waarde: producten van elders worden hier verhandeld, een activiteit die ook steeds meer virtueel wordt, en wat hier wordt gemaakt ontleent zijn waarde aan de mate waarin het is gemanipuleerd. Zelfs in de agrarische sector is steeds meer een tendens waarneembaar naar een intense kunstmatigheid van gefokte beesten en gemanipuleerde planten. Nederland is bovendien een land dat kunstmatigheid accepteert en zelfs als natuurlijk ziet. Het alledaagse en wat daarmee gedaan kan worden om meerwaarde te creëren loopt hier al eeuwen als een rode draad door de kunst. Het gaat inderdaad toch, in ieder geval wat beeldvorming betreft, om die windmolens en die tulpen, die polders en die grachtenpanden.

Op basis van zijn landschap heeft Nederland in de vorige eeuw een moderne architectuur, kunst en vormgeving ontwikkeld die deze realiteit heeft omgetoverd in een abstract spel van lijnen en vormen. De schilderijen van Piet Mondriaan en de ontwerpen van Gerrit Rietveld zijn hiervan de kern en dienen dan ook voor een kunstbewust buitenlands publiek als de beeld dragers van een modern Nederland. Dit betekent niet dat dit het enige is wat hier is gebeurd, er is in dit land ook een rijkheid aan andere stijlen en tendensen te vinden, maar het is wel, en dat is wat bijdraagt aan de opbouw van de brand, kenmerkend. Deze moderne vormen zijn ook gebaseerd op een bepaalde manier van werken die tegenwoordig 'conceptueel' heet. Dit proces is de schakel tussen het landschap enerzijds en de economie en de kunst anderzijds. Het verzamelen van informatie en die omtoveren tot nieuwe vormen die zich in hun kunstmatigheid losmaken van de bekende werkelijkheid laat zien dat men informatie niet alleen kan gebruiken om windhandel te drijven, maar ook om nieuwe vormen, beelden en ruimten te ontwikkelen. Maar het gaat hier ook om de simpele, sobere weigering iets te maken dat boven het maaiveld uitsteekt en het zich in plaats daarvan toeleggen op het verfijnen van het alledaagse. In deze zin zijn de gebouwen van MVRDV het equivalent van de hybride tulp en de stoelen van Richard Hutten kleine versies van de polder.

Nationale manier van ontwerpen

Deze ontwikkeling is grotendeels mogelijk gemaakt met steun van de overheid. Deze is in de eerste plaats opgetreden als opdrachtgever voor de nieuwste en grootste polders, voor beeldbepalende gebouwen zoals culturele instellingen en voor het onderzoek uitgevoerd door ijverige stedenbouwers sinds Cornelis van Eesteren. Op kleinere schaal heeft de overheid zich ook gemanifesteerd als een ondersteuner op afstand, die aanstuurt op het zich laten ontwikkelen van een verscheidenheid van vormen en beelden in plaats van op het aanmoedigen tot een paar belangrijke gebouwen of kunstwerken en het dan verder verruimen van het cultureel bewustzijn van een groter publiek aan de hand van deze sleutelwerken. Het gaat in Nederland om zuilen, niet om monumentale pilaren; om postzegels, niet om geschiedkundige schilderijen; om sociale woningbouw in diverse stijlen, niet om rijksmusea. Natuurlijk zijn er voorbeelden te vinden die dit logenstraffen, maar dat zijn niet altijd de meeste geslaagde kunstwerken en ze zijn niet kenmerkend voor dit land. Het Louvre is beter dan het Rijksmuseum, de Wibautstraat is geen Champs-Élysées en er is geen Nederlandse Géricault.

Het opdrachtgeverschap in Nederland is versnipperd, niet alleen tussen verschillende ministeries en rijksdiensten en tussen rijk, provincie en gemeente, maar ook tussen de verschillende instellingen die zijn voortgekomen uit de verzuiling. Deze fragmentatie zet zich voort in het kunst-, architectuur- en vormgevingsonderwijs. Er is hier dan ook geen

nationale school of stijl, maar wel een nationale manier van ontwerpen: een proces dat voortkomt uit de tradities en de manier waarop dingen hier worden gemaakt.

Het onderzoekend ontwerpen, het conceptueel denken, het spiegelen, in kaart brengen en verfijnen van de werkelijkheid zijn de belangrijkste eigenschappen van de brand Nederland op het gebied van vormgeving – de brand Dutch Design.

En die brand is opeens populair geworden. Dit komt deels doordat uit dit gefragmenteerde veld en tradities in het begin van de jaren negentig van de vorige eeuw een aantal organisaties is voortgekomen die de brand krachtig wisten te vertegenwoordigen.

De meest belangrijke hiervan zijn Droog Design en Rem Koolhaas' Office for Metropolitan Architecture. Ze hadden voorlopers in staatsinstellingen zoals de NS en de PTT en bureaus zoals Van den Broek en Bakema en Total Design, maar er is een cruciaal verschil: Droog en OMA hielden zich niet alleen veel doelbewuster bezig met Dutch Design, maar deden dat ook voornamelijk in het buitenland.

Het gevolg is dat iets wat inherent is aan de manier waarmee in Nederland vorm wordt gegeven aan het landschap, de objecten en de beelden van het dagelijkse leven opeens een zichtbare en zichzelf onderscheidende werkelijkheid heeft gekregen die men, nadat de resultaten in het buitenland waren gepubliceerd en bejubeld, ook in Nederland kon begrijpen. Boeken zoals de catalogi van Droog en de manifesten van OMA hebben daar zeker aan bijgedragen, evenals Hans Ibelings' *Kunstmatig Landschap*, *Superdutch* van Bart Lootsma en mijn eigen *False Flat*.

Overheidssteun

De brand Dutch Design wordt zeker ook ondersteund door de overheid. Dit gebeurt zowel indirect, doordat het hier mogelijk is voor ontwerpers op een conceptuele manier te werken, als heel direct door de subsidies voor presentaties in het buitenland die door de Mondriaan Stichting en het Stimuleringsfonds voor Architectuur worden verstrekt, de ondersteuning van evenementen door het ministerie van Buitenlandse Zaken en de tentoonstellingen zoals wij die in het NAI organiseren voor buitenlandse musea.

Ik geloof dat deze fragmentarische aanpak kenmerkend is voor Nederland en dan ook betekenis heeft voor het ontwikkelen van de brand Dutch Design. Juist doordat er geen centrale sturing aanwezig is, krijgt een keur van ontwerpers de kans zich in het buitenland te profileren en het blijkt dat, per saldo, hun verschillende uitingen bijdragen aan het idee dat er een bepaalde manier van doen is, niet een stijl, die Nederland bijdraagt aan het internationale vormgevingsdebat. Het zelfbewust omgaan met de kunstmatigheid van onze werkelijkheid, het conceptueel denken, het idee dat vormgeven het in kaart brengen, weerspiegelen en verfijnen van de werkelijkheid is – het zijn allemaal Nederlandse kwaliteiten die, in tegenstelling tot een aan de mode onderhevige stijl, interessant kunnen blijven en toegepast kunnen worden op veel locaties. Als de Nederlandse overheid een taak heeft ten aanzien van de brand Dutch Design, dan is het om deze houding en dit proces te blijven ondersteunen en ook de presentatie daarvan in het buitenland mogelijk te blijven maken.

Dit betekent concreet dat de Nederlandse overheid er goed aan doet om decentraal en doelgericht de presentatie van Nederlands werk in het buitenland te ondersteunen, maar ook om Nederlandse vormgevers de kans te geven om, via workshops en lezingen, hun manier van werken te tonen. In dit geval geldt: hoe meer en hoe meer verscheiden hoe beter, natuurlijk wel met inachtneming van kwaliteitseisen.

Er zijn wel twee problemen met dit beleid. Het eerste is dat er geen duidelijk meetbaar

economisch resultaat is. Juist doordat het gaat om processen en concepten, is het product hieraan ondergeschikt, dus valt er vaak niets te verkopen. Bovendien is het resultaat dat wel hieruit voortkomt gevormd door het proces, dus kan het moeilijk worden gereproduceerd. Als de overheid een kosten-batenanalyse maakt van dit beleid, zal er weinig van in stand blijven. Het enige argument dat ik kan aanvoeren is dat in het buitenland werkzame Nederlandse bedrijven wellicht profijt kunnen trekken van de innovatieve, experimentele en zelfs grappige kanten van de brand Dutch Design, maar het zal moeilijk zijn om dit te bewijzen.

Het tweede probleem is dat de doelgerichte en decentrale aanpak ook betekent dat het moeilijk is om deze subsidies en ondersteuning te verdedigen tegen de onvermijdelijke rondes van bezuiniging die in een moderne economie aan de orde van de dag zijn.

De Nederlandse vormgevingswereld kan geen vuist maken om een instituut of een instelling te redden van de steeds dieper snijdende kaasschaaf, omdat zij zich tegelijk moet richten op de begrotingen van de ministeries van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieu, Verkeer en Waterstaat en Buitenlandse Zaken, de Amsterdamse en Rotterdamse colleges van burgemeester en wethouders en de semi-onafhankelijke fondsen.

Internationaal vooruitzicht

—
Waarom moet de overheid de presentatie van Nederlandse vormgeving in het buitenland blijven ondersteunen, en hoe zorgen we ervoor dat ze dit doet? Ik denk dat Nederland trots kan en moet zijn op wat het heeft ontwikkeld op dit gebied, en dat het zich hiermee kan profileren. Dit heeft misschien niet een concreet economisch resultaat als gevolg, maar het zorgt er wel voor dat er een Nederland als land en als concept kan blijven bestaan.

En dat is in een situatie waarin grenzen en eigen geld verdwijnen misschien zo gek nog niet. Bovendien blijft Nederland wel degelijk gidsland in dit veld. Ten slotte is het ook goed mogelijk dat, in een steeds meer internationaal gerichte economie, deze brand belangrijk zal blijken in de strijd om opdrachten, vestigingen en werkgelegenheid. Nederland is misschien niet het land met de beste wetenschappers of de grootste fabrieken, maar het heeft wel ontwerpers die niet alleen de beste in de wereld zijn, maar zich ook, juist door hun conceptuele benadering, kunnen aanpassen in uiteenlopende situaties.

Het is nodig deze argumenten voortdurend en op verschillende plekken naar voren te blijven brengen. De Premsela Stichting voor Nederlandse vormgeving heeft het economische argument op landelijk niveau op de politieke tafel gelegd. Het is nu aan alle instellingen en individuen op het gebied van vormgeving om te blijven pleiten voor ondersteuning van de brand Dutch Design in het buitenland, ook om conceptuele redenen. Stuur een bos tulpen aan de staatssecretaris, hang een banier van een windmolen op: Dutch Design staat voor alles wat goed, mooi en leuk is aan Nederland, en dat moet men weten.

Aaron Betsky is directeur van het Nederlands Architectuurinstituut. Daarnaast is hij actief als schrijver en publicist. Zijn meest recente boek is *False Flat: Why Dutch Design is So Good* (2004). Hij schrijft maandelijks columns voor de tijdschriften *Bouw* en *Man*, en geeft geregeld lezingen over architectuur en vormgeving.

Meer culturele instituten in het buitenland

Sandra Jongenelen in gesprek met Bert van Meggelen

026

Cultureel
profiel

Nederland moet het aantal culturele instituten in het buitenland fors uitbreiden. In Parijs staat het Institut Néerlandais, Jakarta heeft zijn Erasmushuis en onlangs opende in Brussel het Vlaams-Nederlands Huis. Maar dat is onvoldoende. 'Er zouden tien tot vijftien van zulke plekken moeten zijn.'

Aan het woord is Bert van Meggelen, van huis uit socioloog en oprichter van de Stichting Maatwerk, een bureau voor stedelijke projecten en culturele planologie. Als directeur adviseert hij bijvoorbeeld over de herinrichting van de Grote Markt in Groningen. Kan hij iets bedenken om de oostkant cultureel aantrekkelijk te maken?

Na zijn studie met als specialisatie bouwen en wonen, werkte Van Meggelen bijna twintig jaar in het architectuuronderwijs, onder andere als directeur van de Academie van Bouwkunst RAG (Rotterdam, Arnhem en Groningen). Voor en na de millenniumwisseling kreeg zijn kennis van kunst en cultuur een impuls dankzij het intendantschap van de Stichting R2001, Rotterdam Culturele Hoofdstad van Europa.

De komst van culturele instituten is een belangrijk middel om het buitenland op de hoogte te brengen van de Nederlandse kunst en cultuur, vindt hij. 'We hebben behoefte aan plekken voor samenwerking; niet aan culturele attachés. Zo'n instituut kan fungeren als scout van interessante buitenlandse ontwikkelingen. Het kan Nederlanders daarheen brengen en – nog belangrijker – zorgen voor onderlinge contacten. Een cultureel attaché zoals nu in New York en Berlijn is te weinig. Hij zou de wegbereider van dergelijke instituten moeten zijn.'

Het Goethe Instituut zoals geleid door Sabine Henzsch in Rotterdam noemt Van Meggelen een aantrekkelijk en betekenisvol voorbeeld. 'Henzsch zei niet: Duitsland heeft nog wat grappige dingen, maar vroeg zich echt af in hoeverre zij een bijdrage kon leveren aan de kunst en cultuur in het land zelf. Het gaat dus niet alleen om de promotie van de Duitse cultuur, maar ook om de vraag wat Duitse kunstenaars kunnen toevoegen aan de Nederlandse situatie.'

In het verlengde van de instituten buitengaats ligt de Nederlandse bijdrage aan Cultureel Europa. 'Europa is een monetair, agrarisch en economisch project, maar als cultureel project lijkt het non-existent. Wil je dat Europa een succes wordt, dan is dat daarvan afhankelijk.' Op economisch en monetair terrein is de gemeenschappelijke markt het gevolg van het wegnemen van verschillen, legt Van Meggelen uit. In Europa mogen alleen bananen met een bepaalde kromming worden verhandeld en dankzij de euro vormen de verschillende valuta geen barrière meer bij het bancaire handelsverkeer. 'Bij cultuur gaat het niet om het wegnemen van verschillen, maar juist om het articuleren ervan. We zijn niet trots op wat hetzelfde is als de buurman, maar op datgene wat ons en onze bureaus karakteriseert. Daar moeten we van genieten. Dat is een interessant punt, zeker in een wereld waarin verschil als beangstigend wordt ervaren.'

05/28

Voorafgaand aan de oprichting van de culturele instituten in het buitenland rijst de vraag of de Nederlandse cultuur in het buitenland wel zichtbaar móet zijn. En zo ja: moet het meer zijn dan een optelsom van individuele kunstenaars en kunstinstellingen? Op beide vragen antwoordt Van Meggelen bevestigend. 'We hebben heel wat te bieden. Omdat kunst en cultuur gaan over overeenkomst en verschil in waarden, is er bij

het internationaal cultuurbeleid sprake van spin-off naar andere terreinen van de maatschappij, bijvoorbeeld politiek en recht of economie en landbouw. Ben je trots op de Nederlandse cultuur, dan is presentatie op een groter, internationaal veld zowel een uiting daarvan als een poging de eigen cultuur te confronteren met die van anderen en daardoor zowel aan te scherpen als te relativieren.'

Volgend jaar viert Nederland het vierhonderdste geboortjaar van onze beroemdste zeventiende-eeuwse schilder. Zou Nederland zich internationaal met het Rembrandtjaar moeten profileren? Ja en nee, zegt Van Meggelen diplomatiek. 'Dient het Rembrandtjaar louter een toeristisch doel, dan lijkt het me weinig zinvol. Het moet meer zijn dan bevroren erfgoed. De vraag is veeleer: is er toekomst voor Rembrandt? En waar moet die worden gezocht? Wat zijn de artistieke, culturele of wetenschappelijke betekenissen van het Rembrandtjaar? Laat je dat zien, dan is het interessant. Anders niet. Er is niks tegen een toeristische hype, maar cultureel gesproken is dat betekenisloos.'

Het buitenlands cultuurbeleid wordt voor een belangrijk deel op het ministerie van Buitenlandse Zaken gemaakt. Daarin schuilt een gevaar, vindt Van Meggelen. 'Kunst en cultuur mogen geen opleukprogramma zijn voor iets anders. Daarvoor is het te goed. Maar tegelijkertijd kunnen de kunsten wel een rol van betekenis spelen in andere sectoren, zoals ruimtelijke ordening en veiligheid.

'Kunst gaat natuurlijk altijd over kunst en dat is voor de kunsten interessant, zoals een schrijver die vooral voor andere schrijvers schrijft voor de literatuur interessant is. Maar kunst wordt altijd gemaakt in een context en daaraan worden verschillende betekenissen ontleend. Denk daarbij aan een van de grote vraagstukken van deze tijd: de angst onder mensen. Burgers zijn bang voor verandering, ze trillen van onzekerheid. Als remedie hebben we de verzekeringsmaatschappijen, maar je moet ook leren leven met het onverwachte. Kunst kan je dat leren. Door bijvoorbeeld de angst te radicaliseren, te ontkennen of te ridiculiseren, kan je je eigen angst reduceren of relativieren.'

Het onderwerp leent zich voor verdieping, maar lijkt onder Nederlandse kunstenaars en producenten geen groot issue. 'Dat is heel anders dan in Duitsland en Frankrijk met de filosoof Peter Sloterdijk. De schrijver Heinrich Böll was zo ongeveer het geweten van Duitsland. Vindt er in Duitsland een ingrijpende gebeurtenis plaats, dan zie je kunstenaars en intellectuelen op televisie reageren. In Nederland gebeurt dat niet.'

Hoe buitenlanders naar Nederland kijken, verschilt per discipline. 'Kijk je naar internationale kunstmanifestaties als de Documenta waarbij een internationale curator de kunstenaars selecteert, dan zijn Nederlanders eerder onder- dan oververtegenwoordigd. Maar bezoek je een architectuurbiënnale, dan stikt het van de Nederlandse inzendingen. Dat komt deels door Rem Koolhaas en de architecten in zijn slipstream, die internationaal hoog in aanzien staan. Iets vergelijkbaars geldt voor design. Ook daarin zijn we wereldkampioen.'

Buiten de grenzen is de Nederlandse architectuur hot. 'In Nederland trekken tentoonstellingen met werk van Nederlandse architecten meestal een paar mensen van de pers, enkele architectuurjunkies en nog wat ander volk.' Onlangs opende een presentatie in Tsjechië. 'De interesse bleek enorm. De mensen stroomden toe. Iets vergelijkbaars zie je in de pers. In buitenlandse kranten staan veel meer publicaties over Nederlandse architectuur dan hier.'

Of het goed gaat met de Nederlandse cultuur in het buitenland is deels opinie. Van Meggelen ziet dat als voordeel, want het betekent dat je die meningen kan

beïnvloeden. ‘Dat kan bijvoorbeeld door redacteuren van kranten als Die Zeit, El País, Le Monde en The Guardian uit te nodigen voor ontmoetingen met cultuurvertegenwoordigers. Dat hebben we gedaan met Rotterdam Culturele Hoofdstad van Europa en werkte heel bevredigend.’

Het beeld van Nederland hangt mede af van de politieke signatuur van de beoordelaar. ‘Conservatieve mensen hebben over het algemeen een beeld van een heroïne spuitend, hoeren lopend volk dat ongeboren baby’s en bejaarden vermoordt. Degenen die meer van het experiment houden, zien een progressief land met informele, bijna brutale omgangsvormen, heel anders dan de formaliteit en grandeur in Frankrijk.’

Wat Van Meggelen zelf typerend voor Nederland vindt, is het grote aantal buitenlanders op culturele toposities. De directeuren van het Nederlands Architectuurinstituut, het Van Goghmuseum, het Van Abbemuseum, De Nederlandse Opera, het Holland Festival en tot voor kort het Internationaal Rotterdams Filmfestival en het Nationale Ballet zijn buitenlanders. Dat geldt ook voor de dirigenten van het Rotterdams Philharmonisch Orkest en het Koninklijk Concertgebouworkest. Van Meggelen: ‘In Parijs zie je alleen maar Fransen aan de top. In België is geen buitenlander te bekennen en ook in Duitsland is het rotmoelijk een Nederlander op een prominente culturele plek te vinden. Hiermee houd ik geen pleidooi voor buitenlanders, maar dat toposities niet per se door Nederlanders bekleed moeten worden heeft wel wat. Dat houdt de rekrutering breed. Buitenlanders kunnen in het land van herkomst bovendien fungeren als ambassadeur voor Nederland.’ Opvallend aan Nederland is bovendien dat nergens zo vaak de woorden ‘vernieuwend’ en ‘innovatie’ in de mond worden genomen. ‘Dat is jammer voor de traditie, want de nadruk ligt op het allerlaatste. Snelle, hyperige, wisselende disciplines als design en fotografie doen het daarom goed.’ Die focus op vernieuwing heeft ook te maken met onze geschiedenis. ‘Rembrandt, Vincent van Gogh en Piet Mondriaan waren vernieuwers. In deze eeuw geldt dat ook voor Rem Koolhaas.’

Nederland zou er goed aan doen dat vernieuwende culturele elan meer uit te dragen. Van Meggelen: ‘Het is belachelijk dat Hollandpromotie nog steeds op tulpen en klompen is geënt. Wil je laten zien dat Nederland een op de toekomst gerichte, innovatieve natie is, dan kun je niet aankomen met klompen en kaas. Mondriaan is misschien te ingewikkeld, Van Gogh te cliché, maar misschien is de Rotterdamse Erasmusbrug van Ben van Berkel een optie. Die brug is meer dan een infrastructurele verbinding tussen a en b. Het is een kunstwerk over water, een combinatie van cultuur en techniek. Hij verwijst naar de Nederlandse strijd tegen het water en vormt bovendien een verbinding tussen ‘arm’ en ‘minder arm.’ Dat de brug het ooit tot Nederlands beeldmerk zal schoppen, betwijfelt Van Meggelen. ‘Zo’n keuze ontaardt vast weer in een soort Ajax-Feijenoordstrijd.’

Sandra Jongenelen is freelance journalist voor onder andere *Het Financieele Dagblad* en *Kunstbeeld*, en lid van de adviesraad van *Boekman*, tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid.

Om mij kort voor te stellen: ik werk in de cultuursector en houd me bezig met de dubbele, en soms tegenstrijdige, taak van analyse en overdracht. De eerste taak omvat een breed onderzoek naar hoe mensen in specifieke historische tijdperken en culturen een ruim assortiment aan media opzetten, sturen en gebruiken. Zo heb ik onlangs een vijf jaar durend onderzoek afgesloten naar media en identiteit in Europa.¹ De tweede taak betekent lesgeven binnen universiteitsprogramma's aan weerszijden van de Atlantische Oceaan, waarbij ik de inzichten uit het verleden overbreng en vragen stel bij de ervaringen van het heden, in de hoop de creatieve en kritische geesten van morgen te vormen en in hen een vonk van nieuwsgierigheid, betrokkenheid en perspectief te ontsteken. Deze taken botsen als het analytische project het overdrachtsproject dreigt op te eten, na het met kritische eetlust te hebben uitgebeend. Nadenken over de vraag hoe en waarom culturele praktijken zijn opgekomen en de verschillende veronderstellingen daarover uiteenrafelen uit radicaal verschillende gezichtspunten dreigt het onderwerp van de overdracht te ondermijnen, zo niet op te blazen. Zo is het ook met dit essay. Er zijn gegronde redenen om zorgvuldig na te denken over concepten die haast vanzelfsprekend lijken voor onze ervaringen en onze institutionele praktijken, maar als we er hard op drukken, lopen we het risico precies die categorieën af te breken die we proberen te begrijpen. Ik ben me bewust van dit gevaar en ga toch verder, in de hoop dat we, als dat zou gebeuren, althans andere manieren vinden om onze vragen te formuleren.

De schappen van de Nederlandse souvenirwinkels staan nog altijd vol met Delfts blauwe windmolens, klompen en kussende Volendamertjes, maar de identiteit van de cultuur waarnaar ze verwijzen is alleen de laatste tien jaar al sterk veranderd. Nog afgezien van de rivaliserende aanspraken op deze iconen (de souvenirwinkels in Kopenhagen liggen vol met identieke objecten, Made in China) moeten we erkennen dat de lang gekoesterde veronderstellingen over wat 'Nederlands' is en wat de Nederlandse identiteit inhoudt onder vuur liggen. Er is een druk van binnenuit: grote bevolkingsgroepen in steden als Amsterdam en Rotterdam zijn niet langer blank, christelijk en Nederlandstalig. De 'Nederlandse' keuken heeft nu de status van een toeristische specialiteit in een culinair landschap gedomineerd door Italiaanse, Chinese, Franse en Amerikaanse fastfoodrestaurants. Er is ook een druk van buitenaf. Europa – dat met de opname van nieuwe landen en de worsteling om een grondwet en een zinnige manier van werken zelf in een identiteitscrisis is beland – bemoeit zich met terreinen die tot voor kort werden beschouwd als het exclusieve domein van de Nederlandse staat. Beroofd van zijn cultureel onderscheidende papiergeld, geconfronteerd met regelingen die inbreuk maken op lang gevestigde praktijken in landbouw en veeteelt en meegesleept in een europeanisatie van zijn onderwijssysteem via de Verklaring van Bologna (waarin 29 Europese landen hebben afgesproken hun stelsels van hoger onderwijs te hervormen), lijkt de staat niets meer als vanzelfsprekend te kunnen aannemen. Tegen deze achtergrond hebben zich onlangs, in reactie op de zo on-Nederlandse moorden op politicus Pim Fortuyn en filmregisseur en columnist Theo van Gogh, de debatten afgespeeld waarin werd geprobeerd te definiëren wat de Nederlandse natie is, wat haar normen en waarden zijn en wat ze verlangt van hen die er deel van willen

uitmaken. Pogingen tot heroverweging, actualisering en eventuele ‘merkvernieuwing’ van de Nederlandse Cultuur (met een grote C) kunnen dan ook worden beschouwd als onderdeel van dit initiatief, een tegenoffensief ter verdediging van een bedreigde identiteit. Toch lijkt het twijfelachtig of zo’n offensief kans van slagen heeft, in een tijd waarin zelfs een oer-Hollandse onderneming als Philips en een groeiend deel van de bloementelekt hun werkterrein steeds meer naar het buitenland verleggen en de verscheurende krachten van binnen en van buiten alleen maar toenemen in intensiteit.

Cultuur en cultuur

De maatschappelijke ontwikkelingen hebben dus zeker een gevoel van onzekerheid meegebracht, naast dappere tegenoffensieven om de nationale traditie in ere te herstellen. Toch moeten zowel de veranderingen als de reacties daarop worden gezien tegen de veel bredere achtergrond van geschiedenis en taal, van een textuur van het gewone en alledaagse leven die de cultuur over langere tijd heeft gemarkeerd en gedefinieerd. Gezien vanuit dit perspectief verschijnen de jongste strubbelingen als niet meer dan een hobbel in een lange en illustere traditie. Die traditie is in werkelijkheid natuurlijk ook dynamisch: Nederland als fysiek territorium en de Nederlandse taal vertonen een opmerkelijke fluiditeit door de tijd heen. Maar fluïde of niet – zeggen Hobsbawm en Ranger² –, er bestaat een gemeenschappelijk aangenomen kern van tradities en ficties die de dynamische randen van de natie helpen stabiliseren en concentreren, en Nederland is wat dat betreft geen uitzondering. De tijd waarin de Hollanders de wereld gingen verkennen en koloniseren en ingrepen in de identiteit van de vele culturen die ze ontmoetten, was ook de tijd die we het gemakkelijkst aanwijzen als de Gouden Eeuw, toen het ‘merk’ Nederland gemakkelijk te herkennen was in bijvoorbeeld de schilderkunst, en dat is geen toeval. Evenmin is het toeval dat de identiteit van de natie vandaag de dag, nu ze deelneemt aan de wirwar van dynamische krachten die we ‘globalisering’ noemen, vager is dan ooit.

Als we onder ‘cultuur’ die vormen van collectief gedrag en voortbrengselen van een volk verstaan die antropologen bestuderen, zijn twee dingen met zekerheid te zeggen. Ten eerste: de Nederlandse cultuur is springlevend, via geschiedenis en genealogie geworteld in praktijken die zich door de generaties hebben ontwikkeld en vastgezet, en overeind gehouden door welk nationaal kader we er ook maar aan op wensen te leggen. Ten tweede: het is een bij uitstek meervoudige cultuur, of misschien beter gezegd: een veelvoud van vervlochten culturen, georganiseerd langs de breuklijnen van smaakformaties en regio’s, van etniciteit, generatie en geslacht. Elk van deze categorieën staat in een schizofrene relatie tot het project ‘natie’: enerzijds als bouwsteen, anderzijds als een kracht die over de nationale grenzen heen reikt en haar culturele (dus niet-nationale) specificiteit bevestigt door samenwerking met verwante krachten in het buitenland. Nederlandse liefhebbers van vroege renaissancemuziek hebben waarschijnlijk meer gemeen met hun Franse of Belgische soortgenoten dan met de Britney Spears-fans onder hun landgenoten. Cultureel burgerschap houdt zich niet per se aan nationale grenzen. Maar als we onder cultuur ‘Cultuur’ verstaan, dat wil zeggen een welomschreven terrein van uitdrukkingspraktijken – zoals muziek, schilderkunst, architectuur, literatuur, theater, televisie en film –, betreden we een verheven wereld van critici, smaakmakers, investeerders, beleidsmakers en vaak (afhankelijk van de cultuurvorm) ook door de staat gesubsidieerde instellingen als musea, uitgeverijen en concertzalen. Deze vorm van cultuur is veel minder organisch

dan de antropologische en veel sterker onderworpen aan de belangen, de druk en de vertogen van de diverse nationale en internationale elites. Deze Cultuur, zoals voor ons geanalyseerd door sociologen van Becker tot Bourdieu³, is nauw verbonden met smaak, culturele machtsstructuren en op maatschappelijke distinctie gerichte strategieën. Hoewel omkleed met concepten van waarheid en schoonheid doen de mechanismen, de strikte hiërarchieën en de patronen van maatschappelijke verspreiding vermoeden dat er in deze Cultuur veel aardse zaken aan de orde zijn. De Cultuur kan een esthetisch diepzinnige en ontroerende subcategorie van de cultuur zijn, ze is onscheidbaar van een agenda gericht op distinctie – een contextafhankelijk begrip dat kan verwijzen naar maatschappelijke positie, nationaliteit of transnationale smaakgroep, maar altijd draait om identiteit.

Identiteiten

Aangezien we in situ nooit te maken hebben met een enkelvoudige identiteit, geef ik de voorkeur aan het begrip 'identiteiten', met ondertonen van dynamiek en relativiteit. Identiteiten zijn dynamisch in de zin dat ze veranderen in de confrontatie met verschillende situaties en aanspraken (zo kan onze seksuele identiteit in bepaalde situaties de voorrang krijgen boven onze nationale of professionele identiteit). En ze zijn relatief in de zin dat ze gerelateerd zijn aan een context (een Nederlander op bezoek in de Verenigde Staten is vooral een Europeaan, maar in Europa is hij een Nederlander en in Nederland een Nijmegenaar). Onze Nederlandse identiteit kan ook in eigen land aangesproken worden door transnationale contexten: het Eurovisie Songfestival, het WK voetbal, zelfs een oorlog, een nationale ramp of een nationale feestdag. De meervoudige, dynamische en relatieve identiteiten drukken hun stempel op de diverse collectieven waaraan we deelnemen en genieten zo verschillende maten van erkenning en respect. Iemands identiteit als lid van een natie wordt gestaafd door documentair bewijs en gereguleerd door de staatsmacht; iemands identiteit als deelnemer aan illegale muziek-uitwisselingsprogramma's is volkomen vrijwillig en komt tot stand door het ruilen van muziekbestanden, formeel in strijd met de wetten van de natie. De meesten van ons weten evenwicht te brengen in de gecompliceerde eisen die onze diverse identiteiten aan ons stellen, en soms gebruiken we zelfs een identiteit om een andere te verhullen. Deze attributen van de 'identiteit' waarover mensen beschikken, lijken ook in niet-menselijke entiteiten voorhanden: auto's, instellingen en zelfs naties. Met het essentiële verschil dat zulke attributen niet gevoeld worden, maar discursief toegeschreven: de identiteiten die aan een natie worden toegeschreven kunnen variëren van wat ze zelf verklaart (grondwet) tot wat men ervan hoopt (de droom van de immigrant), van opgelegde iconen (klompen en tolerantie) tot wat actief wordt verdrongen (nationalisme).

De combinatie van identiteit en Cultuur kan even rechtstreeks tot stand komen als het voornoemde distinctieproces, of kan opkomen langs de weg van iconen en aspiraties. Voeg bij dit mengsel de 'natie' (als een onmisbare fictie) en we hebben mogelijk het begin van een merkstrategie. Net als de swoosh van Nike wekt de iconische nationale Cultuur onmiddellijk voor de hand liggende associaties die het vertrouwde (de gematerialiseerde hoogtepunten van de historische Cultuur) koppelen aan het gewenste (onze aspiraties als nationale cultuur), en dat in een soort steno dat werkt dankzij de specificiteit van de verwijzing en de ambiguïteit van de betekenis.

Zijn er uitdrukingsvormen, culturele modaliteiten, die meer dan andere verbonden zijn met het project van de natie en de nationale identiteit? Dat is een lastig te beantwoorden vraag, maar er zijn redenen om het aan te nemen. Historisch, en via de processen beschreven door Hobsbawm en Ranger, worden sommige vormen, de zeventiende-eeuwse Nederlandse schilderkunst bijvoorbeeld, sterk geassocieerd met een rijk ontwikkelde nationale cultuur, met het hele project van nationale expansie en met de hiërarchisering van naties in dat tijdperk. Als we naar onze eigen tijd kijken, lijken andere vormen, vooral die waarin taal een voorname rol speelt (literatuur, theater, film, radio en tv, liederen), bij uitstek geschikt om de herinneringen en ervaringen van volk en natie over te brengen. De beeldende, ruimtelijke en muzikale kunsten kunnen dat natuurlijk ook, maar het samengaan van taal en natie in die andere vormen geeft ze een bijna onontkoombare kracht.⁴ Deze verschillen worden gecompliceerd door de maatschappelijke organisatie van de Cultuur, en die organisatie is in de afgelopen eeuw drastisch veranderd. Vóór de twintigste eeuw en de daarin opkomende democratisering van politieke invloed en publieke uitdrukingsmiddelen (de eeuw waarin vrouwen eindelijk stemrecht kregen en nieuwe communicatiekanalen werden opengelegd door de film, goedkope druktechnieken en radio en televisie) bestond er in Nederland een relatief nauwe samenhang tussen de Culturele elites en de economische en politieke elites, en dus een nauwe samenhang tussen Cultuur en natie. Maar de twintigste eeuw bracht geleidelijk nieuwe patronen mee die de samenhang tussen die drie domeinen hebben doorbroken. Vooral na de Tweede Wereldoorlog werd de Cultuur weliswaar nog altijd gestuurd en gestimuleerd door de natie (subsidies), maar de relevantie ervan werd in toenemende mate bepaald door de markt.

De expliciete herpositionering van de Cultuur als een zaak van de markt betekende dat kunstenaars die uit waren op een internationale carrière moesten leren vertrouwen op hun individuele marketing – en zich zo in de kijker spelen van transnationale smaakdoelgroepen – en minder op een bepaalde natie en haar smaakelites. Hier profiteren juist de niet op taal gebaseerde kunsten – ongehinderd door vertaalproblemen – van een gemakkelijker toegang tot transnationale markten. De verschuiving naar markt-Cultuur betekende ook dat het publiek met zijn voeten kon gaan stemmen om te kiezen tussen transnationale Cultuur of Nederlandse Cultuur; zo werd de kloof tussen natie en Cultuur wijder. In deze context wordt mediaspecificiteit steeds belangrijker. Het medium film, bijvoorbeeld, wordt al zo lang gedomineerd door Hollywood dat de Hollywoodfilm, zelfs in Nederland, het gangbare idioom is geworden, waartegen de Nederlandse film afsteekt als een uitzonderlijk en exotisch dialect. Hetzelfde geldt voor de populaire muziek. Hoe hebben op taal gebaseerde media dan kunnen terugvechten? Misschien ligt het antwoord niet in de tekst, in het werk zelf, maar in het format. Het pluriformiteitsprincipe van het Nederlands omroepbestel is hier misschien te zien als een voorbeeld dat navolging verdient. Het Nederlandse omroepbeleid is niet alleen vrij uniek, maar het weerspiegelt ook een vrij uniek idee van een natie als een samenstel van verschillende stemmen, en niet het idee van een homogene denkbeeldigheid dat van bovenaf wordt overgedragen. Dat de binnenlandse televisieproductie, evenals de andere op taal gebaseerde kunsten, bijdraagt aan het vormen van de nationale ervaring, dient als een bewaarplaats van aspecten van de nationale herinnering en spreekt in de eigen taal, versterkt slechts haar band met die natie.

Wat nu?

Subsidies blijven voor een collectief de effectiefste manier om greep te houden op zijn representatie. Maar nu de logica van de neoliberale staat ondergeschikt is aan de mondiale stroom van goederen en diensten, moeten we zorgvuldig nadenken over de vraag wiens Cultuur door deze staat wordt ondersteund. We leven nog altijd in de schaduw van een Cultuursysteem dat werd gedomineerd door een smaakaristocratie; het ligt ingebed in onze geschiedenis en onze instellingen en het geniet het voordeel van ‘vanzelfsprekendheid’. Maar nu ons cultuurmengsel verandert onder de invloed van migratie, een veranderende Europese omgeving en een herdefinitie van Cultuur als productie voor de markt, hoe moet ons subsidiesysteem dan reageren? Moeten we onze marges verleggen en niet langer de krachten van de ‘goede smaak’ ondersteunen, maar ons richten op nieuwkomers met bijzondere culturele behoeften? Moeten we omarmen wat populair is, in de hoop een groter publiek te bereiken? Moeten we het werk van taal en herinnering – en het project van de ‘nationale identiteit’ – ondersteunen en nieuwe criteria ontwikkelen voor collectieve steun? Moeten we inzoomen op de structuur van de Cultuur en de nadruk leggen op de sleutelrol van een concept als pluriformiteit in het definiëren van de Nederlandse nationale identiteit, en steun geven aan de kanalen die nodig zijn om die pluriformiteit tot bloei te brengen? Of moeten we onze inspanningen verdubbelen om Cultuur tot nationale icoon te maken, het esthetische equivalent van de Delfts blauwe molentjes, de klompen en de kussende Volendamertjes, een zwevende betekenaar die de onderliggende verschillen en diversiteit gladstrijkt? Een eenvoudig antwoord is er niet. Nu we de eenentwintigste eeuw binnengaan en de oude banden tussen natie en smaak zwakker worden, zal het alleen maar belangrijker worden hoe we de vraag stellen.

William Uricchio is professor en hoofd Comparative Media Studies aan het Massachusetts Institute of Technology en professor Historische mediavergelijking aan de Universiteit Utrecht.

- 1 - Het programma van de European Science Foundation was getiteld *Changing Media, Changing Europe*, het project waaraan ik in dat kader leiding gaf was *Media and Identity: Homogenization and Diversity*.
- 2 - Eric Hobsbawm en Terence Ranger (red), *The Invention of Tradition*, Cambridge 1983.
- 3 - Howard S. Becker, *Art Worlds*, Berkeley 1982; Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Cambridge MA 1984.
- 4 - Hiermee wordt niet ingegaan op het probleem van vertaling, hetzij van woorden of van programmaformats, waarin het vreemde wordt gelokaliseerd. Niettemin blijft het spoor van de taal onvermijdelijk een van de steunpilaren van de natie.

Laat de telers komen

Sacha Bronwasser in gesprek met Jan Debbaut

034

Cultureel
profiel

Gesprek met Jan Debbaut

Een bescheiden kamer in een oud gebouw achter de Tate Britain. Antracietkleurig tapijt, twee tafels en een telefoon en drie tekeningen van René Daniëls aan de muur. Jan Debbaut, hoofd Collecties van de Tate Gallery in Londen, voelt zich er sinds 2003 als een vis in het water. Twee aankopen per dag en een wereldnaam hoog te houden – dat is hard werken, groot denken, groots uitgeven en tegelijkertijd de hand op de knip houden. Alles een maatje, nee, vele maten groter dan hij in Nederland gewend was. ‘De Tate is een Ferrari. Druk het gaspedaal in en je rijdt honderdveertig. Maar lekker tuffen is er niet meer bij, dat is ook wel eens een nadeel.’

Veertien jaar lang was hij directeur van het Van Abbemuseum in Eindhoven. Nu hij niet meer in Nederland werkt, ziet hij van een afstand hoe Nederland als culturele entiteit nauwelijks meespeelt in de wereld. Is daar iets aan te doen? En zo ja, wat? Debbaut doet aanbevelingen in schema’s, agendapunten en driestappenplannen – met het risico dat het er vier hadden moeten zijn, zegt hij terwijl zijn armen geregeld de lucht in vliegen. ‘De wereld is veranderd. De vraag is of Nederland wil meedoen.’

‘Hoe Nederland denkt dat er in het buitenland tegen Nederland aan wordt gekeken, strookt niet met de werkelijkheid. Dat zie ik duidelijker nu ik er een tijd weg ben. Ook mijn eigen beeld destijds was vertekend. Toen ik nog in Eindhoven werkte, dacht ik dat de Nederlandse kunst en kunstwereld belangrijk was in de wereld.

Ik merkte dat dat niet zo was toen het getouwtrek rond het Stedelijk Museum begon. Het stortte in, er gebeurde helemaal niets meer. Ik dacht: nu zal de hele wereld toch wel wakker worden en protesteren? Maar nee, dat was absoluut niet het geval. Het Stedelijk bestaat niet meer in de beleving van het buitenland. Dat kan wel terugkomen, maar over de grens is daar echt niemand mee bezig.

Ander voorbeeld: ik zag onlangs een prachtige expositie van Stanley Brouwn in het Van Abbemuseum. Kom ik hier terug: daar heeft men nog nooit van hem gehoord! Geen enkele voorstelling van! In mijn ogen was en is dat een belangrijke Nederlandse kunstenaar, maar elders niet.

In de Tate-collecties zitten niet of nauwelijks Nederlanders. Mijn medewerkers reizen naar Berlijn, Warschau, Madrid, Sint-Petersburg – maar niet naar Nederland. Dat wij dat in Nederland niet doorhadden of -hebben, ligt aan een typisch Nederlandse eigenschap: zelfoverschatting.’

‘De vraag naar culturele profilering van Nederland gaat uit van een heel ander, maar ook heel Nederlands idee: dat van de maakbaarheid. Dat is een illusie. Men denkt: als we maar genoeg geld hebben en het op die en die manier uitgeven, dan komt het wel goed. Het is echter ingewikkelder dan dat.

Eigenlijk gaat het over drie dingen. De eerste factor heb je niet in de hand. Hoe goed of hoe slecht is de kunst die gemaakt wordt? De tweede factor is wel te beïnvloeden. Hoe is je distributiesysteem? Kortom: hoe functioneren de musea, de galleries, de veilinghuizen, de beurzen? En ten derde: hoe is je communicatie? Dat gaat niet alleen over publiciteit en critici, maar ook over gastcuratoren, freelancers die in allerlei landen werken en informatie uitwisselen. Hoe zorg je ervoor dat men je kent?

07/28

Ik ga ervan uit dat het culturele imago van Nederland, de genoemde culturele profilering, niet maakbaar is. Maar de condities om Nederlandse kunst te leren kennen kunnen wel verbeteren. Daarmee begint het.

Over mijn eerste punt kan ik kort zijn. De Nederlandse kunst is niet beter of slechter dan elders, die is af en toe juist zeer goed. Marijke van Warmerdam, Edwin Zwakman, Joep van Lieshout, De Rijke De Rooij, noem maar op. Prima werk.

Tot mijn grote genoegen zie ik jongere kunstenaars meer op pad gaan, risico's nemen, internationaal opereren. Een gezonde, geëmancipeerde, moderne houding – meer dan voorheen.

Het gaat om wat er in het vervolg mee gedaan wordt. Laat ik zeggen: het is niet omdat de bonen niet op het schap staan, dat de bonen slecht zijn. Ze stáán er gewoon niet.'

'Mijn kritiek begint bij mijn tweede punt: de distributie door de musea en het hele commerciële circuit. Musea moeten coproducties doen, uitwisselingen, samenwerken. Alleen zo ontstaat er een vertrouwensband, en die heeft Nederland momenteel niet. Er is geen reciprociteit, geen wederkerigheid, terwijl die er in het verleden wel was. Er was een netwerk, dat is nu weg.

Dan de galleries, de dealers, de veilinghuizen. Die sector is heel intern gericht, niet op expansie. Het werk van Marlene Dumas is momenteel een wereldsucces. Daar wordt harder aan getrokken door haar Antwerpse galerie (Zeno X) dan door haar Nederlandse galerie. Je moet het heel algemeen zo zien. Ervan uitgaande dat ik níet naar Nederland ga, zoals zovelen; hoe kan ik dan op de hoogte zijn? Ik zou die kunst op de grote internationale beurzen moeten zien, maar de actieve galeristen zijn er te weinig in aantal. Natuurlijk heeft dat ook te maken met het geringe aantal verzamelaars in Nederland. Het zijn er heel weinig en ze profileren zich niet actief. Hier, in de Tate alleen al, heb ik te maken met honderd tot hondervijftig verzamelaars. Neem België: dat land drijft op verzamelaars. In Nederland mis ik dat sociale gegeven. Het zijn er misschien tien, terwijl in een ander land het er tweehonderd zijn.

En hohoho, hoezo heb je dat niet in de hand? Heeft Nederland zich wel eens afgevraagd hoe het komt dat er eigenlijk zo weinig verzamelaars zijn? Als je in Nederland, waar de laatste jaren ontiegelijk veel geld verdient is, dezelfde belastingaftrekbaarheid zou hebben als er in andere landen voor bijvoorbeeld de non-profit sector is, dan zul je eens opkijken hoeveel geld er in beweging komt!

Als ik destijds in de regio Eindhoven, waar veel ondernemers zitten, belastingvoordeel had kunnen aanbieden, dan had ik heel andere tentoonstellingen kunnen maken. Voorzover het mogelijk was, heb ik het gedaan. Ik had de eerste sponsorclub van Nederland; mijn hele verzamelbeleid daar is door privé-personen gefinancierd. En door de Mondriaan Stichting, laat ik dat niet vergeten.'

'Dan mijn derde punt. Er is op internationaal niveau een heel circuit, of meerdere circuits, van goede publicisten en gastcuratoren die internationaal opereren en heel bewust 'hun eigen' kunstenaars meenemen. In dat circuit wordt heel veel informatie uitgewisseld en daarmee organiseert men weer nieuwe dingen. Daar zie ik heel weinig Nederlanders tussen. En hoe kunnen de anderen nu iets met Nederland doen als ze er te weinig over horen? In die mensen, uit die circuits, moet je dus investeren. Laat ze komen, en laat ze keuzes maken. Zeg dus niet: ik heb een prachtige tentoonstelling gemaakt, wil uw museum in Chicago die overnemen? Elke zichzelf respecterende conservator zal zeggen: ja maar, dat is niet mijn keuze. Haal dus die man of vrouw uit Chicago naar Nederland en zeg: hoe had

u het gewild? Als u het niet kent, kom dan kijken op onze kosten! Investeer in belangstelling. Kunst is geen kaas of bloembollen, je kunt het niet exporteren. Om in die terminologie te blijven: er is een potentieel aan zaadjes en je moet de telers laten komen. Niet de retailers!

Ik heb tweemaal de inzending voor de Biënnale van Venetië verzorgd. Beide keren ben ik langer bezig geweest met de lijsten met Nederlandse gasten voor het Nederlandse diner te regelen en de ruzies daaromtrent te sussen, dan met te denken: waar zijn de belangrijkste critici, de pers, de verzamelaars? Waarom zat ik niet aan tafel met Barbara Gladstone, die deze kunstenaar misschien wel tentoon zou willen stellen? Daar waren de tijd en de middelen niet voor, dat vond men niet belangrijk. 't Was toch vooral een leuk uitje? Maar je bent daar verdorie op een beurs, en daar sta je om je product te verkopen.'

'De wereld is veranderd, en de vraag is wat Nederland, dat momenteel in de periferie ligt, gaat doen om weer mee te draaien.

Je kunt ervoor kiezen om het op de manier van de grote spelers te doen. Dat betekent dan dat musea bijvoorbeeld hun publiciteit niet zelf verzorgen, maar uitbesteden aan uiterst professionele bureaus waarvan er maar een paar in de wereld zijn. Iedereen huurt die in – behalve Nederland. Kost een smak geld, maar je bent verzekerd van aandacht, de juiste schrijvers, wereldwijde pers.

Dat betekent dus dat het geld dat daarin gaat zitten niet aan iets anders besteed kan worden.

Dat betekent ook dat je musea aan branding moeten gaan doen, misschien ook aan franchising. De Tate Gallery haalt eenderde van haar inkomsten uit commerciële activiteiten en richt branches op in Latijns-Amerika, China, het voormalige Oostblok. De vraag is of dat mogelijk is voor Nederland, en ook of dat wenselijk is. Een andere, voor Nederland misschien betere manier is om je niet te conformeren, maar op zoek te gaan naar niches, de gebieden waar de grote spelers nog niet actief zijn. Je als musea, en dus ook als land, te specialiseren.

Ik geef weer een voorbeeld uit het Van Abbemuseum omdat ik dat nu eenmaal goed ken: ik vind het slim dat Charles Esche, mijn opvolger, niet wil gaan opboksen tegen grote musea als de Tate of het MoMA. Hij heeft zich als klein museum gelieerd aan de Biënnale van Istanbul en betreft, heel verstandig, zijn staf daarbij. Vandaar wordt het hele achterland van het Midden-Oosten en het Oosten voor hem geopend, de zijderoute, noem maar op. Hij bouwt met zijn museum kennis op over een gebied dat nog niet helemaal geëxploiteerd is. Rem Koolhaas heeft ook zo'n niche gecreëerd – een vreemd gebied tussen architectuur, urban culture, vormgeving, fotografie en meer. Dat heeft een enorme aandacht gegenereerd en mensen meegesleept en werkt nu heel internationaal.

Het zoeken van niches kan dus ook een strategie zijn. Het betekent dat het subsidiegeld in Nederland op een andere manier verdeeld moet worden: niet meer dat uitsmeren over al die instellingen en aanvragers zoals dat nu gaat, maar investeren in de spreekwoordelijke loslopende gek met een goed plan. Met het risico dat er 'ns een krasje op komt of iets ontploft. Maar alles beter dan mooi, beheersbaar, duurzaam en gelijkelijk verdeeld – en uiteindelijk onzichtbaar.'

Sacha Bronwasser werkt als freelance kunstjournalist voor *de Volkskrant* en *Vrij Nederland*, geeft lezingen en interviewt voor publiek over onderwerpen binnen de beeldende kunst en de kunstzinnige film. Ook is zij geregeld betrokken bij het organiseren van tentoonstellingen en festivals.

Cultuur en politiek

037

Cultuur en
politiek

08 – 14/28

Wederzijds engagement Cultuur en politiek

038

Cultuur en
politiek

Inleiding door Ben Hurkmans

08/28

Het hoofdredactionele artikel in de Volkskrant van 27 november 2004 was volledig gewijd aan 'Politiek en kunst', zoals de kop dan ook luidde. Dat mag gerust een unicum heten. Ik heb het daarom uitgeknipt en bewaard.

Directe aanleiding was de behandeling van de cultuurbegroting in de Tweede Kamer diezelfde week. Dat leverde het inmiddels bekende 'deerniswekkende schouwspel' op waarin 'kunstinstellingen zich verlagen tot ongegeneerd bedelen en lobbyen bij politici. Die het op hun beurt niet kunnen laten voor Sinterklaas te spelen. (...) Stroigoed dat de beste bedelactie beloont, niet de beste artistieke prestatie.'

Dit vierjaarlijks terugkerende schouwspel 'ondermijnt niet alleen de geloofwaardigheid van de politiek, maar ook die van de kunstwereld zelf'. Schrijft de hoofdredactie. Ferme taal, gevolgd door twee boude aanbevelingen.

'In de eerste plaats: voor grote kunstinstellingen met een nationale betekenis, zoals het Rijksmuseum en de Nederlandse Opera, moet een apart systeem komen met langer lopende subsidierondes. Voor de kleintjes moet er een financiële drempel komen, in welke vorm dan ook.

In de tweede plaats: de politiek moet meer afstand betrachten tot de kunst. De Britse Arts Council zou een voorbeeld kunnen zijn. Die verdeelt zelfstandig de subsidies, de politiek controleert alleen achteraf.'

De eerste aanbeveling komt neer op een mooie pragmatische oplossing voor een vooral praktisch probleem. De relatie tussen kunst en politiek zal er niet op een essentiële manier door veranderen.

De tweede is een voorbeeld van een typisch Nederlandse reflex: de relatie tussen kunst en politiek deugt niet, dus laten we de afstand tussen beide vergroten. Nog even los van de vraag of die grote afstand kenmerkend is voor de Arts Council in Engeland, ik betwijfel dat – is deze oplossing niet juist het probleem? Is er niet juist een te grote afstand tussen beide gebieden? Zou het niet goed zijn wanneer kunstenaars zich intensiever met politieke onderwerpen van belang zouden bemoeien en politici zich intensiever zouden verhouden tot de kunsten? Zou dat niet eerder het 'deerniswekkende' gedrag over en weer uitbannen?

Deze vragen worden, in weerwil van het Thorbeckedogma dat kunst geen regeringszaak is, de laatste tijd steeds vaker gesteld. Niet alleen over het landelijke kunstbeleid, maar zeker ook over het internationale kunst- en cultuurbeleid. Sterker: het is bij uitstek door de internationale oriëntatie van kunstenaars en beleidsmakers dat de vanzelfsprekendheid ter discussie wordt gesteld van het dogma van de – al te – gepaste wederzijdse afstand.

Voor Els van der Plas, directeur van het Prins Claus Fonds, zijn cultuur en politiek nauwelijks van elkaar te scheiden. Die ervaring heeft zij met projecten en prijzen voor kunstenaars uit 'moeilijke' landen in Afrika, Azië en het Midden-Oosten. Als een 'Amnesty voor cultuur' ondersteunt het fonds de onderdrukte kunstenaars in die landen om zo de aandacht van de wereld te richten op hun werk – waaruit altijd hun uitgesproken engagement spreekt met de cultuur van hun land – en daarmee ook op de benarde

politieke situatie van hun land. Daarbij staat de kwaliteit van het werk altijd voorop, zegt Van der Plas, maar is, bij voldoende kwaliteit, het engagement van een kunstenaar doorslaggevend.

In het beleid van het Prins Claus Fonds zijn kunst en politiek welbewust en nauw met elkaar verweven, er wordt hier op het scherp van de snede geopereerd. En juist vanuit die ervaring benadrukt Van der Plas dat zij huiverig is om cultuur louter als middel in te zetten in een politieke situatie en waarschuwt zij voor al te hooggespannen verwachtingen van het *politieke* effect van de interculturele dialoog. Die intussen wel gevoerd moet blijven worden.

Dragan Klaić is in staat een interculturele dialoog *met zichzelf* te voeren. Want hij is zogezegd een kosmopoliet van de oude stempel. Geboren en getogen in voormalig Joegoslavië (Servië, Belgrado), gestudeerd aan Harvard en sinds het uitbreken van de burgeroorlog begin jaren negentig woonachtig en werkzaam in Nederland – tot een paar jaar geleden als directeur van het Theater Instituut Nederland en hoogleraar theaterwetenschap in Amsterdam.

Geen wonder dat hij in zijn essay uitkomt bij het nastreven van een Europese culturele identiteit – als tegengif wel te verstaan tegen de opnieuw sterk opkomende behoefte aan nationale identiteit. Na de ‘Wende’ kenden we deze nostalgische tendens van de voormalige Midden- en Oost-Europese landen, maar inmiddels is ook Nederland zelf vergeven van vaderlands-geschiedkundige, literair-wetenschappelijke en culturele canons die ons onze nationale identiteit moeten (terug)geven. Voor een beetje nomadische ziel – zoals veel kunstenaars zijn – een weinig aantrekkelijke, om niet te zeggen beangstigende ontwikkeling!

Actieve bevordering van een Europese culturele identiteit, natuurlijk als een eenheid in verscheidenheid, zal paradoxalerwijs door diezelfde nationale staten moeten worden bepleit – want de lidstaten, ook de oude, zijn erg verknocht aan het subsidiariteitsbeginsel: wat je op nationaal niveau kan doen, moet je niet aan Brussel overdragen. Vandaar het belabberde cultuurbeleid op Europees niveau. Tot dusver.

Want als het aan de voorzitter van de Europese Commissie, de Portugees Barroso, ligt komt daarin verandering. Tijdens een bijeenkomst georganiseerd door het Nexus Instituut in opdracht van de Nederlandse regering ter gelegenheid van het voorzitterschap van Nederland van de Europese Unie, deed hij de uitspraak dat cultuur wat hem betreft belangrijker is voor Europa dan economie. Voorwaar een uitspraak waar velen hem aan willen herinneren en aan willen houden!

Ik hoorde zijn uitspraak nog eens tijdens de uitzending van de VPRO-documentaire *Denkend aan Europa* van Jos de Putter.

In zijn bijdrage aan deze bundel stipuleert De Putter niet toevallig in de eerste zin: ‘Cultuur is terug op de politieke agenda.’ De kunst heeft zich volgens hem in de (post)modernistische periode door de politiek in een getto laten opsluiten. En heeft zichzelf – al te autonoom en ‘losgezongen’ van de andere gebieden van het leven als economie en politiek – in dat getto opgesloten. Wat we in de afgelopen jaren beleven is een tamelijk hardhandige confrontatie van de kunst, van het autonome ‘schone’, met het ‘goede’. Een nieuwe balans tussen beide moet, vindt De Putter, gevonden worden. Daarbij mag de kunst niet minder controversieel worden, want dat is een van haar meest essentiële eigenschappen.

Vervolgens houdt hij, geïnspireerd door de Duitse islamoloog Bassam Tibi en jonge Oost-Europese architecten, een vurig pleidooi voor het inrichten van een nieuwe culturele

ruimte in Europa, vooral in de massamedia en in wat we de publieke ruimte noemen. In plaats van de markt en de politiek stelt De Putter de culturele dimensie voorop in Europa – hij verdedigt met vuur en gearticuleerd dat wat de politicus Barroso zich misschien zomaar achteloos liet ontvallen.

Van de politicus Boris Dittrich is bekend dat hij een kunstbeleid voorstaat dat de autonome positie van de kunst garandeert. Ook tegenover het internationaal cultuurbeleid neemt hij die positie in en dat betekent dat hij het meest gelooft in 'beleid dat de kwaliteit van cultuur versterkt, de intrinsieke waarde van kunst erkent en aansluit bij initiatieven uit de sector zelf'.

Verwijst Dittrich de kunsten dan weer terug naar het getto van het 'autonome schone', waaruit De Putter hen nou juist aan het bevrijden was? Dat niet. Want hij erkent nog twee doelstellingen van internationaal cultuurbeleid, te weten Hollandpromotie en het slaan van bruggen tussen culturen, die beide van cultuurpolitieke en niet van kunstintrinsieke aard zijn.

Om de spanning op te lossen die het samenbrengen van deze op het oog tegenstrijdige doelstellingen noodzakelijkerwijs oproept, komt de politicus Dittrich wel met concrete voorstellen.

Allereerst beveelt hij aan de aansturing van de cultureel attachés niet door het ministerie maar door een fonds te laten plaatsvinden, dat immers 'primair werkt uit cultureel belang'.

Als argument voor deze aanbeveling gebruikt Dittrich de bekende tegenstelling tussen Buitenlandse Zaken (cultuur als smeermiddel voor internationale betrekkingen) en OCW, en de fondsen als vooruitgeschoven posten (belangenbehartiger van cultuur).

Die tegenstelling, zo die al ooit bestaan heeft, is allang een fictie. Dat neemt niet weg dat het in sommige regio's en landen effectiever kan zijn om minder gouvernementeel te opereren. Het ligt dan voor de hand om niet op een ambassade of consulaat kantoor te houden, maar zelfstandig als kunstagentschap te functioneren. Dit model wordt bijvoorbeeld zeer succesvol gebruikt door de Zwitserse arts council Pro Helvetia.

Maar ook de keuze voor dit model zou er mijns inziens nooit toe moeten leiden dat de afstand van de politiek, van de rijksoverheid, tot de strategische keuzen in het internationaal cultuurbeleid wordt vergroot. Integendeel. Op strategisch cultuurpolitiek niveau kan de overheid haar verantwoordelijkheid juist beter en gegronder nemen als de uitvoering van het internationaal cultuurbeleid op onderdelen non-gouvernementeler wordt. Het cultuurdebat in de Tweede Kamer wordt er alleen maar beter op!

Onder verwijzing naar het Institut du Monde Arabe in Parijs bepleit Dittrich verder een intensivering van de culturele banden met de herkomstlanden Turkije en Marokko. Hij ziet hier eveneens een rol weggelegd voor de Europese Unie en vindt dan ook dat het cultuurbudget van de Unie drastisch omhoog kan en moet.

Met de expositiereeks *Contemporary Arab Representations* lijkt Catherine David, voormalig directeur van Witte de With, zich precies te bewegen op het snijvlak van kunst en politiek. Zij articuleert waarschijnlijk dáárom haarscherp wat kunst en wat politiek voor haar is. Elk kunstwerk is voor David altijd zowel politiek als esthetisch. 'Het gaat over het definiëren van standpunten en mogelijkheden, wellicht leidend tot conflicterende interpretaties.' Zij preciseert haar opvatting met uitspraken van de Franse filosoof Jacques Rancière, die een zeer genuanceerde visie heeft op de relatie tussen politiek en kunst. Kunst is niet politiek wegens een boodschap over sociale en politieke kwesties. Kunst is ook niet politiek wegens het weergeven van structuren, conflicten of identiteiten.

Kunst is politiek doordat zij juist afstand bewaart. Kunst is politiek, zoals politiek ook kunst is.

Het is in overeenstemming met deze visie dat ik pleit voor een intensievere wederzijdse betrokkenheid van kunstenaars en politici, elk vanuit hun eigen vak, bij de wereld. Zij hebben elkaar meer te bieden dan de betrekkelijke en wederkerige onverschilligheid die er in Nederland op dit moment tussen hen bestaat. Een grotere betrokkenheid bij de samenleving siert beiden.

De bijdragen in deze bundel over internationaal cultuurbeleid maken één ding duidelijk: kunst en politiek, niet alleen kunnen ze niet zonder elkaar, zij bestaan niet zonder elkaar.

Ben Hurkmans is sinds 1998 directeur van het Fonds voor Amateurkunst en Podiumkunsten. Daarvoor was hij directeur van de Theaterschool (Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten) en initiatiefnemer en directeur van het Internationaal Theaterschool Festival.

Een curator is geen politicus

Domeniek Ruyters in gesprek met Catherine David

042

Cultuur en
politiek

Gesprek met Catherine David

09/28

In de afgelopen jaren werkte Catherine David intensief aan *Contemporary Arab Representations*, wat heeft geleid tot tentoonstellingen in Rotterdam, Barcelona en Umeå (Zweden) en twee meertalige (Engelse, Spaanse en Arabische) edities van het tijdschrift *Tamáss*. In voorbereiding is een tentoonstelling over Irak, die in december 2005 in Kunst-Werke Berlin wordt geopend en verder wordt ontwikkeld in Fundació Tàpies Barcelona. *Contemporary Arab Representations* heeft David eens te meer de naam bezorgd een politiek geïnteresseerde curator te zijn, maar uit het gesprek blijkt dat dit beeld enige bijstelling behoeft.

Je hebt altijd een sterke politieke interesse getoond als tentoonstellingsmaker. Is daar een speciale reden voor?

—

‘Een aantal mensen beweert dat ik in drie jaar Rotterdam alleen maar aandacht heb besteed aan het Midden-Oosten, wat helemaal niet waar is. We hebben ook heel veel andere kunst getoond, van bijvoorbeeld Peter en Alisson Smithson, jonge Mexicaanse kunstenaars, Peter Friedl en Ulrike Ottinger. Verder kan ik in reactie op je vraag zeggen dat elk kunstwerk, of het nu gaat om literatuur, cinema, muziek of beeldende kunst, altijd politiek en esthetisch is. Het gaat over het definiëren van standpunten en mogelijkheden, wellicht aanleiding gevend tot conflicterende interpretaties. Om misverstanden te vermijden en mij verre te houden van simplificering zou ik de Franse filosoof Jacques Rancière willen aanhalen: ‘Art is not political because of the messages and feelings that it carries on the state of social and political issues. It is not political because of the way it represents social structures, conflicts or identities. It is political by virtue of the very distance that it takes from those functions. It is political as it frames a specific space-time sensorium, as it redefines on this stage the power of speech or the co-ordinates of perception, shifts the places of the actor and spectator, etc. Because politics is not the exercise of power or the struggle for power. Politics is first of all the configuration of a space as political, the framing of a specific sphere of experience, the setting of objects posed as ‘common’ and subjects to whom the capacity is recognize to designate these objects and to argue about them’ (*Malaise dans l’esthétique*, Galilée 2004). Voor alle duidelijkheid, en opnieuw om de misverstanden en de systematische simplificering te vermijden die iedere poging tot serieus denken over de complexe relaties tussen esthetiek en politiek verijdelen, zouden we nog even moeten doorgaan met citeren:

‘In these terms there is an esthetical dimension immanent to politics. The suppression of this aesthetic is called consensus’ (idem).

Ik vrees dat een reële en serieuze discussie over deze kwesties in Nederland op dit moment vooral belemmerd wordt door de ontwikkeling en verbreiding van een consensuscultuur, die niet veel ruimte laat voor een alternatieve analyse en alternatieve geluiden.’

Er is dus geen tentoonstellingspraktijk zonder politiek handelen?

—

‘Het beste is te erkennen dat er een relatie is en niet te suggereren dat het maken van tentoonstellingen een neutrale handeling is, zonder enige sociale of politieke implicatie.

Tegelijkertijd zijn er tal van manieren om die relatie in te vullen. Neem de kunsthistoricus Serge Guilbaut, die in een studie overtuigend aangaf hoe de abstract-expressionistische avant-garde in de Verenigde Staten is ingezet om een wereldwijd Amerikaans cultureel imperium op te richten. Dit beleid werkt nog steeds door in het MoMA en is te beschouwen als een treffend voorbeeld van cultuurpolitiek. Aan de andere kant kun je de schilder Robert Ryman ook als een politiek kunstenaar beschouwen zoals Hans Haacke. Hij opereert alleen binnen een afwijkend paradigma; zijn deconstructie van de materialiteit van de schilderkunstige ruimte biedt een verbazingwekkend kritisch gebaar.'

Tijdens Documenta X in 1997 koppelde je politiek demonstratief aan poesis. Wat was je bedoeling daarmee?

—
'Ik zal dat wel gedaan hebben om de complexe articulaties tussen politiek en esthetiek te beschouwen en te tonen die sinds de late jaren vijftig zijn ontwikkeld in kunstwerken. En om ruimte te bieden aan verschillende perspectieven en genealogieën van wat 'kritische kunst' wordt genoemd.'

Liggen politiek en esthetiek werkelijk zo ver uit elkaar? Is er niet steeds meer overlap? Is de tentoonstellingsruimte niet steeds vaker een plek waar verschillende vormen van politiek elkaar ontmoeten?

—
'Het is onvermijdelijk onder de complexe omstandigheden die Jacques Rancière hiervoor analyseerde. Uiteraard kan de kunst ruimte een inventarisatie van politiek bieden, maar dat is niet wat je van een artistiek werk verwacht. Van kunst verwacht je dat er iets geopend wordt, iets wordt voorgesteld, uitgevonden, mogelijk gemaakt. Een nieuwe configuratie van sensaties en betekenissen. Dat is het grote verschil met de oplossingen die veel mensen, politici voorop, zich wensen. Kunstenaars zijn geen dokters. Het is niet hun taak oplossingen te bieden. Ik vind het pervers en getuigen van politiek opportunisme, als men van kunst verwacht dat het een oplossing moet bieden voor een probleem dat de politiek almaar niet kan oplossen.'

Het lijkt er echter op dat de politiek daar anders over denkt en kunst en cultuur juist steeds vaker inzet met een politiek oogmerk. Cultuur wordt steeds meer als een politiek instrument aangewend, gericht op specifieke vraagstukken, zoals het probleem van de integratie van islamitische culturen in de Nederlandse samenleving. Was jij je van deze lading bewust toen je met Contemporary Arab Representations begon?

—
'Van het begin af wil dit project bijdragen aan de consolidatie van kritisch platforms die, onder soms zeer moeilijke omstandigheden, in de regio zijn ontwikkeld. De uitdaging is de productie, circulatie en uitwisseling te bevorderen van projecten door veel verschillende makers (beeldend kunstenaars, schrijvers, architecten en stedenbouwkundigen, intellectuelen maar ook personen uit het sociale en politieke leven) tussen de verschillende centra van de Arabische wereld enerzijds en de rest van de wereld anderzijds. Om die reden ook was het project van het begin af op lange termijn gepland, met inbegrip van seminars, publicaties, reizen, optredens en vele andere begeleidende activiteiten die zouden kunnen ontstaan en zinnig zouden kunnen zijn in de gegeven context. Na de vertoning van een aantal aspecten van het experimenteel en kritisch platform dat de afgelopen tien jaar in Beiroet was ontwikkeld, richtten wij de aandacht

op een aantal werken geproduceerd in hedendaags Cairo. Toen het Beiroetproject werd getoond in Witte de With in Rotterdam, kwamen mensen van het stadsbestuur op me af die vroegen waarom ik geen Marokkaanse of Turkse kunstenaars had uitgenodigd die meer representatief zouden zijn geweest. Dit laat zien in welke verwarring we verkeren. Turken zijn niet Arabisch en natuurlijk zijn er meer Marokkanen dan Libanezen in Rotterdam. Maar in plaats van aan te dringen op instrumentalisering van het project zou ik het productiever hebben gevonden als deze zelfde mensen zouden proberen te begrijpen waarom de hedendaagse cultuur die Libanon produceert inderdaad zo verschilt van de cultuur die Marokkanen in Rotterdam produceren. Ik vrees dat de reden waarom zij niet in staat zijn daarover na te denken heeft te maken met opgelegd communautarisme, bevoogdende en paternalistische zienswijzen en essentialisering van specifieke groepen en cultuur. Het is voor mij in Rotterdam en Nederland meer de vraag hoe de relatie met de Marokkanen kan worden veranderd dan Witte de With of enige andere instelling ertoe aan te zetten iets 'speciaals' te doen om hen te trekken. Een begin zou kunnen worden gemaakt met te begrijpen dat de meeste Marokkanen in de jaren zestig van de vorige eeuw om werk naar Nederland kwamen, voornamelijk uit het Rifgebergte, uit een arm gebied en traditionele gemeenschappen; dat hun integratie beperkt is en hun aanwezigheid nog steeds als 'tijdelijk' wordt beschouwd. Ze blijven bij elkaar, als het ware in een proces van ballingschap. De meesten van hen delen de ervaring van niet erbij horen en zo is de cultuur die ze produceren ouderwetsler dan wat je momenteel in Marokko aantreft. Zij gaan niet naar Witte de With om hedendaagse Libanese kunst te zien, en zullen dat ook niet doen als er niet heel veel verandert.'

Bij het zien van Contemporary Arab Representations valt me op dat jouw interesse in Arabische representatie niet zozeer islamitisch van aard is?

—
'Ook hier zouden we verwarring moeten vermijden. Er is tegenwoordig niet meer islamitische dan christelijke kunst. Behalve specifieke werken die gemaakt worden voor kerk of moskee en religieuze praktijken. Strikt genomen is de enige islamitische kunst misschien, zoals Agnès Devictor ironisch opmerkt, de Iraanse cinema, die geacht wordt strenge theologische regels na te leven (*Politique du cinéma Iranien*, CNRS 2005). Verder is het belangrijk mensen eraan te herinneren dat Arabier niet hetzelfde is als moslim; dat christenen, joden en andere minderheden heel lang in de Arabische wereld hebben geleefd; dat Kabyles en Berbers niet Arabisch zijn; en dat veel mensen afkomstig uit de moslimcultuur niet noodzakelijkerwijs religieus zijn. Bovendien is het Contemporary Arab Representations-project al voor 11 september 2001 begonnen en ben ik ervan overtuigd dat de 'religieuze' verklaring van de gewelddadige situatie waarin we ons nu bevinden een goede manier is om de sociale, economische en politieke aspecten ervan te ontkennen. Het is verbazingwekkend dat er sinds 2001 geen politieke, economische en politieke aspecten meer zijn, maar alleen 'terrorisme'. In plaats van het Amerikaanse staatsterrorisme te steunen zou het veiliger en gepaster zijn je te verdiepen in de motieven van de radicalisering. We zouden serieus moeten zijn en toegeven dat wat we tegenwoordig in Palestina of Irak zien niet veel te maken heeft met islam.'

—
Je werkt heel persoonsgericht, echt als een curator, kiezend voor artistieke kwaliteit. Je kiest als het ware meer op persoon dan op representatie. Plan je de tentoonstellingen niet opzettelijk als correctie op de overheersende vormen van representatie?

‘Nee, al moet ik toegeven dat er na 11 september en de situatie die daardoor is ontstaan bijna niet aan deze polemische en afwerende activiteiten te ontsnappen valt. Voor mij staan onder de omstandigheden waaronder ik momenteel werk de samenwerking met mensen en het mogelijk maken van een betekenisvolle artistieke keuze voorop. Contemporary Arab Representations groeit uit tot een begrip met veel lagen, gebaseerd op een groot aantal bijdragen van mensen die veelal vanuit verschillende instituten ermee bezig zijn. Met elkaar moeten de bijdragen iets van de complexiteit van de regio articuleren en afstand nemen van het simplistische en overheersende idee dat de Arabische cultuur in essentie verbonden is met kalligrafie en kleurrijke abstracte kunst en op de een of andere manier buiten het ‘moderne’ tot stand komt. Verder gaat het er ook om aandacht te besteden aan de vele dimensies en uitdagingen van de esthetische ervaring en niet alleen aan het object. Om die reden kozen we voor ‘representaties’ (en niet voor ‘kunst’) in de titel, om het visuele te beklemtonen natuurlijk, maar ook tekstuele en ideologische representaties.’

Zou je er bezwaar tegen hebben als de tentoonstelling een factor werd in het politieke debat?

‘In Nederland worden posities altijd zo snel geïnstrumentaliseerd. Mensen verwachten voortdurend een oplossing, zonder discussie en verschil van mening. Ik geloof niet dat een dergelijke aanpak een goede tactiek is. Er blijft op die manier geen ruimte voor het onderbreken van de gewone coördinaten van de zintuiglijke ervaring en het hervormen van het netwerk van relaties tussen ruimten en tijden, subjecten en objecten, het gewone en het bijzondere, wat de esthetische ervaring uitmaakt.’

In de begeleidende publicatie van Contemporary Arab Representations, het tijdschrift Tamáss, haalt Gema Martín Muñoz de historicus Samuel P. Huntington aan, die beweert dat cultuur meer en meer een vorm van politiek aan het worden is en politiek meer en meer een vorm van cultuur. De ‘clash of civilizations’ wordt aangewend ter verdediging van de oorlog in Irak, maar Muñoz zoekt de oorzaak elders, niet bij het culturele verschil. Zij ziet het als een politiek conflict.

‘Wat Muñoz nauwgezet deconstrueert is de essentialisering van cultuur waar Huntington van uitgaat. Dat is een zeer oud en goedkoop idee, en hij heeft waarschijnlijk nooit iets begrepen van Edward Saïds boek *Orientalism*. Wat Muñoz duidelijk maakt is dat er geen essentiële en permanente Arabische cultuur is, eens en voor altijd gedefinieerd, zonder beweging en veranderingen, zoals er ook geen Europese cultuur als zodanig is. Het meest uitdagende aspect van Contemporary Arab Representations zou kunnen zijn bij te dragen aan de verfijning van het beeld, het te deëssentialiseren en meer zichtbaarheid te geven aan ideeën en vormen die niets te maken hebben met de propaganda van Huntington.’

Hoe voorkom je als curator te verworden tot een instrument van de heersende politiek?

‘Eerlijk gezegd, en gelet op hoe alles nu gaat, kan ik me niet voorstellen dat een klein programma als Contemporary Arab Representations de zo gecompliceerde Arabische en islamitische culturen kan introduceren op een manier die een regering van dienst is. Ook lijkt het erop dat een minimum aan radicalisme en samenhang in je werk het beste tegengif tegen politieke instrumentalisering is.’

Zou je het erg vinden ingepast te worden in een groter voorlichtingsproject van de regering? Bijvoorbeeld voor islamitische vraagstukken of Europese identiteit.

—
‘Waarom niet? Maar zeker niet onder de noemer van ‘islamitische’ vraagstukken, die ik buitengewoon verdacht vind. En als dat het geval was, zou ik wel gebruik willen maken van een voortreffelijk instituut als het ISIM in Leiden, het Institute for the Study of Islam in the Modern World, dat islamitische culturen wereldwijd bestudeert. Belangrijker dan dit is echter dat ik niet inzie waarom juist onze tentoonstelling voor dit soort doeleinden zou moeten worden ingezet. Uiteindelijk gaat het er toch om interesse te stimuleren en die valt niet van buitenaf op te leggen. Ik ben van jongs af aan opgevoed met respect en belangstelling voor de Arabische cultuur en raakte ermee vertrouwd via vrienden op school en door te reizen. Ik zou niet weten hoe ik de mensen die interesse kan bijbrengen met een tentoonstelling wanneer er alleen maar sprake is van onverschilligheid en onwetendheid. Het kan alleen gebeuren wanneer die belangstelling er al een beetje is. Er zou een minimum aan verlangen en empathie moeten zijn.’

Denk je dat kunst eraan kan bijdragen de situatie in Nederland te verbeteren?

—
‘Dat is moeilijk te zeggen. Zolang je woorden gebruikt als ‘allochtone mensen’. Ik heb mijn twijfels.’

Doet Frankrijk het beter als het aankomt op dit soort kwesties rondom integratie en internationalisering van de cultuur?

—
‘Frankrijk zou het beter kunnen en moeten doen op grond van zijn koloniale (en antikoloniale) geschiedenis en zijn immigratietraditie. Veel tijd en moeite is verloren gegaan in de afgelopen vijftien tot twintig jaar door een gebrek aan politieke intelligentie en moed, door het verzwakken van het republikeins verbond en door grote verwarring rond immigratievraagstukken. Een lange discussie zou noodzakelijk zijn geweest. Het lijdt echter geen twijfel dat er ondanks het racisme en de agressieve gevoelens die je op tal van plaatsen kunt waarnemen ook veel voorbeelden zijn van empathie, van het genieten van een kosmopolitische stad, van experimenten met complexe nabijheden die ik meer zie in Parijs dan elders.’

Betekent dat dat Nederland een structureel probleem heeft, waar niet veel aan te doen is?

—
‘Natuurlijk valt er iets aan te doen. En er gebeurt al veel. Kijk maar naar het Internationaal Filmfestival Rotterdam met zijn programma’s van niet-westerse films. Het is wel zaak de mensen te confronteren met ingeslopen mechanismen. Zo’n woord als allochtoon (niet-westerse immigrant) is een vreselijke term, autoritair en discriminerend. Nederland wordt geacht een liberale traditie te hebben, maar op het moment is alles erg van ‘raak me niet aan en ik raak jou niet aan’. Alles zit vast in de polder. Bij Nederland heb ik altijd heel sterk het gevoel in het eindstation van Europa, het continent te zijn. Zelfs in Londen, niet bepaald mijn favoriete stad, ervaar ik meer Europese dynamiek. Nederland is ook zo op Amerika gericht, meer dan enig ander land van Europa. Zo materialistisch en belust op geld.’

Een valse start

Merk- en identiteitspromotie in internationale culturele betrekkingen

Cultuurbeleid is een bij uitstek Europese uitvinding, die de laatste zestig jaar door vrijwel alle regeringen op het vasteland intensief is ontwikkeld. Het is gebaseerd op de wijdverbreide overtuiging dat de opbouw van een extensieve en voor alle lagen van de bevolking toegankelijke culturele infrastructuur een algemeen belang is, dat de samenleving ten goede komt en haar welzijn bevordert. Deze nobele overtuiging is in de loop van de tijd echter verontreinigd door de ideologische partijdigheden en rivaliteiten van de Koude Oorlog en is meer recentelijk ten prooi gevallen aan de neoliberale ideologie, die marktwerking bejubelt als een magische formule. Bovendien is ze ondermijnd door het streven van veel regeringen om de overheidsuitgaven te beperken en zich terug te trekken uit een aantal traditionele domeinen van staatsbemoeienis.

Zo getuigt al het modieuze gepraat over publiekprivate partnerships van hun verlangen een deel van de overheidslasten af te schuiven op de private sector, zij het op nog altijd niet gespecificeerde voorwaarden. De notie van cultuur zelf is gewijzigd door de explosieve groei van de cultuurindustrie (design, mode, bepaalde soorten muziek, film, uitgeverij) naast de traditionele institutionele matrix van kunsten, cultureel erfgoed, bibliotheken enzovoort. Daar komt bij dat de regeringen meer specifieke resultaten zijn gaan verwachten van hun investeringen in cultuur: een bijdrage aan de maatschappelijke cohesie, een stimulans voor het toerisme en de cultuurindustrie, voor de werkgelegenheid, de misdadadbestrijding en de concurrentiepositie. Alles bij elkaar genomen zien de meeste Europese regeringen het bereiken van dit soort resultaten nog altijd als hun primaire verantwoordelijkheid; internationale culturele samenwerking wordt benaderd als een aspect van de traditionele buitenlandse politiek binnen het eigen overheidsdomein.

Politici en overheidsfunctionarissen bekijken internationale culturele samenwerking traditioneel in bilaterale termen, omdat die samenwerking in de tijd van de Koude Oorlog werd geïnitieerd, gefinancierd, gestuurd en vaak rechtstreeks geleid door regeringen en hun specialistische instellingen, als onderdeel van de diplomatie en meer in het algemeen ter vergroting van de nationale invloed in het buitenland. In de periode na de Koude Oorlog is de internationale culturele samenwerking echter in toenemende mate multilateraal geworden: er ontstaan ingewikkelde samenwerkingsverbanden die veel verder gaan dan eenvoudige vormen van bilaterale uitwisseling en steeds meer worden voortgestuwd door de initiatieven van autonome culturele actoren. Zij verwachten van de overheden vooral dat ze fondsen beschikbaar stellen voor grensoverschrijdende samenwerkingsprojecten en niet dat zij zich inmengem, bemiddelen, sturen of proberen te coördineren wat de actoren doen.

Politici en regeringen vinden deze emancipatie van het culturele veld minder vanzelfsprekend en accepteren de beperkte rol van subsidiegever niet zo gemakkelijk. Subsidies verstrekken betekent overheidsgeld uitgeven en dat impliceert beleid, wat op zijn beurt heldere procedures vergt, prioriteitstelling in het beschikbare budget, selectiecriteria en een analyse van de effecten die met de gedane uitgaven worden bereikt. Maar overheidsfunctionarissen en hun politieke bazen blijven bij het definiëren van zulke doelen, criteria en procedures geneigd internationale culturele samenwerking primair te zien als export in dienst van het nationale prestige, als middel om het imago

van de staat in het buitenland te verbeteren. Onder de indruk als ze zijn van de peptalks van marketingexperts praten ze tegenwoordig zelfs over hun eigen land als een merk en zien ze internationale culturele samenwerking als middel om dat merk meer glamour te geven. Of ze rationaliseren overheidssteun met economische motieven, als een initiële exportstimulans die op den duur winst zal opleveren voor de nationale toeristische of culturele industrie.

Zulke verwachtingen mogen legitiem zijn binnen de wetten en regels van de Europese Unie en de Wereldhandelsorganisatie WTO, ze zijn vaak vergezocht en in elk geval niet toepasbaar op het merendeel van de internationale projecten in de beeldende en podiumkunsten. De meeste culturele actoren gaan niet uit van merkoverwegingen; ze zien zichzelf als unieke spelers, niet als deel van de toeristische of culturele industrie. De meeste van hen staan onverschillig tegenover politieke en geostrategische overwegingen van hun regering. Wat hen motiveert zijn niet zozeer vooruitzichten van roem en rijkdom, als wel hun eigen artistieke ontwikkeling, idiosyncratische interesses en experimenteerlust.

Deze ongelijke gezichtspunten, die van de verstrekkers van overheidssubsidie aan de ene en die van de culturele actoren op zoek naar overheidssteun aan de andere kant, zijn een bron van aanhoudende misverstanden, beschuldigingen over en weer en teleurstellingen aan beide kanten.

Promotie in plaats van samenwerking

—

Als kiezers goed bestuur verlangen, met open procedures en verantwoordingsplicht, en verwachten dat overheidssteun aan welomschreven publieke domeinen wordt gebonden aan concrete doelen en resultaten, moet dat ook gelden voor internationale culturele samenwerking. Men zou mogen hopen dat de doelen helder worden geformuleerd in openbare documenten van strategische aard – dus bedoeld voor de langere termijn – en ontwikkeld in samenspraak met de culturele actoren alvorens een gepast proces van democratische verificatie te ondergaan, inclusief parlementaire bekrachtiging. In Europese landen gebeurt dit zelden. Als er al doelen worden gesteld, is het doorgaans in algemene bewoordingen van wereldvrede, begrip en internationale appreciatie van de eigen cultuur en traditie, terwijl de besluitvorming een meer pragmatisch patroon volgt, bepaald door de actuele omstandigheden en door opportunisme. Beleidsverklaringen zijn schaars; vaak zijn het kopieën van oudere stukken en herhalingen van achterhaalde retoriek en missen ze een analytisch fundament, een batterij verse argumenten of ideeën voor de implementatie. Vooral de zojuist onafhankelijk geworden landen in Midden- en Oost-Europa lardenen hun beleidsdoelen met een beroep op de noodzaak tot ‘nation building’ en een identiteitsgerichte benadering van de nationale cultuur als een kostbaar goed dat in het buitenland een veel hogere status verdient dan momenteel het geval is. Sommige landen haasten zich hun eigen apparaat voor de promotie van de nationale cultuur op te zetten, met steeds meer eigen culturele centra in andere landen, zonder zich ooit af te vragen of die doelmatig zijn. De dagen, weken, maanden en zelfs hele seizoenen die in land X worden gewijd aan de film, keramiek, muziek, mode of literatuur van land Y rijgen zich in West-Europa steeds sneller aaneen. Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk lijken de belangrijkste doelwitten te zijn. Zelfs landen waarvan men gezien hun geschiedenis, omvang, politieke invloed en economische kracht minder culturele onzekerheid zou mogen verwachten, lijken de voorkeur te geven aan de promotionele benadering. Als er al een openbaar debat over

plaatsvindt, maken de bezorgde hoeders van de nationale identiteit – nerveus geworden door de globalisering, de Europese integratie en vooral de demografische effecten van migratie – zich sterk voor ondersteuning en promotie van de nationale cultuur, en overstemmen de culturele actoren, die hun internationale activiteiten hoofdzakelijk in een perspectief van ontwikkeling bezien. Het Goethe Instituut mag zijn werk in het buitenland dan omschrijven als een dialoog tussen culturen, en niet als het pluggen van de Duitse cultuur, de Duitse Bondsdag houdt een promotioneel oogje in het zeil en staat altijd direct klaar met kritiek of klachten over ‘Nestbeschimpfung’. Het plan van de Nederlandse regering om in Brussel een centrum voor Nederlandse cultuur op te zetten wekte vooral enthousiasme in het parlement; de Nederlandse noch de Belgische culturele actoren zagen er het nut van in. En meer onlangs riep publicist Paul Scheffer op tot een assertieve promotie van ‘Nederlandsheid’ als kenmerk van de nationale culturele en historische identiteit door het oprichten van gesubsidieerde Nederlandse culturele instituten in alle nieuwe lidstaten van de EU. De vraag is: kunnen zulke eenzijdige institutionele oplossingen de scheuren in de façade van de Nederlandse tolerantie verbergen die zichtbaar zijn geworden in de aanslagen op kerken, moskeeën en scholen na de moord op filmregisseur en columnist Theo van Gogh? Zouden de werkelijke waarden van de huidige Nederlandse constellatie niet beter gemeenschappelijk gemaakt kunnen worden binnen een opkomende Europese culturele ruimte, op een minder sturende en meer spontane manier?

Het valt niet te negeren dat zich een toename voordoet in het aantal internationale conferenties over nationale culturele identiteit, georganiseerd of gesponsord door regeringen en hun instellingen: een heldere en alarmerende aanwijzing dat de Europese regeringen zich nog altijd laten leiden door promotionele belangen. Deze belangen worden op hun beurt gemotiveerd door de diffuse, bijna onderbewuste angst voor de erosie van monolithische noties van natie, identiteit en nationale cultuur, hoezeer die angst ook wordt gecamoufleerd met modieuze frases als interculturele dialoog en culturele diversiteit.

De transparantie van criteria en procedures is een andere kwestie. Culturele actoren klagen vaak dat het in heel Europa moeilijk is te bepalen wanneer, waar en waaraan een regering bereid zal zijn steun te verlenen. De artistieke waarde en de haalbaarheid van een specifiek project blijven vaak in de schaduw van politieke en geostrategische overwegingen, ze worden afhankelijk gemaakt van speciale gelegenheden (een aankomend staatsbezoek, het roterende EU-voorzitterschap, de herdenking van zoveel jaar diplomatieke relaties) of gebonden aan specifieke eisen (zichtbaarheid, emblematisch karakter, toegevoegde waarde) die vreemd zijn aan de tijdsdimensie of de dynamiek van cultuurproductie. Internationale culturele samenwerking wordt een code voor manifestatief en representatief gerichte initiatieven. Kunstenaars denken daarentegen vaak over projecten gericht op gemeenschappelijk leren, experimenteren en creëren, die niet direct hoeven uit te monden in een presentatie voor groot publiek. De zorg om de nationale representatie is kennelijk ook het motief voor de speciale Franse semi-overheidsinstelling Association Française d’Action Artistique die, onder de dekmantel van een particulier initiatief (krachtens de ‘association loi 1901’, die het verenigingsleven reguleert), officieuze lijsten bijhoudt van kunstenaars die waardig worden geacht op kosten van de belastingbetaler de ‘gloire’ van Frankrijk in het buitenland te vertegenwoordigen. Hoe die lijsten worden gemaakt en bijgewerkt is al jaren een bron van wilde speculaties onder de Franse culturele actoren en hun Europese collega’s.

Blijvende spanning

Culturele actoren zouden er verstandig aan doen te proberen een beter inzicht te krijgen in de zorgen en gevoeligheden van politici en ambtenaren voor internationale culturele samenwerking. Hoe beter culturele actoren begrijpen wat de verstrekkers van overheidssubsidies bezighoudt, hoe beter ze hun eigen argumenten daarop kunnen afstemmen en onterechte verwachtingen kunnen tegengaan; des te beter zijn ze dan ook in staat te wijzen op de tegenstrijdigheden tussen het fatalistisch geloof in globalisering en marktwerking aan de ene kant en reflexmatig staatsinterventionisme aan de andere. Het laat zich raden dat de meeste culturele actoren maar al te snel hun zorgen kenbaar maken over de autonomie van hun werk. Maar autonomie is een notie die keer op keer opnieuw overdacht en gedefinieerd moet worden, in relatie tot de politieke autoriteiten, de marktkrachten en particuliere instellingen, publieksgroepen en andere culturele actoren, en kan beter geen afgezaagde, automatisch herhaalde mantra worden. Als culturele actoren overheidssteun verwachten voor internationale culturele samenwerkingsprojecten, kunnen ze maar beter op de hoogte zijn van de gegeven politieke prioriteiten en overwegingen. Pas dan kunnen ze de maximale steun verwerven die ze nodig hebben om hun artistieke intenties te verwezenlijken, binnen de politieke marges die door die steun worden opgelegd.

Beter nog: met die kennis kunnen ze hun eigen politieke impulsen, belangen en prioriteiten afzetten tegen de beleidsdoelen die door regeringsofficials worden verwoord. Van kunstenaars die een complex artistiek project willen lanceren in, zeg, de westelijke Balkan, Turkije of bezet Palestijns gebied kan men verwachten dat ze hun artistieke aspiraties op één lijn stellen met hun eigen politieke analyses en gevoel voor politieke prioriteiten, en hun eigen artistieke bijdragen bezien als politiek kapitaal dat op een bepaalde plaats kan worden geïnvesteerd op hoop van politiek resultaat. In het Nederlandse cultuurmilieu horen we nog altijd vaker dat tegenover de politieke overwegingen van de overheid een beroep wordt gedaan op artistieke autonomie dan dat de eigen politieke doelen van de kunstenaar worden gesteld als alternatief voor de doelen die de overheid verkondigt, en die impliciet meespelen in haar subsidiebesluiten. Ik bedoel dit niet als een nostalgische oproep om terug te keren naar de ouderwetse en romantische notie van het engagement, maar als kritiek op artistiek narcisme onder het mom van autonomie, de weigering op te komen voor het eigen profiel van wereldburgerschap. Er is behoefte aan artistieke en politieke betrokkenheid bij het bevorderen van gerechtigheid en gelijkheid in de wereld en het tegengaan van discriminerende, uitsluitende en uitbuitende praktijken. De dialectiek van politiek en artistiek, van financieel en creatief, van staatsbelang en maatschappelijk belang moet van geval tot geval opnieuw worden geformuleerd, onderzocht en opgelost.

Politici en ambtenaren moeten ook greep krijgen op de veranderende betekenis van de cultuur in onze tijd. Cultuur is niet eenvoudigweg een sector die het cultureel erfgoed, de kunsten en de cultuurindustrie omvat, maar een dimensie van het maatschappelijk en persoonlijk leven, een bron van expressie, vrijheid, creativiteit, waarden, levensstijlen, sociale samenhang en interculturele competentie. De taak van de politiek is aanbieden, stimuleren en aanmoedigen, niet voorschrijven, beperken en opleggen. De politiek behoort zich te baseren op een besef van de culturele consequenties van de economische globalisering (toenemende uniformiteit van cultuurproducten, afdgedwongen door oligopolieën) en een visie op Europa als een gemeenschap van burgers en een geïntegreerde zone van creativiteit en rijke culturele diversiteit, niet op obsessies

en angsten voor identiteit, voortkomend uit een anachronistisch cultureel nationalisme. De uitsluitende en afwijzende houding van naties en nationale cultuurstelsels draagt een reëel gevaar in zich (zoals de historicus en auteur Geert Mak onlangs opmerkte in zijn pamflet *Gedoemd tot kwetsbaarheid*) van afgeknotte tradities en een zelfopgelegde eilandmentaliteit en provincialisme.

Of de regering in het ondersteunen van cultuur nu de voorrang geeft aan sociale cohesie of concurrentievermogen, aan maatschappelijke opbrengst of economische winst, waar ze in feite mee te maken heeft zijn creatieve energieën: ze houdt zich bezig met bestuur van creativiteit (zelfs als het gaat om behoud en opwaardering van cultureel erfgoed). Dit is een kwetsbaar terrein van kansen en risico's dat tot bloei komt door gedurfde investeringen, openheid en flexibiliteit. Overheidssteun voor internationale culturele samenwerking creëert een klimaat waarin culturele actoren een kijkje over de grenzen kunnen nemen en partners kunnen observeren en uitkiezen met wie ze samenwerkingsverbanden kunnen aangaan die bevorderlijk zijn voor hun eigen ontwikkeling. Zulke steun schept ook een klimaat van gastvrijheid en vrijgevigheid en biedt de mogelijkheid buitenlandse culturele actoren in het eigen land uit te nodigen en te ontvangen en zo hun nieuwsgierigheid te prikkelen. Beide aspecten hebben uiteindelijk voordelen voor het publiek, zowel in eigen land als in het buitenland, dat hierdoor beter onderscheid leert maken en hogere eisen gaat stellen. Het is een investering in Europees burgerschap in plaats van nation building. Een rijke, dynamische culturele constellatie reduceren tot een merk en grensoverschrijdende culturele activiteiten beoordelen naar hun potentieel voor de merkpromotie doet geen recht aan de creatieve energie van een middelgrote stad, laat staan van een land.

Men kan niet verwachten dat Nederlandse successen in dans, film, design, mode, literatuur, muziek en de podiumkunsten of de vooraanstaande Nederlandse musea en schitterende historische monumenten opwegen tegen de negatieve publiciteit die Nederland in sommige landen heeft gekregen door zijn beleid voor drugs en euthanasie, of door het homohuwelijk of de recente politieke moorden. Het nieuws dat veel Nederlandse gezinnen nadenken over emigratie wegens de huidige beroering haalt de voorpagina's van de Europese pers (*International Herald Tribune*, 28 februari 2005), terwijl de geweldige prestaties van het Nederlands Dans Theater beperkte internationale publiciteit krijgen, ergens op de kunstpagina's achterin. De successen van regisseur Johan Simons in de Duitse theaters krijgen op de Duitse tv bij lange na niet zoveel aandacht als de controversiële politica Ayaan Hirsi Ali. Wel is het zo dat de prestaties van Nederlandse architectuur, design en de laatste tijd ook modeontwerp positieve verwachtingen wekken van andere architecten, designers en couturiers uit Nederland en hen nu en dan een concurrentievoordeel geven in de strijd om internationale aandacht.

Twee hypothesen

De Koude Oorlog verdwijnt steeds verder naar de achtergrond, toch is de ultieme toetssteen van democratisch bestuur nog altijd hoe het bijdraagt aan de culturele welvaart in binnen- en buitenland zonder te vervallen in politieke propaganda, chauvinistisch geparadeer en banaal commercialisme. De veelbesproken terreurdreiging – plausibel maar onzichtbaar, alomtegenwoordig maar ongrijpbaar, grensoverschrijdend zowel in rekruteringsstechnieken als in keuze van doelwitten – maakt dat cultuur tegenwoordig in hoge mate een veiligheidskwestie is geworden. Een gevoel van culturele veiligheid wordt niet opgebouwd door pogingen in het buitenland te scoren als staat,

natie of regering of door het aanscherpen van culturele scheidslijnen, versterkt door aanvullende veiligheidsmaatregelen. Dat vereist een houding die wordt gevoed door een sterkere culturele mobiliteit en internationale samenwerking en die dagelijks in praktijk wordt gebracht door de meeste culturele actoren, en niet alleen degenen met het meeste succes of prestige. Uiteindelijk is het zaak deze houding te vertalen in de affiniteiten van publieksgroepen, gemeten aan hun ontvankelijkheid voor culturele producten die op het eerste gezicht misschien vreemd, uitheems of zonderling lijken, maar die mensen aanspreken en meeslepen, niet omdat ze Nederlands of Estlands zijn, maar omdat ze de verbeelding prikkelen.

Dat er spoedig een eind zal komen aan de misverstanden tussen culturele actoren die steun zoeken voor internationale culturele samenwerking en het overheidsapparaat dat die steun kan geven of weigeren, ligt niet voor de hand. Ook als meer kunstenaars een nomadisch carrièrepatroon gaan volgen, zullen de producerende instellingen waarschijnlijk verankerd blijven in de nationale culturele systemen en grotendeels afhankelijk blijven van hun steun. Daarom, in plaats van een conclusie, twee voorzichtige hypothesen voor de toekomst.

Ten eerste: met het voortschrijden van de Europese integratie en de opkomst van Europa als een inclusieve, dynamische en gevarieerde culturele ruimte zullen politieke overheden in de steun aan internationale culturele samenwerking meer afstand nemen van promotionele doelstellingen en zichzelf losser maken van hun preoccupatie met de eigen staat en zijn cultuur. Maar tegelijkertijd zal het debat oplaaien over het culturele gezicht dat Europa de rest van de wereld toont en over de vraag wat culturele producten kunnen bijdragen om dat gezicht te verbeteren en te bevestigen (dat wil zeggen: te representeren en te promoten).

Ten tweede: als de Europese grondwet in de referenda die in 2005 en 2006 in tien Europese lidstaten worden gehouden niet wordt aangenomen, zal het proces van Europese integratie veel vaart verliezen en treedt een langdurige periode van malaise en twijfel in. De EU schakelt dan terug naar een hoofdzakelijk economisch samenwerkingsverband, gaande gehouden op een voor alle partijen comfortabel minimumniveau; de gemeenschappelijke benadering van politieke problemen en veiligheidskwesies verdwijnt op de plank en cultuurpolitiek wordt opnieuw genationaliseerd. Als gevolg daarvan zal de overheidssteun voor internationale culturele samenwerking nog sterker worden geladen met promotionele en representatieve doelstellingen. Culturele actoren zullen zich blijven verzetten tegen zo'n instrumentalisatie; ze zullen de overheidssteun aanvaarden met een mengeling van opportunisme en verwijt, en een tegenwicht voor de politieke verwachtingen gaan zoeken in aantrekkelijke commerciële alternatieven – zo niet in Londen, Parijs, Amsterdam of Milaan, dan misschien in Johannesburg, Moskou, Rio de Janeiro of Shanghai.

Dragan Klaić is theaterwetenschapper, cultuuranalist en auteur. Hij was directeur van het Nederlands Theaterinstituut en is nu als wetenschapper en docent kunst- en cultuurbeleid verbonden aan het Europees Centrum voor Kunsten en Wetenschappen Felix Meritis en de Universiteit van Leiden. Zijn meest recente publicatie is *Europe as a Cultural Project* (2005).

Politiek en cultuur zijn nauwelijks te scheiden

Sandra Jongenelen in gesprek met Els van der Plas

Het Nederlandse internationaal cultuurbeleid is in een aantal gevallen puur politiek, constateert Els van der Plas, directeur van het Prins Claus Fonds. 'Is Nederland betrokken bij een cultureel project in Suriname, dan is dat terug te voeren op onze koloniale overheersing. Met de kwaliteit van de kunst heeft het niet altijd iets te maken.'

Onjuist vindt Van der Plas dat. 'Je moet uitgaan van culturele kwaliteiten en je niet laten sturen door de politiek of de historische band. Misschien is een cultureel aantrekkelijke plek politiek gezien niet interessant. Dat is dan jammer.'

Burkina Faso is zo'n voorbeeld. Al bijna twintig jaar vindt in dat West-Afrikaanse land het film- en televisiefestival Fespaco plaats. De laatste editie begin maart 2005 werd voor het eerst besproken in kranten als *El País*, *Le Monde* en *NRC Handelsblad*. Mogelijk heeft dat te maken met de internationale erkenning van de Afrikaanse film.

In februari won de Zuid-Afrikaan Marc Dornford-May op het filmfestival in Berlijn de Gouden Beer voor de beste film met *U-Carmen e-Khayelitsha*. Op het festival in San Sebastián kreeg scenarioschrijver Fanta Nacro uit Burkina Faso de Montblanc Award voor het script van *La nuit de la vérité*. En *Yesterday* van Darrell Roodt uit Zuid-Afrika werd zelfs genomineerd voor een Oscar.

Staat Afrika op filmgebied in de spotlights, dan moet ook Nederland daar aanwezig zijn, stelt Van der Plas. Voor fotografie moet je naar Bamako in Mali. 'Ik zeg dat ook op bijeenkomsten met vertegenwoordigers van Buitenlandse Zaken.' In de praktijk is het daar nog niet van gekomen, maar Van der Plas merkt wel dat de houding van kunstenaars verandert. 'Vroeger wilde niemand naar Hanoi, alleen naar New York. Dat is nu niet meer zo.'

Op het eerste gezicht ligt het voor de hand dat het internationaal cultuurbeleid sterk verbonden is met de politieke erfenis. Bij cultuurbeleid spelen politieke belangen altijd een rol. 'In landen waar wij actief zijn, zijn cultuur en politiek moeilijk te scheiden', onderstreept de fondsdirecteur. 'Het feit dat je kunstenaar bent, is in sommige landen al een politieke keuze. Maak je kunst, dan gaat het altijd ergens over. Bovendien zorgt het kunstenaarschap vaak voor een economisch niet aantrekkelijke positie.'

Ook in Nederland is het een illusie dat cultuur en politiek zijn te scheiden. 'Hoewel de liberale politicus Thorbecke kunst geen regeringszaak vond, is onze cultuur politiek gestuurd. Het subsidiesysteem is ook niet waarde vrij. Daarnaast is onze politiek een uitkomst van onze culturele eigenschappen. Kijk naar premier Balkenende en je ziet onze christelijke tradities.'

Wat geldt voor de fotografie in Mali (Bamako) en de film in Burkina Faso (Ouagadougou) is ook toepasbaar op de kunstmarkt in China. 'Wat daar momenteel wordt gemaakt, is veel interessanter dan wat in Nederland gebeurt', zei Sebastian Lopez onlangs. Hij is medecurator van de Shanghai Biënnale en directeur van de Gate Foundation Amsterdam, een instituut voor niet-westerse hedendaagse beeldende kunst.

Van der Plas onderschrijft zijn analyse. 'Wil je nu vooruit lopen, dan moet je naar Beijing. China is niet alleen cultureel interessant, maar ook economisch. Bovendien zal het land op termijn een belangrijke politieke rol spelen. We kijken nu veel te veel naar New York en Berlijn. China wordt een interessante cultuurmarkt. Let maar op: straks kopen de Chinezen ook foto's van Rineke Dijkstra.'

Publiek met een minder moderne neus weet de weg naar het Westen inmiddels al te

vinden. Kopers van Japans en Chinees porselein op de veiling van Sotheby's Amsterdam zijn voor zeventig procent niet-Nederlands, becijferde expert Feng-Chun Ma een aantal jaren geleden. Eerst waren het vooral Europeanen, Amerikanen en Hong Kong-Chinezen die hun slag sloegen, maar de afgelopen zes jaar zijn de particulieren en handelaars uit de Volksrepubliek in opmars. 'Steeds meer steenrijke Chinezen zijn bereid gigantische bedragen te betalen', weet Ma. 'Dat is een ontwikkeling die men hier nog niet zo doorheeft.' Voor het Prins Claus Fonds is de culturele en economische explosie aanleiding om samen met de Mondriaan Stichting een Chinareis voor te bereiden, waaraan onder meer het Prinsessenhof uit Leeuwarden deelneemt. 'In mei willen we curators en critici laten zien wat er in China aan de hand is. Hopelijk brengt het ze op een idee voor een tentoonstelling.'

Eerder organiseerden de twee fondsen een reis naar het Midden-Oosten, waaraan ook kunstenaarsinitiatief W139 uit Amsterdam deelnam. Naar aanleiding daarvan overweegt Kunsthaldirecteur Wim Pijbes in Rotterdam een fotografietentoonstelling te maken met werk van voor de ayatollahs, vertelt Van der Plas. Daarbij gaat het om een collectie van een Iraanse fotografe.

Het Prins Claus Fonds werd in 1996 opgericht naar aanleiding van de zeventigste verjaardag van prins Claus, met als doel activiteiten voor cultuur en ontwikkeling te ondersteunen. Dat gebeurt door de toekenning van prijzen, het uitbrengen van publicaties en uitwisselingsprogramma's met kunstenaars en kunstinstituten in Afrika, Azië, het Midden-Oosten, Latijns-Amerika en het Caribisch gebied. Het jaarbudget van bijna vier miljoen euro is afkomstig van het ministerie van Buitenlandse Zaken en de Nationale Postcodeloterij.

De mensen of organisaties waar het Prins Claus Fonds mee samenwerkt, zijn doorgaans maatschappelijk geëngageerde kunstenaars, wetenschappers, schrijvers en denkers uit 'moeilijke' landen: Angola, Afghanistan, Rwanda, Mozambique, Cambodja. Critici zetten er soms een vraagteken bij. 'Moeten jullie een poëziefestival in Medellín steunen?', vragen ze dan. 'Kan je niet beter iets aan de drugsproblemen in Colombia doen?' 'Wij zeggen: mensen moeten trots zijn op hun omgeving. Iets positiefs krijgen. Dat wordt totaal onderschat. Cultuur is een basisbehoefte, net als een huis en eten. Cultuur geeft bevestiging, respect en identiteit. Het zegt iets over je afkomst. Daarom is het oplazen van de boeddha's in Afghanistan ook zo erg. Hetzelfde geldt voor de plundering van het Nationaal Museum in Bagdad.'

Het steunen van onderdrukte kunstenaars heeft ook een ander belang. 'Kunstenaars zijn vaak het geweten van een land. In veel Afrikaanse landen hebben ze meer invloed dan hier. Maar ook in Nederland moet je hun rol niet onderschatten. Ali B. geeft mensen een ander beeld van Marokkanen. Datzelfde geldt voor de Marokkotentoonstelling, die vier maanden lang (van 17 december 2004 tot 17 april 2005) te zien was in de Nieuwe Kerk in Amsterdam.'

Het Prins Claus Fonds is in eerste instantie een culturele organisatie, maar schuwt de politiek niet. Sterker nog: bij iedere beslissing is het een voortdurend geschipper tussen cultuur en politiek. 'We hebben wel eens gezegd dat we een Amnesty voor cultuur zijn', verduidelijkt de fondsdirecteur.

Van der Plas is er vanaf het begin bij betrokken. Na een studie kunstgeschiedenis in Utrecht kwam ze terecht bij het Rijksmuseum voor Volkenkunde in Leiden. Daarna richtte ze de Gate Foundation op, die ze na tien jaar verruilde voor het Prins Claus Fonds. De politieke kant van het werk heeft te maken met de situatie in de landen waar het fonds actief is. 'Stel dat een dictator de macht grijpt. Dan moet je je keuzes scherper maken.'

Voor ons is het duidelijk dat we niemand steunen die voor een dictatoriaal regime werkt. Waarschijnlijk maakt zo iemand ook geen goede kunst, al kan je daarover discussiëren.' Kwaliteit is het belangrijkste criterium bij het Prins Claus Fonds, maar de afweging bij bijvoorbeeld de toekenning van een prijs blijft lastig. 'Kies je een dichter die fantastisch schrijft of iemand die iets minder fantastisch schrijft, maar een voorbeeldfunctie vervult voor de oppositie? Is het een slechte dichter, dan is het simpel: nee. Maar bij een redelijk goede dichter? Dan moet je je drie keer omdraaien voor je beslist.'

Vaak probeert het fonds via een persoonlijk verhaal de politieke boodschap door te laten klinken. 'Stel dat je tijdens de oorlog in Kongo na lang zoeken iemand vindt die artistiek bezig is. Dan kan je besluiten zo iemand te steunen om aandacht te vragen voor de culturele situatie in het land. Voorwaarde is wel dat het werk van de kunstenaar kwaliteit heeft. Dat staat los van de politiek, je kan het objectief beoordelen. Hoewel? Bij twijfel zeggen we nee. De beste keuze is kwaliteit, dan compromitteer je niemand.'

Een blik op de laureaten van de Prins Claus Prijzen maakt de combinatie van kwaliteit en engagement duidelijk. De hoofdprijs van honderdduizend euro werd vorig jaar toegekend aan Mahmoud Darwish (Palestina), een van de bekendste dichters in de Arabische wereld die al meer dan zesentwintig jaar in ballingschap leeft. Prijzen van vijftienduizend euro waren er voor diverse kunstenaars, onder wie Jawad Al Assadi (Irak), een vernieuwende theatermaker die het land van Saddam Hoessein ontvluchtte en vijftienduizend jaar lang in verschillende Arabische landen verbleef.

De dichter Tin Moe (Unie van Myanmar, voormalig Birma) is een ander voorbeeld. Zijn werk was voor de militaire dictatuur alom bekend en gewaardeerd. Na de machtsovername en gevangenschap leeft hij in België en de Verenigde Staten in onvrijwillige ballingschap, maar informeel is hij Birma's dichter des vaderlands. Hij schrijft al ruim een halve eeuw. Zelfs de generaals die hem in 1991 gevangen zetten, leerden lezen uit zijn schoolboeken. Van der Plas: 'Tin Moe kreeg de prijs omdat hij een goede dichter is, maar ook om aandacht te vragen voor Birma.'

Van der Plas is huiverig cultuur louter als middel te gebruiken. 'Culturele uitwisseling is met elk land interessant. Maar moet je het ook inzetten voor iets wat je politiek niet kan oplossen? Het kan een opening scheppen. Dat wel. Cultuur leidt tot meer begrip. Bezoeken Nederlanders een voorstelling met Turkse zangers, dan beseffen ze wat een enorme rijkdom die cultuur kan bieden. Hetzelfde geldt voor de archeologische vindplaatsen in het Midden-Oosten. Die zijn duizend keer imposanter dan wat wij hebben. Mensen moeten die plekken in Turkije of Jordanië zien. Dat helpt voor een wederzijds cultuurhistorisch begrip. Een interculturele dialoog is altijd goed, al moet je niet verwachten dat je de wereld erdoor verandert. Het zijn druppeltjes.'

Sandra Jongenelen is freelance journalist voor onder andere *Het Financieele Dagblad* en *Kunstbeeld*, en lid van de adviesraad van *Boekman, tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid*.

Kunst als permanente vingerwijzing

056

Cultuur en
politiek

Essay door Jos de Putter

12/28

Cultuur is terug op de politieke agenda. Na decennialang veroordeeld te zijn geweest tot het getto van het subsidiecircuït of het sponsoruïtje bij chiquere instellingen, lijkt de kunst plotseling uit haar begrensde domein gebroken. De politiek maakt zich immers druk om de kunst. Dat gebeurt vanuit een houding die veel zegt over hoezeer kunst en politiek in de loop der jaren uiteen zijn gegroeïd: zorg voor de openbare orde of eigenlijk pure angst is de motor achter de nieuwe belangstelling. De paradox van deze situatie is natuurlijk dat de kunst niet zelf in staat is geweest uit haar isolement te komen, maar nu politiek is geworden via de reactie op een kunstuiting die als kunstuiting niet meteen tot de verbeelding spreekt. Sterker, juist het feit dat de film *Submission* van Ayaan Hirsi Ali en Theo van Gogh zo weinig aan de verbeelding overliet (en daarmee de in de kunstwereld gangbare waarderingscriteria negeerde) is zeer waarschijnlijk een voorwaarde voor de overgang naar een ander domein: dat van de straat en de politiek.

Zo is er nu een nieuwe verhouding tussen kunst en politiek aan het ontstaan, wonderlijk genoeg doordat een kunstuiting die politiek bedoeld was niet als een politieke maar als een religieuze belediging werd ervaren. Daarmee zijn allerlei keurige scheidslijnen, typerend voor de seculiere (post)moderne samenleving, onder druk komen te staan. Want hoe moet het nu verder met de driehoek politiek-religie-kunst? En wie had ooit gedacht dat we net vijf jaar in een nieuwe eeuw deze vragen zouden stellen?

Om een begin te kunnen maken met antwoorden moeten we kijken naar wat er zoal is doodgelopen. De Europese kunst van de twintigste eeuw wordt gekarakteriseerd door een geweldige autonome ontwikkeling, niet aangedreven door een politiek of religieus systeem. Kunst werd een eigen domein, met een eigen taal, eigen spelregels, een eigen dynamiek, eigen criteria en een eigen toetsing. Daarover gaat het modernisme.

De bekende paradox is dat de kunst betaalt voor haar vrijheid: om te kunnen evolueren binnen een eigen domein wordt dat domein tegelijkertijd, en noodzakelijk, losgezongen van andere domeïnen. Dat geldt voor het artistieke domein als geheel en ook binnen de verschillende artistieke subdomeïnen. In het artistieke domein regeert het axioma van 'kunst zonder nut', omdat het begrip nut was geperverteerd door politieke en economische belangen. Daarmee vond ook een verschuiving plaats binnen de klassieke twee-eenheid van het Goede en het Schone – ten gunste van het Schone, dat zijn eigen regels begint te schrijven en vervolgens dicteert. Daarmee ontstaat het laatste stadium waarin de kunst zich verre houdt van de politiek en de politiek de kunst definitief in een getto plaatst.

Wanneer we deze ontwikkeling overdenken, niet alleen naar aanleiding van een gruwelijke misdaad, maar ook binnen een bredere vraagstelling over een nieuwe verhouding tussen cultuur en politiek, moeten we ons afvragen of er een nieuwe balans kan worden gevonden tussen Goed en Schoon. Dat wil zeggen dat het Schone in beweging zou moeten komen in de richting van een herkenning als ook het Goede. Je zou dat een maatschappelijke uitdaging kunnen noemen. Maar op welk gebied (gebied in de ruimste zin van het woord: geografisch, politiek, psychologisch, cultuurfilosofisch) zou deze ontwikkeling gestalte kunnen krijgen, en hoe valt te voorkomen dat zo'n ontwikkeling simpelweg tot pure regressie verwordt? Want dat zijn nu de grootste gevaren: het monddood maken van de

kunst in het belang van de openbare orde kan heel makkelijk leiden tot eliminering van al het controversiële. En van ‘maatschappelijk betrokken’ kunst hebben we de laatste decennia genoeg gehad; dat uitgangspunt leidde tot gedrochten die niks met kunst te maken hadden en voor hun maatschappelijke betrokkenheid geen doelgroep vonden.

Wanneer het over ‘gebied’ gaat, en over ‘domein’, wordt in ieder geval duidelijk dat er een ruimte op het spel staat. De cultuur zal de ruimte moeten krijgen om weer serieus genomen te worden. Alleen dan, om met de Duitse islamoloog Bassam Tibi te spreken, kan een multicultureel Europa zijn burgers houvast bieden. In een recent betoog tijdens de door het Nexus Instituut georganiseerde conferentie Europe: A Beautiful Idea? stelde Tibi dat Europa niet in staat is tot een succesvol integratiebeleid omdat het zichzelf minacht. ‘Europa’ biedt te weinig herkenning. De herkenning zou moeten liggen in de kwaliteit van de culturele overdracht – het is die kwaliteit die volgens hem Europa onderscheidt van andere continenten, waar onderlinge herkenning eerder plaatsvindt binnen de domeinen van de religie of de markt. In zekere zin pleit Tibi voor een herwaardering, je zou ook kunnen zeggen een bezieling, van de publieke ruimte. Het is misschien tijd om over Tibi’s analyse na te denken. Die lijkt namelijk te passen in een heroriëntering die op allerlei niveaus plaatsvindt. De huidige discussie over de canon is een voorbeeld. En wie spreekt met jonge architecten uit voormalig Oost-Europa, zoals ik onlangs deed voor een documentaireproject, merkt hoezeer zij vanuit hun geschiedenis begaan zijn met de morele functie en de mogelijkheden van de publieke ruimte. Zij zijn verbaasd en bezorgd over het gemak waarmee die ruimte aan het wildwestkapitaal is weggegeven.

De aanbevelingen van Bassam Tibi en de architecten die ik sprak, zijn radicaal: ze vergen een verregaande herstructurering van bestaande ruimtes. Het betekent bijvoorbeeld dat de massamedia gestimuleerd moeten worden om cultuur aan te bieden (‘Kunst omdat het moet’ is nu de cynische titel van een televisieprogramma dat zich gevangen ziet in een vaste programmeringsstructuur. Die titel zou doodserieus genomen moeten worden). Het betekent ook dat de kunst een vanzelfsprekende plaats zou moeten krijgen in de openbare ruimte; op straat, pleinen, in gebouwen, bushaltes en de ondergrondse. Kunst als een permanente vingerwijzing naar hoe het ook kan. In die ruimte zou een nieuwe taal kunnen ontstaan, die de Ander niet langer met een economische terminologie karakteriseert (‘de gastarbeider’), niet met een etnische (‘de Turk’) en niet met een religieuze (‘de moslim’), maar hem opneemt in de gedeelde culturele ruimte (of de spirituele ruimte – een woord waar Tibi en de Oost-Europese architecten totaal geen probleem mee hebben). Je zou hierbij kunnen denken aan politiek-culturele initiatieven die delen van de publieke ruimte en publieke nutsfuncties openstellen voor initiatieven die niet door efficiëntie of het marktmechanisme worden bepaald. Wie bijvoorbeeld de torenhoge reclames voor sekslijnen langs de snelweg A4 tussen Amsterdam en Den Haag gadeslaat, kan een heel scala aan gedachten of emoties doorlopen: je kunt ze bestempelen als slechte smaak of vervuiling van de openbare ruimte. Dat is een seculiere stelling. Je kan vanuit een bepaald politiek of cultureel perspectief ook zeggen dat ze onderdrukkend, beledigend of aanstootgevend zijn. De vraag is nu of de markt het laatste woord heeft bij de inrichting van de publieke ruimte, of dat de politiek daar een maatschappelijke verantwoordelijkheid heeft. Zoals langs hetzelfde traject ooit de Marlboroman verdween omdat hij in strijd was met het beleid voor de volksgezondheid, zo zouden allerlei reclameuitingen als strijdig met een cultuurideaal kunnen worden verklaard. In plaats daarvan komen dan steeds wisselende kunstuitingen, langs de snelweg,

op de trein, de bus en de tram, in de metro, op deabri's, kortom op al die plekken die we met elkaar delen en waar we niet langer genoeg nemen met alleen maar de taal van de commercie, die ons vervreemdt van andere waarden. Op die plekken kunnen we namelijk samen een verhaal, of eigenlijk: al onze verhalen naast elkaar schrijven. Zoiets zou een Europees project kunnen zijn. Weinig mensen staan zo open voor indrukken als de veertien- tot zestienjarigen die op reis gaan. Zet ze in een trein die Goethe populariseert. Een dergelijk streven impliceert dat de notie van kwaliteit op de politieke agenda hoort te staan, steeds wanneer er beslissingen genomen worden die het dagelijks leven van de burger raken. Dat zou wel eens dwars kunnen ingaan tegen de efficiëntie die door de managers die zich vandaag de dag politici noemen tot hoogste norm is verheven. In plaats daarvan zou een democratiseringsbeweging moeten komen, die het aandurft de cultuur (en niet per se de markt, de natie of zelfs het normbesef) in te zetten als grootste gemene deler, waar wordt geëxperimenteerd met de gelijktijdigheid en gelijkwaardigheid van verschillende 'verhalen', die het verdienen om allemaal zo veel mogelijk zichtbaar gemaakt te worden.

Maar kan dit nog? Is het niet al veel te laat? Is er in Europa nog plaats tegenover bijvoorbeeld de verdwazingsconglomeraten van mediamagnaten als Silvio Berlusconi in Italië en John de Mol in Nederland? Durft de overheid het aan haar publieke verantwoordelijkheid te nemen tegenover de vervuilers van de openbare culturele ruimte? Want op de herinrichting van die ruimte komt het aan, wil er een model gebouwd worden voor een gedachtewisseling die in de plaats treedt van het permanente kansspel dat ons vandaag geboden wordt. Zo'n herinrichting van de culturele ruimte zal als vanzelfsprekend op gespannen voet staan met de vrijmarkteconomie die een van de pijlers is van het nieuwe Europa. Dat roept de vraag op in hoeverre de politiek bereid en in staat zal zijn via wetgeving een ruimte te creëren voor kwaliteit. Voorlopig lijkt het er niet op dat men oog heeft voor deze taak. De politiek zegt bij herhaling dat de Nederlandse kijker 'krijgt wat hij verdient' (een uitspraak van de huidige staatssecretaris voor cultuur). Dat is een omineus uitgangspunt, dat weinig zicht biedt op een structurele en uitdagende bescherming van kwaliteit. Dat het anders kan bewijst de Franse overheid die reeds jaren een deel van de recepte van Amerikaanse films reserveert voor de eigen filmindustrie. En op het moment dat ik dit schrijf maakt de krant melding van een initiatief van de Franse, Duitse, Belgische, Italiaanse en Spaanse culturele instituten om in Amsterdam een filmzaal te openen voor Europese producties. Het is weinig, maar er zit tenminste een gedachte achter.

Minstens zo belangrijk is de vraag hoe valt te voorkomen dat zo'n ruimte, wanneer die al ontstaat, meteen tot een getto voor de happy few verwordt. Het antwoord is denk ik even helder als ingewikkeld: oog voor kwaliteit zal moeten worden gestimuleerd waar het is verdwenen, te beginnen met het onderwijs en de massamedia. Er is geen reden te verzinnen om het niet te doen: we ervaren immers vandaag waar de verschraling als gevolg van de dictatuur van de middelmaat en de dictatuur van kijkcijfers toe heeft geleid. Er is geen culturele 'common ground', nauwelijks aanbod of herkenning van kwaliteit, geen cultureel debat, geen inhoudelijke verdieping. En je zou met Bassam Tibi en de zijnen kunnen argumenteren dat een cultuur zonder common ground als vanzelf desintegreert en een groot onheil afroept dat veel verder gaat dan cultuur alleen. Op dat moment wordt het een morele en democratische plicht om ons radicaal te herbezinnen.

De luiken wijdopen

‘Het komt er – grofweg – op neer dat wij meer te halen hebben in het buitenland, dan het buitenland bij ons’, schreef hoofdredacteur Robbert Roos onlangs in *Kunstbeeld* (november 2004). Volgens Roos is Nederland geen hot spot meer in de internationale kunstwereld en zijn we gebaat bij nauwe banden met landen waar het wél gebeurt. Ik zie het wat minder somber. Rem Koolhaas bouwt in Las Vegas het Guggenheim Hermitagemuseum, modeontwerpers Viktor en Rolf stelen de show op Parijse catwalks en Tiësto scoort als beste dj ter wereld. Nederland heeft op cultureel gebied veel te bieden. Toch raakt Roos’ betoog wel een snaar. Het lijkt soms alsof Nederland de luiken naar de wereld heeft gesloten en we geobsedeerd zijn geraakt door onze eigen – op wereldschaal toch bescheiden – problemen. Die tendens leek ook de kunstwereld te treffen toen met de presentatie van de Cultuurnota 2005–2008 juist veel internationaal gerichte, innovatieve instellingen subsidie dreigden te verliezen. Ik denk dat Nederland er juist bij gebaat is de luiken naar Europa en de wereld wijdopen te zetten. Voor de creatieve, innovatieve samenleving die mij voor ogen staat, zijn intensieve contacten met het buitenland onmisbaar. Toen het debat over de cultuursubsidies losbarstte, heb ik me dan ook ingezet voor internationaal gerichte culturele initiatieven, zoals kunstenaarsinstituut De Ateliers, Stichting De Appel voor hedendaagse kunst en het Amsterdam Dance Event. Ook het internationaal cultuurbeleid is een belangrijk instrument om de contacten met het buitenland aan te halen en, zoals Roos het noemt, een ‘navelstreng’ te vormen naar kunstcentra als Londen, Berlijn en New York.

Waar moet het zwaartepunt van internationaal cultuurbeleid liggen? Moet Nederland internationaal op de kaart worden gezet? Moeten er bruggen tussen culturen worden geslagen? Hoewel beide doelstellingen een rol kunnen spelen, geloof ik het meest in beleid dat de kwaliteit van cultuur versterkt, de intrinsieke waarde van kunst erkent en aansluit bij initiatieven uit de sector zelf.

Het beeld van de karavanseraï, dat directeur Frie Leysen van het Kunstenfestival des Arts in Brussel tijdens het symposium *Nederland – Europa van Kunsten ’92* in de Rode Hoed in Amsterdam gebruikte om haar festival te omschrijven, is een prachtige metafoor voor zo’n internationaal cultuurbeleid gericht op kwaliteit. De karavanseraï, de grote binnenkoeren in Afrika waar de karavananen aankwamen, hun bagage deponeerden en reizigers van verre samen met de bewoners aten en verhalen uitwisselden. Dát moet internationaal cultuurbeleid doen: kunstenaars van over de wereld in staat stellen hun verhalen te vertellen, ervaringen uit te wisselen en elkaars werk te verrijken.

Daartoe moeten cultuurmakers in de eerste plaats de gelegenheid krijgen om te reizen; iets dat – gezien de beperkte middelen in de sector – niet altijd vanzelfsprekend is. De HGIS-gelden (Homogene Groep Internationale Samenwerking) van de staatssecretarissen Van der Laan (Cultuur) en Nicolaï (Buitenlandse Zaken) en het internationaliseringsbudget van een fonds als de Mondriaan Stichting maken dat mogelijk. Zo kan fotograaf en filmer Liza May Post een tentoonstelling maken met de Australische kunstenaar Jan Nelson in het Sydney Museum of Contemporary Art en kan Zuidelijk Toneel Hollandia zich presenteren op het theaterfestival van Avignon. De

uitdaging is niet alleen gevestigde namen de gelegenheid te geven om over de grens te werken, maar ook veelbelovende jonge kunstenaars. Wanneer de begroting dat weer toelaat, verdient het Hgis-budget voor internationale culturele samenwerking versterking. Stimuleren van een internationaal kunstklimaat kan ook door het tegengaan van onnodige regels. Geen ingewikkelde aanmeldingsprocedures en belastingheffingen voor buitenlandse artiesten die tijdelijk in Nederland willen werken, laat staan quota voor buitenlandse kunstenaars die aan Nederlandse academies willen studeren. Ons cultureel klimaat kan profiteren van de spin-off van internationale culturele netwerken die zich in Nederland vestigen, zoals Manifesta voor jonge hedendaagse kunstenaars of Codart voor museumcuratoren. Maar ook door te investeren in een rijk binnenlands cultureel klimaat kunnen de banden met het buitenland worden aangehaald. Reclametycoon en kunstverzamelaar Charles Saatchi zette met zijn eigen fortuin een nieuwe generatie Britse kunstenaars op de kaart en maakte Londen in één klap weer tot het epicentrum van de internationale kunstwereld. Toen het Nationaal Ballet eind jaren zestig floreerde onder Rudi van Dantzig was een internationale beroemdheid als Rudolf Nurejev graag bereid om in Nederland te komen dansen.

De ambitie om Nederlandse cultuur internationaal op de kaart te zetten, is, naast het bevorderen van culturele kwaliteit, een tweede mogelijke doelstelling van internationaal cultuurbeleid. Cynici doen dit aspect wel eens af als goedkope 'Hollandpromotie': met een handelsovereenkomst in de ene, en klompen, tulpen en Frau Antje in de andere hand gaat de Nederlandse vertegenwoordiger de wereld rond. Maar zo zwart-wit ligt het niet. Wanneer architectencollectief MVRDV met een markant paviljoen op de Wereldtentoonstelling in Hannover alle aandacht op Nederland vestigt, dan profiteert onze economie daarvan, maar krijgt ook de architectuursector een nieuwe impuls. Het mes snijdt dan aan twee kanten.

Hollandpromotie moet versterking van de cultuursector echter niet overschaduwen. In praktijk levert dat nogal eens problemen op. Zo beschreef Frank Ligthoet, voormalig Ambassadeeraad voor Culturele Zaken in New York, hoe cultureel attachés op Nederlandse ambassades vaak vermalen worden tussen de belangen van de ministeries van OCW en Buitenlandse Zaken ('De macht van de cultureel attaché', in: *Trouw* 30.06.01). Buitenlandse Zaken beschouwt cultuur vaak als smeermiddel voor internationale betrekkingen, OCW staat voor de belangen van de cultuursector. Om deze impasse te doorbreken voel ik wel wat voor Ligthoets voorstel om de aansturing van cultureel attachés, als essentiële uitvoerders van internationaal cultuurbeleid, meer op afstand van de ministeries te plaatsen. Je zou die sturing bijvoorbeeld kunnen neerleggen bij een fonds dat primair werkt uit cultureel belang. Dat creëert in het internationaal cultuurbeleid bovendien de afstand tussen overheid en cultuursector waar we op andere gebieden van het cultuurbeleid, op grond van het Thorbeckeprincipe dat kunst geen regeringszaak is, zo aan hechten.

Er is nog een ander middel dat tegelijkertijd de kwaliteit van cultuursector kan versterken en Nederland cultureel op de kaart kan zetten. Het Goethe Instituut, Maison Descartes, de British Council: wanneer je in contact wilt komen met Duitse, Franse of Britse cultuur, dan kan je daarvoor terecht bij culturele voorposten van deze landen in Nederland. Met het Institut Néerlandais in Parijs kent ons land welgeteld één volwaardig 'huis van cultuur' in het buitenland; het Vlaams-Nederlands Huis in Brussel en het Erasmushuis in Jakarta hebben nog enigszins vergelijkbare functies. Huizen van cultuur kunnen een makelaarsfunctie tussen cultuurmakers uit binnen- en buitenland vervullen en de

belangstelling voor Nederlandse kunst versterken. Daarom kiezen niet alleen Duitsland, Frankrijk en Groot-Brittannië voor zo'n vertegenwoordiging in het buitenland, maar bijvoorbeeld ook Scandinavische landen. Nederland kan overwegen culturele instituten op te zetten in traditionele kunstcentra als Londen, New York en Berlijn, maar we kunnen ons ook richten op landen die in de toekomst mogelijk een belangrijke rol vervullen. Dan zou je kunnen denken aan een post in Shanghai, nu de razendsnelle economische en maatschappelijke ontwikkelingen in China waarschijnlijk met ontwikkelingen in de kunst gepaard zullen gaan.

Een derde aspect van internationaal cultuurbeleid is het slaan van bruggen tussen culturen. Wie de Nieuwe Kerk verlaat na een bezoek aan de tentoonstelling *Marokko: 5000 jaar cultuur* heeft het gevoel even in de ziel van dat land te hebben gekeken, het niveau van de unieke sieraden, tapijten, kostuums en manuscripten dwingt respect af. Intensievere culturele banden met Marokko en Turkije kunnen bijdragen aan een beter begrip van de cultuur van landen waar veel allochtone Nederlanders geboren zijn. Met het Institut du Monde Arabe in Parijs heeft de Franse overheid haar culturele banden met de Arabische wereld in een imposant gebouw geïnstitutionaliseerd. Een dergelijk prestigeproject is in Nederland voorlopig misschien niet haalbaar, maar ons land zou wel meer in de culturele banden met Turkije en Marokko kunnen investeren. Nu ligt het initiatief daartoe nog vooral bij particuliere organisaties. Ik zie hier ook een taak voor de Europese Unie, nu Noord-Afrika misschien wel onze belangrijkste buurregio is geworden en Turkije op termijn mogelijk tot de Unie toetreedt.

De Europese Unie kan meer culturele taken vervullen. Ik ben ervan overtuigd dat Europese staten cultureel gezien meer gemeen hebben dan, laten we zeggen, het Eurovisie Songfestival. Europa onderscheidt zich op cultureel gebied in bepaalde opzichten van bijvoorbeeld de Verenigde Staten. 'Europe is not only about markets, it is also about values and culture', in de woorden van EU-voorzitter José Manuel Barroso.

Europees cultuurbeleid kan soortgelijke elementen bevatten als ik voor het Nederlandse beleid voorstel. Gebrek aan mobiliteit is, vooral voor kunstenaars uit Centraal- en Oost Europa, vaak een belemmering om op gelijkwaardige wijze deel te nemen aan culturele initiatieven. Een reisbeurzenprogramma voor kunstenaars, vergelijkbaar met het Erasmusprogramma voor studenten, kan soelaas bieden. Door een Collectie Europa te creëren, waardoor, analoog aan de Collectie Nederland, musea eenvoudiger voorwerpen uit elkaars collecties kunnen lenen, kunnen Europese musea hun positie in de mondiale eredisie versterken. De regels voor Europese subsidies kunnen eenvoudiger; nu wordt de helft van de Nederlandse aanvragen nog niet-ontvankelijk verklaard. De structuurfondsen van de Unie kunnen vaker worden ingezet voor de verbetering van de culturele infrastructuur van zwakke regio's, zeker nu uit onderzoek van bijvoorbeeld Richard Florida (auteur van *The Rise of the Creative Class*) blijkt hoe positief de uitwerking van een rijk cultureel klimaat is op economische ontwikkelingen.

De Europese Culturele Stichting becijferde onlangs dat het jaarlijkse cultuurbudget van de Unie ongeveer 34 miljoen euro bedraagt. Dat is zo'n zeven cent per inwoner, en minder dan wat bijvoorbeeld het Amsterdamse Muziektheater jaarlijks aan subsidie ontvangt. Als je bedenkt dat ongeveer zes miljoen Europese boeren samen vele miljarden aan landbouwsubsidies opstrijken, dan denk ik dat we best een deel daarvan zouden kunnen inzetten om het cultuurbudget wat te verhogen voor de drie tot vier miljoen Europeanen met een creatief beroep.

Met de instelling van de Prix de Rome in 1817 kregen Nederlandse kunstenaars jaarlijks een kans om op kosten van de rijksoverheid naar Rome te reizen en op de ‘bakermat van de Europese cultuur’ nieuwe inspiratie op te doen. Daarmee was het eerste cultuurbeleid dat Nederland ontwikkelde direct zeer internationaal georiënteerd. Lodewijk Napoleon, die de prijs instelde, had goed in de gaten dat internationale kruisbestuiving essentieel is voor een bloeiend cultureel klimaat. Wat mij betreft is er geen nieuwe Franse bezetting nodig om het internationaal cultuurbeleid weer een prominente plek te geven.

Boris Dittrich is fractievoorzitter en woordvoerder Cultuur van de Tweede Kamerfractie van D66. Als woordvoerder was hij onder meer verantwoordelijk voor de Initiatiefwet op de vaste boekenprijs.

Spring niet op de boot, maar zet hem zelf in gang

Sandra Jongenelen in gesprek met Chris Dercon

063

Cultuur en
politiek

Gesprek met Chris Dercon

Internationaal cultuurbeleid is politiek doordat het beleid wordt gemaakt door ambtenaren in dienst van gekozen politici. Je kunt ze daardoor niet van elkaar loskoppelen, vindt Chris Dercon, directeur van het Haus der Kunst in München.

‘Nederland leeft met het Thorbeckeprincipe dat stelt dat de politiek zich niet inhoudelijk met kunst mag bemoeien. Dat uitgangspunt is op zichzelf goed, maar in de praktijk zorgt het voor een spagaat: de ene keer wel, de andere keer niet, de ene keer zus, de andere keer zo. We moeten het daarom analyseren.

Is het Thorbeckeprincipe effectief? Wordt het op de juiste manier uitgevoerd? Is de zogenaamde afstandelijkheid geen struisvogelpolitiek? Moeten we niet accepteren dat politiek en cultuurbeleid onlosmakelijk met elkaar zijn verbonden? En dat de politiek niet alleen verantwoordelijkheid neemt, maar ook – op een voor iedereen zichtbare wijze – stuurt en daar vervolgens op wordt afgerekend?

In tweede instantie dienen de beleidsinstrumenten te worden aangepast, niet alleen aan de nieuwe binnenlandse maar ook aan de steeds veranderende buitenlandse situatie. Het is bijvoorbeeld een feit dat het Prins Claus Fonds grote buitenlandse invloed heeft in tegenstelling tot de Mondriaan Stichting, die zich gedwongen voelt zich veel passiever op te stellen.’

Dercon hoort zichzelf praten en moet lachen. Denkend aan Holland spreekt hij nog steeds in de wijvorm. ‘Ik ben Belg, hoor’, benadrukt hij maar eens. Inmiddels werkt hij twee jaar in Duitsland, maar in de afgelopen decennia kreeg hij een hechte band met Nederland. Dat begon met zijn studie kunstgeschiedenis in Leiden, waarna hij onder andere kunstprogramma’s maakte voor de Nederlandse televisie. Na een periode in New York keerde hij terug naar Rotterdam, waar hij dertien jaar directeur was van respectievelijk het centrum voor moderne kunst Witte de With en Museum Boijmans Van Beuningen. Vooral in die laatste functie lag zijn beleid onder vuur van politici. Lokale volksvertegenwoordigers bemoeiden zich zelfs openlijk met de keuze van tentoongestelde kunstwerken. Zo stelde een Rotterdamse politicus vorig jaar dat Dercon het beeld van Hitler van de Italiaanse kunstenaar Mauricio Cattelan zou hebben geëxposeerd om Leefbaar Rotterdam te pesten. Naar aanleiding van die beschuldiging wilde de vertegenwoordiger van Leefbaar Rotterdam dat het college Dercons nieuwe werkgever zou inlichten. Want pesten van een politieke partij door het nazisme erbij te slepen, dat ligt toch gevoelig in Duitsland? De tentoonstelling was al twee jaar voorbij; Dercon had Rotterdam allang verlaten, maar de politicus liet het er niet bij zitten. Hij was zo van de kaart dat hij alsnog de kosten van de tentoonstelling op Dercon persoonlijk wilde verhalen.

In een schriftelijke reactie ontkende de voormalig Boijmans-directeur dat hij de gewraakte uitlating ooit had gedaan. ‘Ikzelf hanteer die term sinds ongeveer 1973 niet meer of nauwelijks, althans niet in die zin (...). Laat ik zeggen dat ik pesten niet efficiënt vind.’ Het college zag af van verdere stappen, maar wees er in de beantwoording van de vragen van het Leefbaar-raadslid wel fijntjes op dat Dercon met de presentatie van Cattelans beeld in het Haus der Kunst veel lof kreeg toegezwaaid. ‘Volgens de Duitse pers is er sinds lange tijd geen ‘efficiënter’ beeld van Hitler te zien geweest.’

14/28

Er zijn Nederlanders die vinden dat de kunst en de politiek in hetzelfde schuitje zitten. Beide verkeren in een diepe crisis en marginaliseren. De binnenlandse discussie over het provincialisme in de kunst waait in ongenueanceerde vorm de landsgrenzen over. Tel daar de moorden op Pim Fortuyn en Theo van Gogh bij op en het buitenland vraagt zich in verwondering af wat er in Nederland aan de hand is. Het land raakt in een cultureel isolement. Gold het niet honderden jaren als vrijstaat? Een gastland met aandacht voor vernieuwing en een gezonde vorm van snobisme?

Ook Dercon merkt dat de positie van Nederland internationaal afkavelt. 'Nederland heeft dringend behoefte aan een pr-campagne', vindt hij. 'Die moet van bovenaf gedirigeerd worden, want de ambities van kunstenaars zijn gering. Men is bang uitspraken te doen. Ik vergelijk de toestand van Nederland met Canada, maar daar gebeurt nogal wat om onder de Amerikaanse hegemonie uit te komen. De regering zet alles op alles om aansluiting te vinden bij Europa. Ze investeren zelfs in commerciële films. Onderscheid tussen cultuur en commercie maken ze niet. Als het maar kwaliteit heeft en niet-Amerikaans is. Nederland is geloof ik een van de laatste landen die de Amerikaanse cultuur opwindend vinden. Bashing the USA is not done in Holland. Ook dat zegt veel over het beeld dat we van onszelf hebben.'

Canada timmert aan de weg onder de slogan 'De wereld moet meer Canada hebben'. In navolging daarvan meent Dercon dat de wereld 'meer Nederland' nodig heeft. 'Wij zijn bijvoorbeeld wereldexperts op het gebied van architectuur en design. Alles is vormgegeven en geësthetiseerd. Om greep te krijgen op dat fenomeen kan Nederland een mondje opendoen, juist omdat al de nodige ervaring is opgedaan. Ook die expertise is een exportartikel. We moeten de architectuur en design daarom genereus blijven steunen en tot staatsonderneming maken. Het wegbezuinigen van het tijdschrift Archis is wat dat betreft onbegrijpelijk.'

Kunst en cultuur verdienen steun in slechte tijden, maar vooral ook in periodes waarin ze floreren, vindt Dercon. Nederlanders vinden dat paradoxaal, weet hij, maar hij acht het essentieel. Daarom stuit de kritiek op het beleid van de Mondriaan Stichting hem ook zo tegen de borst. Critici menen dat de Mondriaan Stichting – verdeelstation van overheidsgeld – vooral kunstenaars ondersteunt die al succesvol zijn. In plaats daarvan zouden ze geld moeten geven aan nieuwkomers. Dercon verschilt daarover van mening. 'Het beleid is, op enkele punten na, juist heel goed. Het is geen gelijke monniken, gelijke kappen. Is er vraag uit het buitenland? Steun die dan. Nederland moet niet denken: als de vraag is gecreëerd, loopt het wel vanzelf.'

Juist bij succes moet je ondersteunen: dat heet dan investeren. Cultuur is public relations. Wil je internationaal meedingen, dan hebben juist culturele activiteiten zoals beeldende kunst grote behoefte aan ondersteuning. De Mondriaan Stichting moet haar logo willen afbeelden op de uitnodigingskaarten van Marlene Dumas in het Moca in Los Angeles. Haar succes straalt af op andere, goede Nederlandse schilders.

Is het niet vreemd dat juist nu, in een periode van enorme heropflakking van de schilderkunst als esthetisch en commercieel product, de Nederlandse schilderkunst achterblijft? Daar moet je dan – kunstmatig of niet – iets aan willen doen. En vooral niet zeuren dat buitenlandse verzamelaars en galleries geen oog hebben voor de Nederlandse identiteit.'

Ook Dercon weet in zijn buitenlandse positie het Nederlands cultuurgoed te steunen. Nog geen jaar na zijn aantreden in München zette hij de deur open voor een tentoonstelling van het Nederlandse ontwerperscollectief Droog Design. Voelt de directeur zich een

ambassadeur van de Nederlandse cultuur? 'Ik voel me een ambassadeur van goede producten', antwoordt hij diplomatiek. 'Maar dat die producten uit Nederland komen is een surplus. Droog Design was hier nog niet zo bekend. Nederlandse cultuur doet het nu ook goed in München. Denk aan schrijvers als Harry Mulisch en Cees Nooteboom of aan theatermaker Johan Simons. Ze zijn goede pr voor Nederland. En dat is belangrijk, want hier in München is geld en invloed.'

Simply Droog werd geopend door Atzo Nicolai, staatssecretaris voor Europese Zaken, voormalig cultuurwoordvoerder voor de VVD en ex-secretaris van de Raad voor Cultuur. De tentoonstelling kwam dan ook tot stand met Nederlands geld uit de pot voor internationaal cultuurbeleid. Dankzij die steun reisden de Droogproducten na München ook naar musea in Brazilië, Argentinië en Chili.

Een ander pr-middel dat Nederland volgens Dercon zou moeten inzetten is de fotografie. 'Dat is een fantastisch exportproduct', zegt hij. 'Beleid in de zin van 'voorspellen' is er niet of nauwelijks. Beleid is ook: risico nemen. Kijk naar het jarenlang soebatten over de plaats en de rol van het Fotomuseum. Zet je eigen mensen in, verwen ze. De Nederlandse fotografie is een fenomeen waar het buitenland met grote interesse naar kijkt.'

Buiten de landsgrenzen heerst ook grote belangstelling voor het werk van bijvoorbeeld ontwerpster Hella Jongerius. Dercon vertelt hoe ze twee weken geleden voor het laatst contact hadden. Jongerius woont met haar kinderen in Rotterdam, en schreef: 'Ik heb nu alleen besognes in een straal van twee kilometer met daarnaast uitsluitend buitenlandse opdrachtgevers; een heerlijke combinatie.' Daarmee bedoelde ze volgens Dercon ook dat ze is verlost van de regeltjes en het gekift, bijzonder onaangename trekjes van Nederland en de Nederlanders.

Sinds zijn vertrek uit Nederland is Dercon zelf met genoeg verlost van discussies over hoge en lage cultuur. 'Dat is een Nederlands debat waar je niets mee opschiet. Publiek noch producenten zijn nog geïnteresseerd of iets al dan niet als commercieel product is gemaakt. Bij Droog Design zit men met de handen in het haar. Is het hoge of lage cultuur? Wat moeten we ermee? Laat die begrippen toch vallen. Of neem een typisch Nederlandse uitdrukking als 'te intellectueel'. Niet relevant. Je zegt van een zwangere vrouw toch ook niet dat ze te veel of te weinig zwanger is.'

De geplande televisietoren voor de Chinese staatstelevisie van architect Rem Koolhaas is volgens Dercon een ander goed pr-middel. Tijdens het bezoek van premier Balkenende vorig jaar noemde de Chinese premier het project een belangrijke bijdrage van Nederland aan de architectuur in China. De Nederlandse regering ziet dat waarschijnlijk niet zo, maar Dercon is het met premier Wen Jiabao eens. 'Het is een Nederlands exportartikel. Profiteer van mensen zoals Koolhaas. Het kan een opening zijn. Bij het Volkenkundig Museum in Leiden zitten wereldexperts op het gebied van oude Chinese beeldcultuur en in Amsterdam zitten vernieuwende makers van producten op het gebied van digitale beeldcultuur, die ook in China speerpunt is. Denk daarbij aan mensen van de Doors of Perception. Zet die actief in. Je moet niet op de boot springen, maar de boot zelf in gang zetten. Wees niet afwachtend.'

Bij dat pr-beleid moet Nederland duidelijk maken waar het voor staat. Dercon: 'Dit is het eerste museum waar je doorheen kan fietsen', zei een van de bij de verbouwing van het Rijksmuseum in Amsterdam betrokken Spaanse architecten in de Spaanse media over dit museum. Dat is een sterk beeld, een exotisch gegeven dat je moet inzetten. Buitenlanders vinden dat geweldig. Dus pas je je aan.'

Bij de vierjaarlijkse stoelendans om het cultuurgeld kreeg onlangs een ander Nederlands pr-middel het zwaar te verduren. De Rijksakademie in Amsterdam, met bekende ex-

deelnemers als Georgina Starr en Bjarne Melgaard, kreeg een aanzienlijke korting opgelegd. Onbegrijpelijk, vindt Dercon. 'Het is een ongelooflijk marketinginstrument. De Rijksakademie is in het buitenland bekender dan het Stedelijk Museum Amsterdam.'

Cultuur is een belangrijk pr-middel en kan ook als glijmiddel fungeren bij de omgang met andere landen. 'Denk daarbij aan contacten met mensen uit herkomstlanden als Turkije en Marokko. Exotisme is in Londen en Parijs een fetisj, een lifestyle. Dat is goed en kwaad, maar niet een levensgroot probleem, zoals in Nederland. In Londen en Parijs, maar ook in Berlijn worden de nieuwe culturele idiomen op een kannibalistische manier geïntegreerd in de culturele wereld. In Nederland blijft het gescheiden. Er heerst een enorme afstand tot nieuwe culturen. Daarom kunnen we er geen uitspraken over doen.

We reageren afgesloten. Erik van Lieshouts tekeningen van moslims en autochtone Nederlanders worden in het buitenland met grote nieuwsgierigheid getoond en besproken, tot in de Verenigde Emiraten aan toe. In Nederland is de reactie: zou je dat nou wel doen? We zijn bang voor datgene wat we nog niet kennen of waar we in eerste instantie geen antwoord op weten.

Het zou interessant zijn die scherpe, verontrustende tekeningen van Van Lieshout te vergelijken met een slechte, melodramatische film als *Submission* van Theo van Gogh en Ayaan Hirsi Ali. Daarvoor hoef je geen socioloog te zijn, dat moet juist een kunstcriticus doen. In Nederland doet alleen Anna Tilroe het, en dat wordt haar niet in dank afgenomen. Dat komt doordat de Nederlandse kunstcritiek de laatste tijd vooral over zichzelf schrijft. In Nederland gaat het ook altijd over authenticiteit. Bij de tentoonstelling *Unpacking Europe* in Boijmans in 2002, vonden veel mensen dat het ging om kunst die achterliep, die ons imiteerde en niet-authentiek meer was. Dat hoor je ook vaak zeggen over de activiteiten die het Prins Claus Fonds steunt. Maar authenticiteit bestaat niet meer. Er is zo veel gefilterd en er bestaan nu eenmaal verschillende moderniteiten met elk een eigen tempo. Denk maar eens goed na: ook de Nederlandse cultuur is niet authentiek. Allang niet meer.

Een groot deel van de Nederlandse culturele elite doet de laatste tijd behoorlijk conservatieve uitspraken die niet veel verschillen van wat er in de politiek en de media valt te beluisteren. Dat is een gevolg van het feit dat men te veel naar binnen is gekeerd. Je moet 'het andere' en 'de ander', bijvoorbeeld het buitenland, juist uitnodigen je eigen verwachtingen te bevragen en zelfs te ondergraven. Ook dat is cultuur en culturele uitstraling.'

Sandra Jongenelen is freelance journalist voor onder andere *Het Financieele Dagblad* en *Kunstbeeld*, en lid van de adviesraad van *Boekman, tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid*.

Cultuur en economie

067

Cultuur en
economie

15 - 21/28

Living Apart Together Cultuur en economie

068

Cultuur en
economie

Inleiding door George Lawson

15/28

Het Nederlands cultuurbeleid is in de eerste plaats gericht op artistieke kwaliteit. Daarnaast valt op dat politici in het Nederlandse cultuurpolitieke debat van oudsher geobsedeerd zijn door het publieke draagvlak voor de kunst. In de afgelopen decennia zijn synchroon met veranderingen van de tijdgeest dan ook telkens wisselende legitimaties voor het kunstbeleid in de mode geweest, waarbij de noodzaak tot ongestoorde autonome ontwikkeling van de kunst overigens nooit ter discussie werd gesteld. Wel is met de economische dimensie van de cultuur natuurlijk vaak geflirt, maar veel verder dan dat ging de liefde meestal niet.

In het internationale cultuurbeleid, dat in Nederland een spiegel vormt van het nationale cultuurbeleid, worden termen als ‘concurrentie’, ‘winst’, ‘import’ en ‘export’ eveneens vermeden. Ook in het buitenland willen we toch vooral het beste van ons kunnen laten zien zonder dat we daar rijk van denken te worden. Sterker nog, we zijn best bereid om zelf fors te investeren in onze internationale culturele profilering. Mede daardoor wordt over de kwaliteit, creativiteit en innovatie van de Nederlandse cultuur nogal eens hoog opgegeven. Tegelijk, zo blijkt uit enkele bijdragen in dit hoofdstuk, is Nederland onvoldoende in staat daarvan ook de economische vruchten te plukken. Kijk bijvoorbeeld naar de Nederlandse mode. Begin en midden jaren negentig waren er twee generaties talentvolle ontwerpers, die de catwalks in Parijs bestormden en de tijdschriften bevolkten. Van hen zijn slechts enkelen in staat gebleken hun talent om te zetten in een rendabele beroepspraktijk als zelfstandig ontwerper. Een succesvolle show in Parijs kon leiden tot een bestelling, maar de ontwerpers beschikten meestal niet over de productiefaciliteiten om de bestelling te leveren. Een ander voorbeeld is te vinden in de nieuwe media. In haar bijdrage aan dit hoofdstuk constateert Femke Wolting, directeur van Submarine, dat Nederland op het gebied van games aanvankelijk de boot heeft gemist doordat de kloof tussen kunst en commercie te groot was.

In economische zin behoren mode en games tot de groep van culturele producten, evenals veel beeldende kunst, vormgeving, literatuur en architectuur: tastbare producten die verkocht kunnen worden. Op dat vlak valt zeker winst te behalen. Maar dat geldt ook voor de groep van culturele dienstverlening: kunstvormen die live worden geconsumeerd, zoals podiumkunsten. Hoe de relatie tussen beide gestalten kan krijgen wordt in de bijdragen aan dit hoofdstuk op verschillende manieren uitgewerkt.

De creatieve industrie krijgt in Nederland steeds meer aandacht. Cultuur vervult een cruciale rol in de kenniseconomie, stelt Joeri van den Steenhoven, oprichter van Stichting Nederland Kennisland, in zijn bijdrage aan deze publicatie. ‘Identiteit en betekenis worden meer en meer gezien als sleutelfactoren in het toevoegen van economische waarde aan producten en diensten. Dit is het best zichtbaar in de creatieve industrie.’ Tussen cultuur en economie kan een directe verbinding worden gelegd van economische activiteiten met een culturele component die kunnen bijdragen aan het versterken van de internationale concurrentiepositie van een land of regio. ‘Die verbinding bestaat uit vier elementen: het ontwikkelen van talent, het stimuleren van innovatie, het creëren van omgevingen waarin dwarsverbanden kunnen ontstaan en de promotie van de creatieve industrie.’ Dit is iets waar men in Finland al jaren mee bezig is en nu de vruchten van plukt.

Ook Rick van der Ploeg, hoogleraar economie in Amsterdam en Florence, is van mening dat concurrentie zowel bij de import als bij de export van culturele producten een grotere rol gaat spelen en een positieve uitwerking kan hebben op de kwaliteit van de Nederlandse cultuur. Als voorbeelden van landen die cultuur succesvol hebben ingezet bij hun nationale branding noemt hij Frankrijk, Denemarken, Oostenrijk en, alweer, Finland. Peik Suyling, directeur van de Young Designers & Industry Foundation, pleit ervoor Dutch Design niet zonder meer in een economisch keurslijf te dwingen. 'Dutch Design is een bijzonder sterke conceptuele cultuuruiting. Die moet je niet als een melkkoe proberen te behandelen. Daarmee zou je alles ontkrachten waar Dutch Design voor staat.' In plaats daarvan moeten we doen waar we goed in zijn: nieuwe wegen verkennen. Het is bijvoorbeeld mogelijk design in te zetten in complexe probleemgebieden die normaal gesproken buiten het bereik van de ontwerper vallen. Werd er tot voor kort in oplossingen gedacht, tegenwoordig zijn processen belangrijker en gaat het om de grensgebieden tussen de verschillende gezichtspunten op een probleem. Design kan een belangrijke rol vervullen bij het vinden en vormgeven van oplossingen in deze grensgebieden. Daarbij zal veel moeten worden samengewerkt, en dat is iets waar ontwerpers aan gewend zijn. Mir Wermuth, directeur van de Academie voor Digitale Communicatie aan de Hogeschool van Utrecht, neemt de wereld van de popmuziek onder de loep en constateert dat de Nederlandse popmuziek een sector is waarin commercie en overheidssteun naast elkaar bestaan. Beide partijen maken zich ook internationaal sterk voor de promotie ervan, waarbij commercie én overheid naar de commerciële potentie van de nummers kijken. Tot dusverre is vooral Nederlandse dance succesvol, terwijl er niets Nederlands aan te ontdekken is, constateert Wermuth.

Femke Wolting signaleert in het buitenland een overgangsgebied tussen artistieke experimenten en games, die alleen gemaakt worden om er geld mee te verdienen. Ze meent dat het tijd wordt dat kunstzinnige makers in Nederland de kloof tussen autonome kunst en commercie dichten door verder te kijken dan de kleine incrowd van de kunstwereld en zich te richten op een breder publiek. Daarvoor zijn aparte financieringsmodellen nodig: het produceren van nieuwe media kost veel geld en vereist een gezamenlijk investeringsbeleid van de ministeries van EZ, OCW en Financiën.

In de bijdragen aan dit hoofdstuk worden meerdere mogelijkheden tot een vruchtbare kruisbestuiving tussen cultuur en economie genoemd. Daarbij blijkt ook dat samenhang tussen economie en cultuur in het beleid van de overheid ontbreekt. Mogelijk brengt de door de regering in het vooruitzicht gestelde nota *Cultuur en economie* daar verandering in. Het lijkt dan in ieder geval zinvol onderscheid te maken tussen de economische dimensie van cultuur die een passende rol in het cultuurbeleid zou moeten krijgen en de culturele dimensie van economie die een vitaal onderdeel van onze economische politiek zou moeten vormen. Of dit per se tot een huwelijk moet leiden weet ik nog zo net niet, en al zeker niet in gemeenschap van goederen. Maar een lat-relatie kan voorlopig spannend genoeg zijn.

George Lawson is sinds 2004 directeur van de Stichting Internationale Culturele Activiteiten. Daarvoor was hij hoofd van de culturele afdeling van de Nederlandse ambassade in Berlijn, plaatsvervangend directeur Kunsten van het ministerie van OCW en directeur van de Schouwburg, het Centrum Beeldende Kunst en het ro theater in Rotterdam.

In een groot deel van Europa zijn de markt en de kunsten ongelukkige bedgenoten. Kunstkritici suggereren dat alleen gesubsidieerde symfonieorkesten en klassieke-muziekensembles goede muziek maken. Commerciële orkesten mogen geschikt zijn om musicals, operettes en populaire opera's te begeleiden, ze schieten tekort als het gaat om moeilijke of hedendaagse muziek. Zo brengt het gesubsidieerde theater het artistiek waardevolle toneelrepertoire, terwijl het commerciële theater zich concentreert op het lichtere werk, zoals comedy, cabaret of kerstpantomimes. De commerciële cultuur biedt veel wonderlijks. Zelfs Shakespeare schreef voor het volkstoneel en wist te midden van een felle concurrentie het publiek en masse de zaal in te lokken. Er zijn in het huidige Europa uitstekende musea die bloeien zonder subsidie. De kwaliteit van sommige commerciële theaterproducties is zeker zo goed als die van gesubsidieerde theatergezelschappen. Een toenemend aantal culturele ondernemers koestert de eigen autonomie en heeft succes zonder subsidie.

Gesubsidieerde cultuur verliest haar relevantie als ze zich niet uitstrekt naar nieuwe en meer diverse publieksgroepen, want momenteel richt ze zich hoofdzakelijk op een blank, hoogopgeleid publiek, en niet op de enorme instroom van immigranten. Cultuurpessimisten verwerpen de op geld gerichte, cultureel verarmde manier waarop mensen samenleven. Zij vrezen dat de marktwerking uitingen van hoge cultuur afstompt om de aandacht van de massa te trekken en ze houden ons voor dat hoge cultuur niet hetzelfde is als amusement. Economen benadrukken dat de markt voldoende culturele niches voor de elite schept én lage cultuur voor de meerderheid (Cowen 1998).¹ Globalisering, internet en andere technische vernieuwingen creëren schaalvoordelen en maken het de markt mogelijk diversiteit en variëteit te produceren. Sommigen zagen liever helemaal geen overheidsgeld verspild aan cultuur, omdat daarmee alleen de egocentrische belangen van de leden van een gedreven minderheid worden gediend (Grampp 1989).² En natuurlijk is het zo dat als sleutelfiguren in de cultuur hun tijd en energie verspillen aan rent-seeking er minder overblijft voor cultuurproductie. Hierbij moet onder rent-seeking worden verstaan het halen van concurrentievoordelen uit factoren buiten de markt zelf, zoals subsidies, wetten en regelingen of een monopoliepositie, dus zonder dat er een toegevoegde waarde tegenover staat. De door de staat geleide systemen van Frankrijk en Italië zijn niet transparant, ze zijn vatbaar voor politiek of bureaucratisch favoritisme en hebben een voorliefde voor prestigeprojecten. Het Verenigd Koninkrijk neemt een afstandelijke houding aan, met een onafhankelijke Arts Council en zonder ministeriële verantwoordelijkheid. Het kent minder van de genoemde problemen, maar richt zich mogelijk te veel op kunst omwille van de kunst, nu de regering weinig invloed uitoefent op de toewijzing van culturele subsidies. Ook Nederland kent een afstandelijke benadering, met een Raad voor Cultuur en ministeriële verantwoordelijkheid. Het voordeel van het Nederlandse bestel is dat de minister prioriteiten en criteria in grote lijnen kan opstellen waaraan de Raad voor Cultuur zich moet houden, zonder te proberen artistieke oordelen te beïnvloeden, maar het is vatbaarder voor lobbyen en rent-seeking. Het stimuleren van de vraag met algemene maatregelen (zoals belastingfaciliteiten) draagt weinig risico van lobbyen of rent-seeking, maar is wél vatbaar voor deadweight losses in de zin dat ook producties die zonder

subsidie zouden worden gemaakt, subsidie ontvangen. Bovendien is aan vraagstimulering het gevaar verbonden van een eenzijdige bevordering van middle-of-the-roadcultuur. De Raad voor Cultuur moet normaal gesproken uitgaan van 'kwaliteit' als primair criterium. Maar wie beslist wat 'kwaliteit' is? Is alleen de westerse canon van gevestigde hoge cultuur 'kwaliteit'?

Culturele ervaringen

Culturele ervaringen als betaaltv of bezoeken aan theaters of musea zijn rivaliserende goederen; de prijzen weerspiegelen de werkelijke kosten en de markt functioneert goed. Als het genot van een culturele ervaring niet belemmert dat andere personen er ook van kunnen genieten, is het niet-rivaliserend. Maar lawaaierige, niet-geïnteresseerde publieksgroepen bederven het genot van geïnteresseerde kunstliefhebbers. Hoewel het doenlijk is mensen via jamming (storing) uit te sluiten van niet-rivaliserende cultuurgoederen als radio- of tv-uitzendingen, is het economisch gezien zinloos. Iedereen wil gratis meeliften met niet-rivaliserende cultuurgoederen, daarom lijken subsidies voor openkanaalradio en -tv gerechtvaardigd. Openkanaaltv is een publiek goed, maar betaaltv is een rivaliserend en uitsluitbaar particulier goed, en de houding van de overheid daartegenover moet beperkt blijven tot concurrentiebeleid. Als de congestiekosten hoog zijn, kunnen culturele ervaringen hun niet-rivaliserende karakter verliezen. Zo belopen de congestiekosten veroorzaakt door de marginale bezoeker van het British Museum acht Britse pond, nog afgezien van de kosten van beveiliging, onderhoud, schoonmaak enzovoort. Gratis toegang kan dus nadelig zijn. Soms is het onmogelijk mensen uit te sluiten die niet betalen. Dat kan gelden voor de restauratie van een monumentaal gebouw of een meesterwerk van een wereldberoemde architect – denk aan het effect dat het Centre Beaubourg, ontworpen door Renzo Piano en Richard Rogers, heeft gehad op de depressie in de omgeving van Les Halles. Aangezien men voorbijgangers niet om een bijdrage kan vragen voor of kan uitsluiten van het genot van goed onderhouden cultureel erfgoed of schitterende architectuur, voldoet de markt onvoldoende aan de behoefte aan zulke niet-rivaliserende, niet-uitsluitbare publieke goederen. Podiumvoorstellingen zijn uitsluitbare, private goederen, daarom verdienen ze de relatief hoge subsidies die ze krijgen niet (De Grauwe 1990).³ Taal is daarentegen een publiek goed, en dat kan steun rechtvaardigen. Hetzelfde kan gelden voor toneel, literatuur en film.

Snelle technologische ontwikkelingen hebben een grote verandering gebracht in de aard van cultuurgoederen. Veel mensen halen tegenwoordig hun favoriete muziek van (illegale) websites. Cd's waren rivaliserende (private) goederen, nu zijn ze niet-rivaliserende (publieke) goederen. Deze verschuiving bedreigt de muziekindustrie in haar bestaan. Er is een markt voor massaal geproduceerde reproducties van Da Vinci's *Mona Lisa*, Van Gogh's *Zonnebloemen* en Vermeers *Melkmeisje*, omdat de posterproducenten auteursrechten betalen en kwaliteit garanderen. Voor muzikanten ligt dat niet zo eenvoudig; als het publiek hun artistieke producten gratis van het net plukt, worden ze afhankelijker van extra inkomsten door concerten, boeken, interviews en merchandise. Aan de andere kant hebben de technologische ontwikkelingen, de e-cultuur en de lagere kosten van vervoer en communicatie gezorgd voor een ongekennde democratisering van de cultuur. Door het internet en de nieuwe technologie zijn de prijzen gedaald en is de snelheid gestegen, met als gevolg een grotere deelname aan en toegang tot zowel klassieke als hedendaagse kunst. De toegenomen keuzemogelijkheden en snelheid van het vervoer van personen en kunstwerken maken tentoonstellingen van zelfs unieke kunstvoorwerpen bereikbaar

voor een groeiend wereldwijd publiek. Bibliotheken, archieven, musea en podiumkunsten geven hun schatten steeds meer prijs aan televisie of internet. Hoewel velen hebben gevreesd dat virtuele presentaties afbreuk zouden doen aan de behoefte om de werken in werkelijkheid te gaan zien, is die angst ongerechtvaardigd gebleken. Er vindt ook een verschuiving plaats van autonome naar toegepaste kunst. De economie wordt zelfs in toenemende mate afhankelijk van de productie uit zulke uiteenlopende commerciële en gesubsidieerde kunstsectoren als film, radio, televisie, reclame, industrieel ontwerp, webdesign, architectuur, mode, muziek, uitgeverij en festivals. Cultuur heeft een positief uitstralings-effect doordat een bloeiend cultureel klimaat toeristen en nieuwe bedrijven trekt. Goed onderhouden monumenten, goede architectuur en bloeiende podiumkunsten maken steden aantrekkelijk voor bedrijven, schaarse kenniswerkers en toeristen (Florida 2002).⁴

Hoge cultuur heeft snob appeal (Bourdieu 1979).⁵ Zodra de rest van de bevolking ervan gaat genieten, daalt de interesse onder de elite. Toch behoort de overheid ervoor te zorgen dat meer mensen genieten van hoge cultuur. Een Deens onderzoek heeft uitgewezen dat van de niet-gebruikers van de Koninklijke Schouwburg 82 procent er toch aan wil meebetalen. Veel mensen willen de kunsten best steunen, ook al maken ze er zelf geen gebruik van. Niet-bezoekers kunnen toch genieten van recensies of van operaregistraties op tv, of waarde hechten aan de afgeleide voordelen voor de televisie, de filmindustrie, de cultuureducatie en het behoud van cultureel erfgoed en tradities, of zich verheugen over het internationale prestige. Hoge cultuur kost rijke mensen meer dan armere, omdat de kosten van een bezoek aan bijvoorbeeld de opera bestaan uit het ticket plus reiskosten plus gederfd inkomen. Rijke mensen zijn daarom minder gevoelig voor de prijs van het ticket, die dan ook gemakkelijk kan worden verhoogd.

Overtuigende argumenten voor cultuursubsidies

In mijn beleidsnotitie *Cultuur als confrontatie* (Uitgangspunten voor het cultuurbeleid 2001–2004) heb ik uiteengezet waarom de overheid cultuur behoort te ondersteunen. Op de eerste plaats zijn er gegronde redenen om te investeren in cultuurbesef en cultuureducatie waardoor kinderen kennismaken met culturele ervaringen die een blijvende indruk achterlaten. Met cultuurbonnen kunnen kinderen elk jaar vier tot zes keer naar een museum, film, toneel- of dansvoorstelling, concert of opera. De kinderen kiezen zo zelf wat ze willen meemaken. Daarnaast kunnen culturele instellingen subsidies krijgen voor de ontwikkeling van culturele ervaringen voor jonge mensen. Het argument voor de bevordering van cultuureducatie is dat hoge cultuur pas volledig wordt geapprecieerd als mensen er op jonge leeftijd aan worden blootgesteld. Voor veel kinderen is cultuureducatie de enige kans om belangstelling en smaak voor hoge cultuur te ontwikkelen.

Op de tweede plaats kan men hoge cultuur onder de mensen brengen, terwijl hoge cultuur nu hoofdzakelijk wordt genoten door een ouder, vergrijzend, blank, hoogopgeleid publiek. Door hoge cultuur naar openbare parken te brengen, poptempels, bibliotheken, gemeenschapshuizen en winkelcentra, strekt men de hand uit naar nieuwe en meer gevarieerde publieksgroepen. Dat levert interessante ervaringen op in het schemergebied tussen hoge en lage cultuur en dwingt de kunsten hun producten meer aan te bieden in de vorm van niet-rivaliserende, niet-uitsluitbare goederen en minder als luxegoederen. Op de derde plaats zijn er goede argumenten om de vraag naar culturele ervaringen te stimuleren, en niet het aanbod. In Nederland heeft zich een verschuiving voorgedaan

van steun aan het aanbod van hedendaagse beeldende kunsten naar vraagsubsidies (via subsidies op de rente betaald voor leningen voor de aankoop van werk van levende kunstenaars). Ook in de podiumkunsten is een grotere nadruk op de vraagzijde nodig. Veel accommodaties in de provincie hebben de neiging doorsneekost te programmeren om uit de kosten te komen. Daarom is er veel te zeggen voor programmafondsen, met de opdracht die accommodaties te subsidiëren die komen met een avontuurlijk, kwalitatief hoogstaand cultuurprogramma. Het kost tijd om een publiek te kweken en ook dat maakt het aantrekkelijker succesproducties langer te laten draaien. Een bums on seats-premie voor de podiumkunsten draagt bij aan het vullen van stoelen en geeft ook stimulansen om een groter publiek te trekken.

Op de vierde plaats kan de markt onvoldoende niet-rivaliserende of niet-uitsluitbare culturele ervaringen leveren. Culturele ervaringen brengen ook cultureel kapitaal voort en leveren dus winst op voor de maatschappij als geheel en niet alleen voor de enkelen die ze consumeren. De overheid moet zulke ervaringen steunen via subsidies, belastingprikkel, regulering of publieke voorzieningen. De som van de marginale opbrengsten moet gelijk zijn aan de kosten van de culturele ervaringen. Als cultuur breder toegankelijk wordt gemaakt, gaan mensen misschien minder werken en minder belasting betalen. Deze erosie van het belastingdraagvlak maakt cultuur duurder. Als cultuur hoogopgeleide arbeidskrachten, bedrijven en toeristen aantrekt, stijgen belastingopbrengsten en worden de kosten juist verlaagd.

Ten vijfde kan de overheid cultuur met bestaans- of legaatwaarde voor de huidige of toekomstige generaties subsidiëren, vooral als die zichtbaar is in de openbare ruimte. Bestaanswaarde is de waardering die een persoon toekent aan het behoud van een natuur- of cultuurwaarde, ook al maakt hij er zelf geen gebruik van. Legaatwaarde is de waardering die iemand toekent aan het behoud van een natuur- of cultuurwaarde voor het eigen nageslacht en toekomstige generaties. Denk aan restauratie en onderhoud van monumentale kerken, boerderijen, kastelen, bruggen en sluisen, historische landschappen of archieven, bibliotheken, musea en archeologische vondsten. Elk daarvan draagt bij aan de maatschappelijke voorraad cultureel kapitaal en als ze in verval raken is dat schadelijk voor het welzijn van toekomstige generaties. Zelfs als men in bepaalde delen van het land nooit komt, wil men niet dat het erfgoed in die delen naar de knoppen gaat. Hetzelfde kan gelden voor opera. Het belang van deze cultuurwaarden kan ook motiveren tot financiering van experimenten en onderzoek en ontwikkeling.

Ten zesde kunnen tijdelijke subsidies nodig zijn om tekortkomingen aan de aanbodzijde te compenseren. Dit is het argument van de 'kinderschoenen'. De Unesco stelt dat Tibetaanse hoornblazers, Balinese dansers en Kaapverdiaanse zangers unique selling points hebben, die gepopulariseerd kunnen worden via de mondiale media, cd's, dvd's en live-optredens. Deze artiesten kunnen bijdragen aan de merkbekendheid van hun eigen land, zoals vroeger de Beatles en Abba, en zo stimulansen geven aan hun nationale economie. Een ander voorbeeld zijn beoefenaars van toegepaste kunsten die geen prijs stellen op inkomenssubsidie en liever toegerust willen worden om zich zelfstandig te vestigen en te leven van de markt. Krediet krijgen op de markt is moeilijker voor avant-gardistische culturele activiteiten dan voor de conventionele commerciële producties, daarom kan de regering via participatiemaatschappijen risicodragend kapitaal leveren en belastingfaciliteiten bieden. Rentevoordelen kunnen particulieren ertoe aanzetten geld te investeren in de vorm van zachte leningen.

Niet-overtuigende argumenten voor cultuursubsidies

Sommigen stellen dat de vraag naar cultuurgoederen afhangt van het aanbod, en dat de overheid dus het aanbod moet subsidiëren. Toch is het beter de vraag naar hoge cultuur te stimuleren via cultuureducatie, cultuurbonnen, het aanboren van nieuwe en meer gevarieerde publieksgroepen en programmasubsidies. Een andere onjuiste stelling is dat cultuur voor iedereen betaalbaar moet zijn. Een verstandig antwoord op de ongelijke deelname is prijsdiscriminatie (bijvoorbeeld seizoenkaarthouders een hogere prijs per plaats vragen dan mensen die individuele last-minutekaartjes kopen) of het stimuleren van de vraag onder mensen met lage inkomens en kinderen via educatie, cultuurbonnen, actieprogramma's en andere middelen. Als men zich er zorgen over maakt dat de avant-gardecultuur overvleugeld wordt door conventionele publiekstrekkers, kan men docenten en programmeurs van podia aanmoedigen de smaak voor hoge cultuur met zachte hand te cultiveren. Nog een slecht argument is dat prijsstijgingen leiden tot nog grotere dalingen in de vraag, en dus in verlies van opbrengsten, en dat daarom subsidies moeten worden gegeven. In de praktijk is de vraag vaak inelastisch, zodat hogere prijzen leiden tot hogere opbrengsten. Als de capaciteit van accommodaties niet volledig wordt benut, moet men de vraag stimuleren, niet het aanbod.

Vaak wordt gesteld dat cultuur wordt geproduceerd tegen dalende gemiddelde kosten, en dat daarom subsidie nodig is om een volledige benutting van accommodaties te garanderen. Dit argument is niet erg overtuigend. Als accommodaties niet voldoende publiek trekken, kunnen ze experimenteren met goedkope last-minutekaartjes en marketing. Er zijn goede argumenten te geven voor een stimulering van de vraag via educatie, cultuurbonnen, actieplannen en programmasubsidies, maar niet voor extra aanbodsubsidies. Velen stellen ten onrechte dat cultuur bijdraagt aan werkgelegenheid, want in een krappe arbeidsmarkt is er geen marktfalen. De vrijheid zichzelf als kunstenaar te scholen legt de overheid niet de verplichting op te zorgen voor voldoende orkesten, theatergroepen enzovoort om de afgestudeerde kunstenaars een baan te bieden. Het werkgelegenheidsargument kan wel gelden voor bepaalde beroepen (restaurateurs bijvoorbeeld), als men vreest dat waardevolle vaardigheden voor toekomstige generaties verloren gaan. Dat veel kunstenaars arm zijn is ook geen valide argument, want de staat behoort alle arme mensen te ondersteunen, ongeacht hun beroep.

De kunsten bieden niet veel ruimte voor productiviteitsverbeteringen, daarom stijgt de relatieve prijs ervan (Baumol en Bowen 1966)⁶ en daarmee de vraag naar subsidies. Daar staat tegenover dat de technologische vooruitgang veel nieuwe rijkdom heeft geschapen, waardoor mensen bereid zijn een groter deel van hun budget aan de kunsten te besteden. Daar komt bij dat zich mogelijk een verschuiving voordoet van unieke naar reproduceerbare, van klein- naar grootschalige en van arbeidsextensieve naar arbeidsintensieve producties.

Internationaal cultuurbeleid: verschillende benaderingen in Europa

Landen met enig nationaal eergevoel willen hun eigen cultuur in het buitenland uitdragen en streven naar wederzijds respect voor elkaars cultuur. Culturele diplomatie kan binnenlandse ondernemingen helpen contracten in het buitenland in de wacht te slepen. Het Verenigd Koninkrijk lijkt de grootste nadruk te leggen op het economisch belang. In zo'n benadering is de formulering van een internationaal cultuurbeleid een afgeleide van

het buitenlands beleid en draagt weinig bij aan een bloeiende internationale culturele uitwisseling. Als het initiatief ligt bij de bewindspersoon van Cultuur, kan prioriteit worden gegeven aan de export van hoge cultuur, ten koste van populaire cultuuruitingen die zijn gericht op andere motieven dan het stimuleren van de kunsten. Ook kan meer prioriteit worden gegeven aan het aantrekken van buitenlandse cultuur, zij het wereldmuziek, Berbercultuur of Bollywoodfilms (Denemarken, Frankrijk, Zweden, Nederland), als aanvulling op de westerse canon. Deze versterkte diversiteit heeft een intrinsieke waarde en draagt bij aan de concurrentie in eigen land. Sommige landen treden zelfs op als gastheer voor de beste jonge beeldende kunstenaars, filmregisseurs, architecten en musici als die beter zijn dan talent van eigen bodem. Niet alle landen zijn het daarmee eens (Frankrijk).

Zweedse en Franse muziek wordt met succes in het buitenland gepromoot. De buitenlandse verkopen van Franse muziek zijn gestegen van 1,5 miljoen artikelen in 1992 tot 39 miljoen in 2000. Toch vinden de Fransen deze spectaculaire groei waarschijnlijk nog onvoldoende om tegenwicht te bieden aan de dominantie van de Angelsaksische muziekindustrie. De Fransen stimuleren ook de export van hun film, radio en televisie, wederom met enig succes. De Deense Dogmagroep is succesvol in het buitenland en Finland boekt goede resultaten in muziek, design en dans. Niet alleen Groot-Brittannië afficheert zich als cool, ook Oostenrijk werkt aan een modern image (zie bijvoorbeeld Kruder en Dorfmeister). Beide landen maken gebruik van 'branding', van merkidentiteiten en gemeenschappelijke marketinginitiatieven om hun cultuur in het buitenland te promoten.

Sommige landen geven kunstenaars de hulpmiddelen waarmee ze kunnen concurreren op internationale markten (Verenigd Koninkrijk, Nederland). Andere (onder aanvoering van Frankrijk) kiezen een andere weg en praktiseren cultureel protectionisme. Bijzondere instrumenten ontwikkelen om Franse films, boeken of muziek buiten Frankrijk te verkopen, etnische minderheden de kans bieden hun cultuur te presenteren of niet-Europese culturen binnenhalen zijn zinvolle initiatieven, maar het uitsluiten van de Amerikaanse of andere buitenlandse culturen niet. Het promoten van producten in de eigen taal is een legitiem streven, het blokkeren van producten in vreemde talen is dat niet (Van der Ploeg 2005).⁷

Conclusie

Nu de vrijetijdsindustrie alsmat professioneler wordt, dreigt de hoge cultuur te worden gemarginaliseerd; jongeren investeren minder in culturele competentie, de kring van echte kunstliefhebbers wordt kleiner, het publiek diverser en cultuur is vaker alleen nog in amusementscentra te vinden. Overheden vechten tegen de afstomping door te voorkomen dat cultuur afzakt tot amusement, door te investeren in culturele competenties en educatie en door ruimte te bieden voor innovatie en experiment. Ze moeten oppassen voor verslaving aan cultuursubsidies en de status quo, en discriminatie van nieuwkomers tegengaan. In de Renaissance bestond er een felle concurrentie tussen kunstproducenten. In onze tijd kunnen de frisse wind van binnenlandse en internationale concurrentie en de meer marktgerichte steun van overheden belangrijke drijfkrachten zijn in een heropleving van de creatieve en innovatieve culturele sectoren van Europa.

Rick van der Ploeg is hoogleraar economie aan het Europees Universitair Instituut in Florence en de Universiteit van Amsterdam. Ook is hij lid van het Unesco Werelderfgoedcomité. Hij was van 1998 tot 2002 staatssecretaris van cultuur en media.

- 1 - Cowen, T. (1998), *In Praise of Commercial Culture*. Harvard University Press, Cambridge, Mass.
- 2 - Grampp, W.D. (1989), *Pricing the Priceless - Art, Artists and Economics*. Basic Books, New York.
- 3 - Grauwe, P. de (1990), *De nachtwacht in het donker. Over kunst en economie*. Lannoo, Tielt.
- 4 - Florida, R. (2002), *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York.
- 5 - Bourdieu, P. (1979), *La distinction. Critique sociale du jugement du goût*. Editions de Minuit, Parijs.
- 6 - Baumol, W.J. en W.G. Bowen (1966), *Performing Arts - The Economic Dilemma*. Twentieth Century Fund, Cambridge, Mass.
- 7 - Ploeg, F. van der (2005), The Convention of Cultural Diversity: A Trojan Horse?, *Journal of Cultural Economics*.

Bouwen aan creatief kapitaal

De opkomst van de kenniseconomie is een proces waarin economische, technologische, sociale en culturele trends met elkaar verweven zijn. Vooral informatie- en communicatietechnologie heeft de manier waarop we werken en leven fundamenteel veranderd. Veel ogen waren de laatste jaren dan ook gericht op de relatie tussen technologie en economie. Nu ontdekken we dat hieraan een dimensie ontbreekt: de culturele.

Cultuur speelt een cruciale rol in de kenniseconomie. Identiteit en betekenis worden meer en meer gezien als sleutelfactoren in het toevoegen van economische waarde aan producten en diensten. Dit is het best zichtbaar in de creatieve industrie. De term creatieve industrie komt oorspronkelijk uit het Verenigd Koninkrijk en werd in 1997 gedefinieerd als (ruimtelijke) clusters van creatieve bedrijven met activiteiten 'which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property'. Schattingen voor Nederland maken duidelijk dat landelijk zo'n drie procent van de bevolking in de creatieve industrie werkt. In de regio Amsterdam is dat zelfs zeven procent en wordt een op de tien nieuwe banen binnen de creatieve industrie gecreëerd. Er is dus sprake van een sector met groeipotentieel. Maar de culturele dimensie is ook voor de rest van de economie van belang. Voor steeds meer producten en diensten geldt dat hun waarde bepaald wordt door het ontwerp of de ervaring die zij weten op te roepen. En van veel producten, of het nu gaat om kleding, auto's of iets dergelijks, is de onderscheidende kwaliteit niet gelegen in de functie maar in de vorm. Ook een steeds groter wordend deel van de productiekosten wordt hierdoor bepaald. Bovendien besteden we steeds meer van ons inkomen aan diensten als entertainment, cultuur en vrije tijd. En in breder verband is cultuur – als domein voor expressie, reflectie en uitwisseling – de context waaraan sociale en economische ontwikkelingen meer dan vroeger hun waarde ontleen.

Ook bij politici en beleidsmakers groeit het bewustzijn dat de culturele factor van de economie aan belang wint. De Nederlandse regering bereidt momenteel een nota over cultuur en economie voor. Het Innovatieplatform, een adviesorgaan van de regering onder leiding van minister-president Balkenende, heeft de creatieve industrie als een van de sleutelfactoren van de toekomstige Nederlandse economie aangewezen. En in veel steden wordt gesproken over het concept 'creatieve stad'. Deze aandacht voor de culturele dimensie is in meerdere landen waarneembaar. Toch blijkt het vooralsnog moeilijk cultuur en economie met elkaar te verbinden. Laat staan hoe dit te vertalen in beleid. Daarvoor is het van belang aan te scherpen wat precies de verbinding is tussen cultuur en economie.

Dit essay schetst hoe de verbinding tussen cultuur en economie gelegd kan worden, en welk beleid daarvoor nodig is. Er zijn twee typen verbindingen te onderscheiden. Ten eerste een directe verbinding, die draait om economische activiteiten met een culturele component die kunnen bijdragen aan het versterken van de internationale concurrentiepositie van een land of regio. Ten tweede een indirecte verbinding, waarin de maatschappelijke betekenis van cultuur centraal staat. Want in een economie en

samenleving die steeds afhankelijker is van creativiteit en innovatie is cultuur onmisbaar. Een sterke kunst- en cultuursector, levendige culturele voorzieningen en een samenleving die weet om te gaan met vernieuwing en diversiteit zijn daarvoor essentiële voorwaarden. Het geheel daarvan betekent ook een belangrijke economische aantrekkingskracht voor landen en regio's, zoals een auteur als Richard Florida heeft laten zien. Beide typen verbindingen zijn dus van belang. Het leggen van deze verbindingen is op te vatten als het bouwen aan creatief kapitaal. De samenleving moet haar creatieve kapitaal versterken om volledig te kunnen profiteren van de kenniseconomie.

In dit essay wordt het accent gelegd op het eerste type verbinding. Die verbinding bestaat uit vier elementen: het ontwikkelen van talent, het stimuleren van innovatie, het creëren van omgevingen waarin dwarsverbanden kunnen ontstaan en het promoten van de creatieve industrie. Ieder element zal kort worden toegelicht. Vervolgens zal worden gekeken welk beleid daarvoor nodig is. Dat gebeurt aan de hand van voorbeelden uit Finland, want dat land is al jaren bezig met het verbinden van cultuur en economie. Ook zal kort worden ingegaan op de Nederlandse situatie. Tot besluit zullen enkele uitdagingen voor het Nederlandse cultuurbeleid worden geformuleerd om cultuur en economie in de komende jaren met elkaar te verbinden.

Talent

De belangrijkste grondstof van de kenniseconomie is talent. De kennis en creativiteit van mensen om nieuwe ideeën en inzichten om te zetten in producten en diensten bepaalt in hoge mate de kracht van een ontwikkelde samenleving als de onze. Investeren in mensen is dan ook de basis voor elke overheidsstrategie. Daarbij gaat het zowel om het creëren van een brede, algemene basis als het zorgen voor excellentie op specifieke terreinen. Finland heeft dat de afgelopen decennia consequent gedaan. De uitgaven voor onderwijs zijn door de jaren heen verhoogd tot een van de hoogste niveaus in de Europese Unie en er zijn tal van nieuwe instellingen voor hoger onderwijs opgezet. Dat geldt zeker voor het kunstonderwijs. De University for Art and Design in Helsinki is met zeventienhonderd studenten, waarvan veertien procent uit het buitenland, en vierhonderd docenten uitgegroeid tot de grootste in Scandinavië, en staat internationaal hoog aangeschreven. Er wordt dan ook streng geselecteerd. Van de 2600 jaarlijkse aanmeldingen wordt hooguit negen procent toegelaten.

Als we naar Nederland kijken, dan is het algemene beeld wat talentontwikkeling betreft bleek. We besteden fors minder aan onderwijs dan de ons omringende landen, wat leidt tot lagere onderwijsdeelname en minder ruimte voor excellentie. Een relatief gunstige uitzondering hierop is echter het kunstonderwijs. Dit staat internationaal hoog aangeschreven. Kunstacademies trekken dan ook veel internationaal talent. En in tegenstelling tot de rest van het hoger onderwijs wordt hier wel geselecteerd. Dat biedt een goede uitgangspositie, maar betekent niet dat er op dit gebied niets hoeft te gebeuren. De combinatie van hogere onderwijsdeelname en excellentie op specifieke gebieden vraagt om extra acties. En die zullen nog meer dan voorheen gericht moeten zijn op topkwaliteit. Gebeurt dat niet, dan zal Nederland achterop raken als het gaat om het vestigingsklimaat voor internationaal opererende bedrijven in de creatieve industrie. Zo klagen bedrijven in de game-industrie over het tekort aan hoogopgeleid talent. Zij zien zich gedwongen dit talent uit het buitenland te halen, wat bij hen de vraag doet rijzen of ze dan niet beter zelf kunnen verhuizen.

Innovatie

Innovatie betekent het stimuleren van nieuwe producten en diensten door te investeren in onderzoek en ontwikkeling. Zo heeft Finland in 2000 het Design 2005-programma opgezet, om in 2005 een internationaal toonaangevend land op het gebied van design te zijn. Daartoe worden Finse bedrijven in vele sectoren uitgedaagd de verbinding te leggen met design en te kijken wat dit voor hen kan betekenen. Als onderdeel hiervan is het Finse innovatieagentschap Tekes begonnen met een Industrial Design Technology Programme dat productontwikkeling door toepassing van design stimuleert en ook helpt dit vervolgens internationaal in de markt te zetten. Hiervoor is dertig miljoen euro uitgetrokken. Tegelijkertijd heeft de Finse Academie een Industrial Design Research Programme opgezet dat meer fundamenteel onderzoek naar design moet versterken. Nederland kent weliswaar enkele gerenommeerde instellingen en onderzoeksgroepen op dit gebied, maar een specifiek programma als Design 2005 met zulke forse investeringen is hier niet te vinden. Daarnaast moet vermeld worden dat de wijze waarop Tekes functioneert geheel anders is dan zijn Nederlandse pendant SenterNovem.

Dwarsverbanden

Netwerken zijn de essentie van de kennissamenleving. Veel succesvolle innovaties komen voort uit dwarsverbanden waar verschillende domeinen en organisaties met elkaar in contact komen. Dwarsverbanden worden op die manier de sleutel tot innovatie in de kennissamenleving. Voor het overheidsbeleid betekent dit dat de kern van een innovatiestrategie ligt bij de plekken in de economie en samenleving waar dit soort dwarsverbanden kunnen ontstaan. De uitdaging waar we voor staan is het ontwerpen van de voorwaarden die zulke creatieve dwarsverbanden helpen ontwikkelen.

Finland probeert dit op diverse manieren stimuleren. Een voorbeeld is het International Design Business Management Programme. In dit onderwijs- en onderzoeksprogramma werken instellingen als de Helsinki School of Economics, de University of Art and Design Helsinki en de Helsinki University of Technology samen om design te integreren in de bedrijfsvoering van Finse bedrijven. Een ander voorbeeld is het in 1999 opgerichte Media Centre Lume, waar studenten, onderzoekers en bedrijven van diverse creatieve disciplines samenkomen. Het centrum is verbonden aan de University of Art and Design en gevestigd in Arabiarantia, een wijk in Helsinki die ontwikkeld wordt tot hot spot voor de creatieve industrie. In dat gebied komen dus alle drie de elementen samen. In Nederland zien we dat steden wel hiermee bezig zijn, maar dat daarbij nog nauwelijks de relatie met alle elementen wordt gezocht. Dat resulteert in losse bedrijfsverzamelgebouwen die nauwelijks verbinding hebben met onderwijs en onderzoek. Hiermee wordt wel een begin gemaakt in de wijk Strijp-S in Eindhoven, die moet uitgroeien tot broedplaats voor design en technologie, met Philips Design en de Design Academy als grote spelers. Nederland kent tot nu toe weinig programma's voor onderwijs of onderzoek dat de verbinding tussen cultuur en economie legt. Dit komt voort uit de heersende opvatting dat cultuur autonoom moet zijn. Interactie met bedrijven wordt, evenals elders in de wetenschap, als verkeerd ervaren. Maar dat is een misvatting, want in steeds meer landen zie je programma's en scholen ontstaan waar art en business aan elkaar worden gekoppeld.

Promotie

Het ontwikkelen van talent, het stimuleren van innovatie en goede dwarsverbanden tussen organisaties, dit alles is niet voldoende. De uitdaging is vervolgens te laten zien wat de creatieve industrie te bieden heeft. Dat betekent actief bekendmaken op welke gebieden men uitblinkt en wat dat voor internationale markten en bedrijven kan inhouden. Finland doet dit op het gebied van design al vele jaren. Fins design is met steun van de overheid internationaal in de markt gezet. Dat gebeurt natuurlijk op de eerste plaats door de producten en diensten zelf. Zij moeten zich bewijzen. Maar dit kan ook in algemene zin ondersteund worden. In 1989 is het Design Forum Finland opgericht dat tot doel heeft Fins design te promoten, zowel bij bedrijven in Finland als internationaal. Andere voorbeelden zijn het Engelstalige magazine *Form Function Finland* dat sinds 1980 Fins design promoot en inmiddels in meer dan zeventig landen wordt verspreid. Daarnaast worden tal van activiteiten ontplooid die ervoor moeten zorgen dat Fins design onder de aandacht wordt gebracht in buitenlandse bladen en op internationale congressen. Ook Nederland kent verschillende voorbeelden op dit vlak. Maar de meeste zijn het resultaat van particulier initiatief. Dat is niet verkeerd, maar de slagkracht zou met steun van de overheid veel groter kunnen zijn. Een consistente strategie hiervoor ontbreekt. Te vaak zet Nederland zich nog op de kaart als het land van kaas, molens en tulpen. Terwijl het zoveel meer te bieden heeft.

Tot besluit

Finland laat zien dat het land nu de vruchten plukt van een jarenlange strategie om een bepaalde sector in de creatieve industrie te helpen ontwikkelen. Daar is in de jaren tachtig al een begin mee gemaakt en rond de eeuwwisseling is dat beleid geïntensiveerd. Ook in Nederland zijn de randvoorwaarden aanwezig om deelgebieden van de creatieve industrie te ontwikkelen. We hebben bijvoorbeeld op het gebied van industriële vormgeving, nieuwe media en architectuur internationale topspelers in huis en de potentie die te ontwikkelen. Maar dat vraagt om durf en keuzes om op een aantal specifieke gebieden te investeren in talentontwikkeling, innovatie, dwarsverbanden en promotie. Dat hoeven zeker niet dezelfde gebieden te zijn als in Finland. Liever niet zelfs. We moeten uitgaan van eigen kracht en uniciteit. Maar wil Nederland de creatieve industrie stimuleren, dan is het wel noodzaak de gebieden te kiezen waar internationaal kansen liggen en die ook echt te gaan ontwikkelen. Dan zal de cultuursector een omslag moeten maken in het denken dat economie een vies ding is. Hij moet accepteren dat naast traditionele cultuurbeleid ook economisch cultuurbeleid gemaakt gaat worden. Let wel, ernaast en niet in plaats van. Dat nieuwe beleid zal op andere criteria worden afgerekend, zoals de bijdrage aan werkgelegenheid en economische groei. Docenten en onderzoekers van zowel culturele als economische afdelingen zullen elkaar meer gaan opzoeken, zoals in het buitenland al gebeurt. De overheid zal beleid ontwikkelen waarmee nieuwe verbindingen tussen cultuur en economie gelegd worden, zodat een aantal sectoren binnen de creatieve industrie - zeker niet alle - zich internationaal kan ontwikkelen. Dat is bouwen aan creatief kapitaal.

Wie is de Johan Cruijff van de Nederlandse rock-'n-roll?

Sandra Jongenelen in gesprek met Mir Wermuth

Luister naar een internationale discussie over architectuur en onherroepelijk valt de naam Rem Koolhaas. Bij zeventiende-eeuwse schilders heeft iedereen het over Rembrandt en in de voetballerij komt direct de naam van Johan Cruijff bovendrijven. En bij de popmuziek? Wie zijn de iconen van 'onze' rock-'n-roll? En wat is de bijdrage van de Nederlandse popmuziek als economisch exportartikel?

'Helaas', zegt Mir Wermuth, opleidingsdirecteur bij de faculteit Communicatie en journalistiek in Utrecht en bestuurslid van het Nationaal Pop Instituut in Amsterdam. 'Vergeleken met architectuur en design bungelt de Nederlandse popmuziek ergens onderaan. Koolhaas wordt gevraagd voor masterclasses. Bij de popmuziek zal dat niet gebeuren. Denk maar niet dat Barry Hay, voorman van de Golden Earring, een uitnodiging krijgt. De hegemonie van de Britten en Amerikanen is enorm.'

Die relatief onbeduidende positie komt mede doordat de Nederlandse pop en rock vaak weinig onderscheidend zijn. 'We maken veelal Engelstalige, hitgevoelige muziek die op de internationale muziekmart moeilijk boven het maaiveld uitkomt. De Nederlandse popmuziek is op de internationale markt zowel in esthetisch als in commercieel opzicht aan een opmars bezig, maar de successen zijn nog uiterst bescheiden', verduidelijkt Wermuth, die drie jaar geleden promoveerde op een proefschrift over de popularisering van de hiphopcultuur in Europa.

Wat binnen popmuziek onmogelijk lijkt, is bij de dance heel gewoon. De Nederlandse dj Tiësto – pseudoniem voor Thijs Verwest – geldt al enkele jaren als nummer 1 van de wereld. Hij maakt tournees door verschillende landen in Europa, Azië en Noord- en Zuid-Amerika, produceert albums, won vorig jaar bijna alle belangrijke danceprijzen en deed zelfs mee aan de openingsceremonie van de Olympische Spelen in Athene. Daarbij draaide hij negentig minuten live voor meer dan zeventigduizend mensen in het stadion en een miljoenenpubliek voor de buis.

Wermuth vermoedt dat Tiësto zijn populariteit heeft te danken aan het feit dat hij overkomt als een gewone buurjongen. 'Hij heeft geen sterallures en er hangt geen zweem van drugs om hem heen. Het is echt een jongen in een spijkerbroek met een T-shirt. Dat spreekt mensen aan. 'Ik had daar ook kunnen staan', denken ze.' Voor zijn muziek geldt ongeveer hetzelfde. 'Bijna iedereen ter wereld herkent het als blije muziek. Muziek waarop je wilt dansen en flirten. Een beetje zoals vroeger de walsmuziek.'

Wermuth noemt het opvallend dat Tiësto zijn internationale positie zoveel jaren achter elkaar heeft kunnen vasthouden. Binnen de rockmuziek is dat nog niemand gelukt. Tiësto kreeg het via zijn eigen platenlabel voor elkaar; zonder noemenswaardige overheidssubsidie. Vóór Tiësto's verovering van de wereld was 2 Unlimited Nederlands succesvolste exportproduct, maar dat duo heeft nooit het stempel van goede popmuziek gekregen, vertelt Wermuth. Voor Tiësto geldt dat wel. 'Hij wordt ook artistiek geapprecieerd. Dance wordt dus internationaal volgens dezelfde kwaliteitscriteria beoordeeld als rock en de zogenaamde hoge cultuuruitingen.'

Internationaal scoren ook de Nederlandse dance-dj's Armin van Buren en Junkie XL goed. Muzikant Tom Holkenborg, die achter de artiestennaam Junkie XL schuilgaat,

woont inmiddels in Amerika, in het kielzog van veel Nederlandse acteurs die een overzeese carrière ambiëren. Hij pendelt tussen rock en dance en maakt ook muziek voor computerspelletjes van Microsofts Xbox en commercials van schoenengigant Nike. Binnen de niet-klassieke muziek is de dance nog een groentje. In 2008 bestaat het ritmische muziekgenre twintig jaar. Maar ook de popmuziek is vergeleken met schilderkunst, klassieke muziek en architectuur een jonkie dat vorig jaar pas zijn vijftigste verjaardag vierde. De officiële geboortedag – 5 juli 1954 – valt samen met de eerste Amerikaanse professionele plaatopname van Elvis Presley.

Was popmuziek in Nederland een halve eeuw geleden een importartikel uit de Verenigde Staten, anno 2005 is het niet veel anders. Nog steeds domineert de Anglo-Amerikaanse muziek de Nederlandse markt en geldt Amerika als het Mekka van de popmuziek. ‘Dat is het summum, maar voor ons onbereikbaar’, weet Wermuth. ‘In het rocksegment doen we het in Europa, afgezien van Groot-Brittannië natuurlijk, beter dan gemiddeld. Van de Europese landen scoren we ook beter in de VS, maar geen enkele Nederlandse artiest heeft tot dusver een langlopende carrière in de VS weten op te bouwen. Anouk heeft de potentie in Amerika succesvol te worden, maar heeft het bij haar eerste tournee niet weten waar te maken. Dan is het moeilijk de schade in te halen.’

Toch is het niet zo dat Nederlandse popmuziek niets voorstelt. Nummers als Venus en Radar Love van respectievelijk Shocking Blue en Golden Earring behoren tot de internationale canon van goede popmuziek. Maar bijna niemand weet dat het hits zijn van Nederlanders. Heel vreemd is dat niet. Want wat is er typisch Nederlands aan? Wermuth: ‘Popmuziek uit Nederland is geen klompenmuziek, maar wat dan wel? The Nits zijn een voorbeeld. Zij maken muziek als de schilderijen van Mondriaan. Gestript qua esthetiek. Maar wat is er Nederlands aan dj Tiësto? Alleen zijn houding van ‘doe maar gewoon’, maar aan zijn muziek kan ik niets Nederlands ontdekken.’

Het gebrek aan een typische Nederlandse identiteit is volgens Wermuth kenmerkend voor de vaderlandse popmuziek. ‘Onze muziek is niet zoals in Frankrijk bedoeld als vehikel van de Franse taal en cultuur. Het heeft ook niets eigens, zoals in België en Zweden. Abba was heel erg eigen. Het was geen Brotherhood of Man en ook geen Mama’s & The Papa’s, maar echt Noord-Europees.’

Wat vanuit Nederland internationaal aanslaat – en dat is volgens Wermuth best veel – is doorgaans Engelstalig en hitgevoelig. Niet de Nederlandse eigenheid, maar de esthetische kwaliteit staat voorop. Kun je er lekker op meezingen, goed op dansen en roept het allerhande emoties op?

Dat gebrek aan eigenheid is volgens Wermuth terug te voeren op onze volksaard. ‘We zijn niet trots op het feit dat we Nederlander zijn. We willen het eigene niet herkennen.’

Nederlandse artiesten gaan op de internationale markt vooral de concurrentie aan met de Amerikanen en de Britten, maar hebben daarbij één grote handicap: de taal. ‘Anouk is enorm begaafd, maar dat geldt niet voor haar teksten.’ En dan is er nog de uitspraak. ‘Nederlanders denken dat ze daar goed in zijn, maar bij veel artiesten klopt het taalgevoel niet.’ Op dat gebied ziet Wermuth op den duur wel kansen. Want doordat het Nederlandse onderwijs steeds Engelstaliger wordt, zal het algemene niveau omhooggaan. Dat betekent niet dat Nederlanders massaal de Amerikaanse markt zullen veroveren. ‘Als Ali B. opeens in het Engels zou rappen, klinkt dat in onze oren acceptabel, maar hij zal in de VS niet worden gevraagd voor een masterclass. Daarvoor heeft hij te weinig kwaliteit.’

In de toekomst zullen artiesten ook beter Engels spreken dankzij de lessen aan de Nederlandse pop- en rockacademies en door scholing van de platenmaatschappijen. Want

ook de commerciële muziekindustrie ziet het nut in van een bijspiijkercursus. Wermuth: 'Ilse DeLange heeft duidelijk gewerkt aan haar Engels. Dat merk je aan haar teksten.' Mogelijk is de populariteit van dj Tiësto eveneens terug te voeren op het gebrek aan tekst. 'Het is nog een ballonnetje', zegt Wermuth voorzichtig, 'maar misschien zijn we bij de dance wel zo toonaangevend omdat er geen taal aan te pas komt. Door de mand vallen kan niet.' Iets vergelijkbaars geldt mogelijk ook voor Jan Akkerman. Zijn gitaarspel staat internationaal in hoog aanzien en is tekstloos.

De Nederlandse popmuziekcultuur is een sector waarin commercie en overheidssteun naast elkaar bestaan, vertelt Wermuth. Beide partijen maken zich ook internationaal sterk voor de promotie van nederpop, waarbij commercie én overheid naar de commerciële potentie van de nummers kijken. Bevordering van de Nederlandse cultuur speelt daarbij nauwelijks een rol.

Door het gebrek aan eigenheid van Nederlandse popmuziek is het lastig van tevoren in te schatten of een band een buitenlandse hit zal scoren. 'Ik kan het niet voorspellen', erkent Wermuth. 'Het is trial and error. Schieten met hagel.' Voor beleidsmakers en marketeers is dat lastig. Promotie van een Nederlandse groep gebeurt daarom bijna gevoelsmatig. Wat zou het waar goed kunnen doen?

Achteraf is het logisch dat het BZN zonder steuntje in de rug lukte om populair te worden in landen als Indonesië en Maleisië. 'Dat past daar ook; die lieflijke melodielijn.' Uit dat soort 'logica' ontstond onlangs het idee dat de Nederlandse gothic band Within Temptation wel eens in Duitsland zou kunnen aanslaan. 'Hun muziek kan je een soort moderne Wagner noemen, met covers van onder anderen Kate Bush.'

De promotie werd uitbesteed aan het bureau Xport, een muzikale variant van het Institut Néerlandais, waarin de Stichting Conamus, het door de overheid gesubsidieerde Nationaal Pop Instituut en de platenindustrie samenwerken. Het bleek een schot in de roos. Within Temptation werd een groot succes.

Wil Nederlandse popmuziek in het buitenland succesvol zijn, dan moeten er meer Xport-bureaus komen, denkt Wermuth. Succes kan ook komen door een actievere opstelling van de nieuwe cultureel attachés in het buitenland. 'De huidige generatie hield nog net van The Beatles, maar vond The Rolling Stones indertijd ongelooflijke herrie. De komende generatie attachés is wel opgegroeid met een diversiteit aan popmuziek. Zij zullen steeds vaker om een cultureel programma met popmuziek vragen.' The Nits – een band die volgens veel beleidsmakers de hoge cultuur vertegenwoordigt – is al een graag geziene gast tijdens buitenlandse staatsmanifestaties.

Cultureel attachés zoeken meestal een mix van arrivés en jonge honden, vertelt Wermuth, die als bestuurslid van het Nationaal Pop Instituut nauw betrokken is bij de uiteindelijke keuze van een artiest. Bij de selectie wordt gekeken in hoeverre het kan klikken tussen de muzikant en artiesten uit het land dat hij bezoekt. 'Een witte punkband naar de sloppenbuurten in Zuid-Afrika sturen is niet zo zinvol. Maar laat je zwarte Nederlandstalige hiphoppers gaan, dan kan dat iets opleveren. Die kunnen aansluiting zoeken bij de zwarte Zuid-Afrikaanse hiphoppers. Dat de Nederlanders in de taal van de voormalig overheersers rappen, levert dan interessante cultuurclashes op. Hetzelfde geldt voor de groep Zuco 103 met de Braziliaanse zangeres Lilian Vieira. Staat zo'n band in Brazilië, dan lukt het misschien daar een voet tussen de deur te krijgen.'

Marco Borsato, dj Tiësto en 2 Unlimited bereikten hun nationale en internationale sterrendom nagenoeg zonder overheidssubsidie, maar dat betekent niet dat de overheid de popcultuur geheel links laat liggen. Voor wat minder beroemde groepen als Bettie

Serveert of The Sheer is het in Nederland en daarbuiten lastig een duurzaam bestaan op te bouwen, vertelt Wermuth. Datzelfde geldt voor veel zwarte muziek, die zonder steun is veroordeeld tot optredens binnen de eigen etnische gemeenschap.

Anders dan bij het toneel of de klassieke muziek gaat de subsidie niet naar gezelschappen en orkesten, maar naar de poppodia en festivals. Met dat geld kunnen zij vervolgens de optredende artiest betalen. In mindere mate is er ook overheidssteun voor Nederlandse artiesten met een buitenlands optreden. Zij kunnen een tegemoetkoming krijgen in de reis- en verblijfkosten, de zogeheten toursupport. Grotere artiesten die door hun platenlabel in het buitenland worden gepromoot krijgen geen subsidie, maar dat zijn er niet zoveel.

Wermuth merkt dat steeds meer artiesten een beroep doen op de toursupport. Dat heeft vooral te maken met de toegenomen vraag uit Europa en de voormalige Oostbloklanden. Vreemd genoeg is niet bekend hoeveel Nederlanders jaarlijks in het buitenland optreden. 'Het is in belangrijke mate een do it yourself-sector', verklaart Wermuth dat gebrek aan cijfermateriaal. 'Tot dusver onttrekt zich veel aan het zicht, maar om adequaat in te spelen op de toegenomen vraag gaan de commerciële en gesubsidieerde marktpartijen daar nu wel werk van maken.'

Sandra Jongenelen is freelance journalist voor onder andere *Het Financieele Dagblad* en *Kunstbeeld*, en lid van de adviesraad van *Boekman, tijdschrift voor kunst, cultuur en beleid*.

Dicht de kloof tussen kunst en commercie

1994: De Digitale Stad opent haar deuren. Als een van de eerste steden in de wereld biedt Amsterdam burgers de mogelijkheid zich in de virtuele wereld te begeven.
2004: Het journaal vermeldt feestelijk de lancering van de eerste Nederlandse Playstationgame *Killzone*, geproduceerd door het Nederlandse bedrijf Guerrilla.
Wie na dit journaalitem van een aantal maanden geleden denkt dat Nederland wellicht opnieuw een doorbraak heeft bereikt in de nieuwe media, heeft de afgelopen jaren geslapen of is op zijn minst een aantal jaren niet meer in een speelgoedwinkel als Bart Smit geweest. Al in 2001 haalde de game-industrie de filmindustrie in wat betreft revenuen. Jaarlijks zet de game-industrie zo'n 24 biljoen dollar om, vergeleken met 21 biljoen dollar die de filmindustrie opbrengt. Hoe komt het dat deze ontwikkelingen grotendeels aan Nederland zijn voorbijgegaan?

Nu is het niet zo dat er in de afgelopen jaren in de Nederlandse digitale cultuur niets is gebeurd. In de traditie van De Digitale Stad, de VPRO en V2_ is in het afgelopen decennium een bloeiende cultuur ontstaan van autonome interactieve producties. Makers en culturele organisaties ontwikkelden een groot aantal innovatieve researchprojecten, sociaal-maatschappelijke toepassingen en digitale kunstprojecten. De kunstfondsen zagen na korte tijd de potentie van de nieuwe media en ondersteunen inmiddels dergelijke projecten met subsidie. De nieuwe media in Nederland hebben zich vooral ontwikkeld binnen het domein van het experiment en de kunsten. Dat is heel waardevol, maar in het afgelopen decennium hebben we gezien dat digitale media meer inhouden dan interactieve experimenten alleen. Het NOS-journaal presenteerde de eerste Nederlandse Playstationgame dan wel als doorbraak, in het buitenland is al jarenlang een breed scala aan producties voorhanden die allemaal het etiket 'nieuwe media' dragen. Van videogames op cd-rom, Playstationgames, internet, mobiele telefoon en interactieve televisiekanalen en programma's tot online tijdschriften en communities.

Deze producties worden echt niet alleen in Amerika of Japan gemaakt. De Engelse gamedesigner Peter Molyneux manifesteerde zich met een reeks videogames waaruit een persoonlijk wereldbeeld spreekt als auteur in de gamewereld. In Frankrijk maakte animatiestudio Chman de virtuele wereld Banja op internet, die zo succesvol bleek dat die is vertaald in zes talen en leidde tot een televisieserie. De Banjaspeelfilm is in de maak.

Het bijzondere van deze voorbeelden is dat ze internationaal veel invloed hebben gehad op de nieuwe-media-industrie en op ons begrip van wat nieuwe media kunnen zijn. Het bedrijf van Peter Molyneux werd jaren geleden al opgekocht door een Amerikaanse gamegigant, precies zoals Hollywood altijd Europese filmers oppikte. Net als in de filmindustrie blijken Europese makers in staat met vernieuwende en kwalitatief hoogstaande producties te komen die navolging krijgen in de rest van de wereld. In tien jaar tijd is het veld van de nieuwe media heel breed en divers geworden. Van commerciële blockbusters tot interactieve installaties in musea, van journalistieke online producties en tijdschriften tot fotologs en de online community Friendster.

Het is alsof wij in Nederland, juist doordat we in het midden van de jaren negentig zo voorliepen op de rest van de wereld, ons perspectief op de nieuwe media niet meer hebben bijgesteld. Het idee van wat nieuwe media zouden worden, is gestold. De wet van de remmende voorsprong lijkt in het geval van nieuwe media zijn gelijk te bewijzen. Er ontstonden in Nederland allerlei nieuwe-media-instellingen en de overheid reageerde adequaat met een stelsel van subsidieregelingen, waardoor juist deze non-commerciële nieuwe media groot konden worden. Tegelijkertijd gold in de jaren negentig de grote belofte van de nieuwe economie en het internet. Alles wat niet kunstzinnig was, zo dacht men in Nederland, zou gerealiseerd kunnen worden binnen het commerciële domein. Daarmee werd een schijntegenstelling gecreëerd tussen de commerciële wereld en de kunsten. Het middengebied bestond niet en bestaat in Nederland in feite nog steeds niet. Want nog voordat de e-conomy in Nederland tot volle bloei kwam bleek de nieuwe rage niet meer te zijn dan een luchtbel. Na de beurscrash werden de nieuwe media plotseling sceptisch bekeken. Het was allemaal een valse droom geweest: mensen zouden geen enkele behoefte hebben aan interactieve handelingen, de televisie was immers veel comfortabeler. En het internet? Dat zou nooit meer zijn dan een veredelde teletekst of een promotiebrochure voor de traditionele media. En wellicht was dit, uit Nederlands perspectief bekeken, ook wel zo. PCM Uitgevers staakte alle internetactiviteiten, het webcommunicatiebureau MagicMinds ging failliet, de publieke omroep concentreerde zich met alle kracht op de interne omroep politiek en de populariteit van bètastudies bleek ook maar van korte duur.

Terwijl Nederland in een zachte slaap sukkelde, krabbelde de nieuwe-media-industrie in de ons omringende landen weer op. Zonder de megalomane verwachtingen van weleer ontstonden nieuwe bedrijven en overheidsprogramma's die de nieuwe media nu op een meer realistische manier bekeken. Niet langer zijn nieuwe media de belofte voor een nieuwe wereld, ze maken eenvoudigweg deel uit van onze wereld. In Frankrijk heeft het Franse filmfonds CNC zijn horizon verbreed met subsidie- en investeringsmaatregelen voor de productie van videogames, dvd's en kunstzinnige digitale producties. Het Engelse programma Nesta stimuleert nauwe samenwerking tussen kunst en wetenschap door stipendia te verlenen op het brede terrein van de creatieve industrie om cultuurwetenschappelijke projecten te realiseren. De Engelse publieke omroep BBC en de commerciële omroep Sky zijn wereldwijd voortrekkers op gebied van interactieve televisie. Luxemburg ontwikkelde met een investeringsmaatregel een bloeiende industrie in special effects en digitale animatie.

En tegelijkertijd is bijna ongemerkt het gebruik van nieuwe media door het publiek enorm toegenomen. Op dit moment is ruim 65 procent van de Nederlandse bevolking online. Uit recent Amerikaans onderzoek blijkt dat jongeren per week gemiddeld zestien uur op het internet doorbrengen (exclusief e-mailen), in Nederland is dat ongeveer zeven uur. Internetgebruik neemt nog steeds toe, televisiekijken loopt terug. Daarnaast ervaren jongeren het internet als een betrouwbaarder medium dan de krant. De digitale media zijn de avant-garde voorbij en onderdeel geworden van ieders belevingswereld. De Nederlandse nieuwe-media-infrastructuur zou daarom niet beperkt moeten blijven tot het kleine publiek dat jaarlijks trouw het World Wide Video Festival en het Deaf Festival bezoekt, maar net zo divers moeten worden als de media zelf. Wanneer een steeds groter deel van de mediaconsumptie bestaat uit games, internet en andere digitale media, willen we dan dat het Nederlands publiek slechts buitenlands entertainment en cultuur consumeert? Moeten Nederlandse jongeren uitsluitend

Amerikaanse games spelen, of vinden we het belangrijk om ook in het digitale tijdperk Nederlands cultuurgood te produceren? Wanneer we dit aan het commerciële domein overlaten, is de kans groot dat we eindigen met bloedeloze kopieën van Amerikaanse genregames. Er bestaat een groot grijs gebied tussen het experiment in de kunstwereld en games die alleen gemaakt worden om geld mee te verdienen. Nieuwe media zijn beter te begrijpen naar analogie van de film dan naar analogie van de kunsten, omdat film ook het brede spectrum bestrijkt van abstracte animatie tot documentaire, kunstzinnig drama en commerciële blockbuster. Willen we in de toekomst ervoor zorgen dat Nederland games maakt met de inhoudelijke kwaliteit van een film als *Simon* van Eddy Terstall of de esthetische vernieuwing van regisseurs als Johan van der Keuken of Fow Pyng Hu, dan moeten we er wel iets voor doen.

Nederlandse kunstzinnige makers kunnen de kloof tussen autonome kunst en commercie dichten door verder te kijken dan de kleine incrowd van de kunstwereld en zich te richten op een breder publiek. En commerciële producenten kunnen hetzelfde doen door content te maken die werkelijk onderscheidend is op de internationale markt.

Iedere uiting vraagt om eigen criteria om kwaliteit te meten en artistieke of commerciële potentie te voorspellen, en om eigen financieringsmodellen. Dit geldt zowel voor artistieke producties als voor ambitieuze videogames. Want nieuwe media kunnen niet alleen gemaakt worden met het budget van een kunstinstallatie of een website.

Een game produceren kost evenveel of nog meer geld als het maken van een speelfilm. De kunstfondsen doen geregeld hun best om geld vrij te maken voor het maken van een bijzondere game, terwijl hun budgetten daar niet toereikend voor zijn, want berekend op kleinschalige autonome nieuwe media. Investeringsmaatregelen en geïntegreerd beleid van onder meer de ministeries van Economische Zaken, OCW en Financiën zouden hiervoor veel geschikter zijn. Het beleid en de criteria ervan moeten erop gericht zijn kwalitatief hoogstaande producties te stimuleren op al deze gebieden, zodat een pluriforme nieuwe-media-industrie ontstaat. En die hoeft zich niet alleen te richten op het Nederlands publiek. Want als Nederlanders Amerikaanse games kunnen spelen, geldt dan het omgekeerde niet ook? Ontwerp, documentaires en televisieformats zijn maar enkele voorbeelden van succesvolle Nederlandse exportcultuur.

Juist nieuwe media lenen zich goed voor de internationale cultuurmarkt, dat geldt ook voor Nederlandse nieuwe media. Het is een stuk eenvoudiger om een geanimeerde videogame te vertalen in een andere taal dan Nederlands drama te ondertitelen voor een buitenlands publiek. Daarnaast is het ook makkelijker om een internationaal publiek te bereiken, omdat nieuwe media via nieuwe digitale distributiekanaalen worden verspreid. Het Nederlandse internetkanaal Submarinechannel bijvoorbeeld bereikt publiek uit de hele wereld; slechts 25 procent van de bezoekers komt uit Nederland. Een nieuwe generatie mediaconsumenten is bovendien gewend zelf een selectie te maken uit programma's en kanalen uit de hele wereld. Juist in de nieuwe media kan een klein land toch een internationale speler zijn.

Femke Wolting is directeur en mede-eigenaar van het bedrijf Submarine, dat documentaires, films en interactieve mediaprojecten produceert, en oprichter van het internetkanaal Submarinechannel, dat nieuwe-mediaprojecten produceert en distribueert. Daarnaast regisseert zij documentaires.

‘Hoe, waarmee en waarom moet Nederland zijn design presenteren in het buitenland?’

Deze vraag roept bij mij twee beelden op: een outline van Nederland met pijltjes eromheen die naar buiten zijn gericht, en dezelfde outline maar dan met pijltjes naar binnen, naar onszelf in Nederland gericht.

De outline met de pijltjes naar buiten was mijn eerste reactie. Dat is hoe wij nu werken. Hoe maken wij ons bekend in het buitenland? Door exposities en evenementen in alle interessante landen van de wereld en door mooie Engelstalige publicaties. Maar ik realiseerde me ook snel dat dit beeld ons niet verder gaat helpen – dit is een doodlopende weg. Dit beeld kan verder niet tot nieuwe inzichten leiden, omdat het slechts over de buitenkant zou blijven gaan.

Het beeld met de pijltjes gericht naar Nederland vindt zijn oorsprong in mijn tweede reactie. Waarmee gaat Nederland zich de komende jaren in het buitenland presenteren? En waarom? Deze vragen zijn veel spannender, omdat ze dwingen tot het onder de loep nemen van het verhaal dat Nederland in het buitenland vertelt.

De culturele sterkte van Dutch Design

Nederland staat bekend om Dutch Design van het artistieke soort en loopt daarin onbetwist voorop in de internationale conceptuele avant-garde. De hoge ontwerp kwaliteit van Dutch Design en de bewondering die daarmee wordt opgewekt zijn het gevolg van de jarenlange inspanningen van een keur aan bijzondere ontwerpers, van allerlei initiatieven, met Droog als belangrijkste, van de media, van het onderwijs en ook van culturele organisaties als de Mondriaan Stichting en de Premisla Stichting. Een prachtige prestatie, waar we zeker even bij stil moeten staan.

Maar misschien is het allemaal wel een beetje doorgeschoten. De cultus van het Dutch Design blijft immers beperkt tot een klein aantal conceptueel zeer interessante producten. De culturele impact is groot, maar berust op een smalle basis. Kunnen we die basis verbreden, en hoe moeten we dat doen. Moeten we ons richten op een verbreding die ook de economische waarde van Dutch Design gaat ontwikkelen, want op dit moment is die nog heel gering. We zitten met een onaangename paradox: we zijn heel goed in design, maar profiteren daar niet in de volle breedte van – althans, niet in economische zin.

Nu staan we voor de uitdaging een volgende stap te bedenken. Het is verleidelijk daarbij uit te gaan van de dingen die ontbreken in de huidige situatie en aan te geven wat er zou moeten veranderen. Zo wordt er al gauw geroepen dat er gewerkt moet worden aan het bouwen van bruggen tussen de wereld van Dutch Design en die van business. En daarna wordt er stevast bij gezegd dat de ontwerpwereld moet worden geprofessionaliseerd, natuurlijk vooral wat de businessaspecten aangaat.

Naar mijn mening is dit een valkuil. Soms kan je zaken beter laten voor wat ze zijn, om de glans van het succes niet te verliezen. Dutch Design is een enorm succes, waar we zeker nog van kunnen profiteren. Maar doe dit succes, dat gebaseerd is op een bijzondere culturele kwaliteit, geen geweld aan door het in een economisch keurslijf te dwingen. Dutch Design is een bijzonder sterke, conceptuele cultuuruiting. Die moet je niet als een melkkoe proberen te behandelen. Daarmee zou je alles ontkrachten waar Dutch Design voor staat.

We moeten opnieuw onze vleugels uitslaan. De goede naam van Dutch Design verschaft ons hiervoor zeker een goede uitgangspositie, maar vertelt ons niet hoe wij verder moeten. Echter, als het water ons tot de lippen staat, is er die typisch eigenwijze, nieuwsgierige, flexibele, innovatieve en pragmatische geest die ervoor zorgt dat er heel goeie oplossingen komen. En daarmee hebben we wat mij betreft de belangrijkste kracht van het ontwerpen in Nederland al te pakken: Nederland excelleert in het verkennen van nieuwe wegen.

Het nieuwe product is een proces

Wat worden de nieuwe wegen voor het Dutch Design? Na een tijd waarin het denken in oplossingen het leidend principe was, zijn we nu aangeland in een tijd waarin processen belangrijker worden.

Dat kan ook niet anders, want de vragen van deze tijd zijn complex en kennen geen eendimensionale antwoorden meer. Er zijn geen grote ideologieën of strategieën meer mogelijk die ons eenduidig de weg kunnen wijzen bij het vormgeven aan de wereld. Dit geldt zowel voor het maatschappelijke als het economische en ook het culturele veld. Het gaat juist om de grensgebieden tussen de verschillende gezichtspunten op het probleem. Design zal naar mijn idee een belangrijke rol spelen bij het vinden en vormgeven van oplossingen in deze grensgebieden. Daarbij moet meer dan ooit worden samengewerkt. Tegelijk is er nog maar weinig ervaring opgedaan met samenwerking. En zeker niet met samenwerking die betrekking heeft op de hedendaagse 'networked' vraagstellingen. Bij dit soort vragen staat de gewenste uitkomst nog niet vast, waardoor er een complex proces moet worden doorlopen om de oplossing te vinden.

Er is dringend behoefte aan nieuwe processen die het mogelijk maken multidisciplinaire samenwerking vruchtbaar te laten zijn. Een samenwerking die niet gebaseerd is op compromisvorming door het laten wegsmelten van de verschillen, maar juist ruimte biedt voor het bereiken van een meerwaarde die ieder afzonderlijk niet had kunnen bereiken. Een nieuwe vorm van het oude consensusmodel?

New Dutch Design: share the differences

Ik wil een lans breken voor de kwaliteiten van het zo Nederlandse consensusmodel, maar meteen ook voorstellen dit model opnieuw uit te vinden. Er zal één groot verschil moeten zijn met het oude model. Toen leidde het consensusmodel in veler ogen naar de 'second best' oplossing omdat iedereen zich wel een beetje in het resultaat moest kunnen vinden. Doordat de scherpe kanten van problemen werden afgehaald, werden ze onzichtbaar. Dat geeft alleen maar schijnoplossingen, waarbij het echte probleem eigenlijk ongemoeid wordt gelaten.

Ik wil pleiten voor een nieuw consensusmodel waarbij het leidend principe niet het nivelleren van verschillen is, maar juist het delen van die verschillen. Share the differences. We gaan een periode tegemoet waarin we de kracht en meerwaarde van het vormen van coalities en allianties zullen ontdekken als een geweldig potentieel om tot de zo nodige vernieuwing van onze cultuur te komen. En vooral op dit punt ben ik gefascineerd door de rol die design kan spelen.

Met de wereldwijde opkomst van het idee dat creativiteit belangrijk wordt in de ontwikkeling van onze samenleving ontstaat er tegelijk meer aandacht voor creatieve processen. Het is opvallend dat ook de economische sector zich hierin mengt.

Het gaat dan om processen waarin samenwerking tussen verschillende partijen, cross-overs tussen sectoren en disciplines en de creatie van onverwachte oplossingen uit een ontwerpproces de volle aandacht krijgen.

Designers hebben heel goede papieren om te kunnen functioneren in zulke complexe contexten omdat ze van huis uit al getraind zijn in het werken aan networked vraagstellingen. Een ontwerper werkt in een meerdimensionale, soms paradoxale mix van analyse, inspiratie, kennis, ratio en intuïtie, simultaan en constant schakelend toe naar een eindresultaat. Design is een van de professies waarin het laterale en creatieve denken is ingebed in een oplossingsgericht werkproces.

Design zal een grote bijdrage kunnen leveren aan de behoefte aan rijkere processen om de problemen van deze tijd aan te pakken. De aard van Dutch Design zal behalve cultureel ook maatschappelijk en economisch worden.

Grenzen verleggen van binnenuit

Het inzetten van design in complexe probleemgebieden die normaal buiten het bereik van de ontwerper vallen, is zeker een van de verhalen waar Nederland zich mee kan onderscheiden. En deze ontwikkeling zet zich door. Steeds meer mensen organiseren multidisciplinaire creatieve samenwerkingsverbanden. In deze platforms, clubs en netwerken, vaak met een internationaal karakter, worden creativiteit en business samengebracht in één context. Zij zijn alle gebaseerd op een productieve en constructieve wederzijdse betrokkenheid.

Ik vind dan ook dat er een designbeleid moet komen waarin doelbewust ruimte wordt gemaakt voor het investeren in en ontwikkelen van dit gedachtegoed. Kansen voor internationale samenwerking moeten op een zodanige manier worden opgepakt dat onze sterktes verder worden gestimuleerd, ontwikkeld en uitgediept. Als basisvoorwaarde hiervoor geldt dat de beleidsondersteunende systemen van het culturele, maatschappelijke en economische veld uit hun isolement moeten worden gehaald en meer moeten gaan samenwerken.

Nederland heeft op dit gebied grote kwaliteiten in huis. We moeten de uitdaging aangaan opnieuw het voortouw te nemen en te tonen wat er bereikt kan worden met dit vernieuwend denken. Want daar zit onze grote innerlijke kracht: in vernieuwend denken en vernieuwend doen.

Peik Suyling is kunstenaar, ontwerper en docent. Hij is directeur van de Young Designers & Industry Foundation en doceert aan het Design Lab van de Gerrit Rietveld Academie. Ook is hij directeur van het netwerk voor innovatieve relaties Open Amsterdam Society.

Gelukkig klinkt mijn naam niet Nederlands

Hans Beerekamp in gesprek met Sydney Neter, Barbara Truyen, Wouter Barendrecht

Filmverkopers heten ze, of liever nog op zijn Engels: sales agents. Wie Nederlands cultuurproduct in de wereld aan de man wil brengen, moet iets van handel en economie weten, maar minstens zoveel van cultuur. Claudia Landsberger van Holland Film, de instelling die de promotie verzorgt, maar niet de verkoop, selecteerde drie belangrijke verkopers van Nederlandse films om te interviewen over de positie van het rood-wit-blauwe celluloid overzee: Wouter Barendrecht van Fortissimo Film Sales, Sydney Neter van SND Films en Jan Röfekamp van Films Transit International. Omdat de laatste vanuit Montreal opereert en zijn Europese belangen vooral laat behartigen door Barbara Truyen sprak ik met haar en in afzonderlijke gesprekken met Sydney Neter en Wouter Barendrecht.

Sydney Neter

SND Films is de aan de Amsterdamse Leidsestraat gevestigde eenmanszaak van Sydney Neter. Hij is gespecialiseerd in korte films en documentaires en heeft ruim tweehonderd titels in zijn catalogus, waaraan elk jaar vijf tot twintig nieuwe titels worden toegevoegd. Ongeveer een op de drie korte films, veelal animatie, en twee op de drie documentaires zijn Nederlands. Zo'n negentig procent van alle sales betreft televisievertoningen, ook al zit er voorzichtige groei in de dvd-markt voor dit soort films. Neter zet gemiddeld zo'n 200.000 euro per jaar om, waarvan hij 25 tot 30 procent als commissie mag houden. De Nederlandse, met een Oscar bekroonde animatiefilm *Father and Daughter* van Michael Dudok de Wit is nog steeds de grootste hit van SND, met een omzet van bijna 50.000 euro. Die korte film kostte het viervoudige, de rest is dus subsidie en omroepgeld.

Neter kan er redelijk goed van leven, maar hij moet alles alleen doen. Het overgrote deel van zijn films is met subsidie tot stand gekomen. Ook een fors deel van de vertoningen van die films vindt plaats op festivals. In principe leveren die vertoningen geen geld op, het zijn visitekaartjes die de verkoop moeten ondersteunen. Alleen sommige gay- en lesbianfestivals in Noord-Amerika zijn heel rijk, volgens Neter, en die betalen dan 200 euro, bij wijze van spreken de administratiekosten: 'A-festivals, zoals Cannes, Toronto, Berlijn, Rotterdam, die vraag je niet om geld.'

Volgens deze verkoper moeten filmregisseurs en -producenten hooguit met één oog naar de beoogde markt kijken: 'Uiteindelijk moet iemand maken wat hij zelf leuk vindt!' Op de vraag naar de aard van het ondernemerschap van de Nederlandse filmproducent antwoordt de verkoper: 'Hier willen producenten geen risico lopen. Ze gaan pas in productie als 95 procent van de kosten door subsidie en omroepen gedekt zijn.' Neter is zelf geen producent, 'maar dat komt misschien nog wel.'

Als lid van de vaste adviescommissie voor korte films van het Filmfonds beslist hij mee over wat er in Nederland op zijn terrein tot stand komt. Hij let daarbij meer op de artistieke kwaliteiten van het ingediende scenario en de mogelijke interesse van het Nederlandse publiek dan op de internationale potentie. Je zou bijvoorbeeld in het buitenland wel eens kunnen scoren met Nederlandse documentaires met homoseksuele onderwerpen. Maar die worden hier, bij gebrek aan belangstelling in eigen land voor

verdere emancipatie, nauwelijks meer gemaakt.

Waar het in Nederland volgens Neter vooral aan ontbreekt zijn lichtvoetige documentaires, vergelijkbaar met zijn eigen Amerikaanse hit *Tupperware*. Maar hij geeft onmiddellijk toe dat veel Amerikaanse documentaires oppervlakkiger zijn dan Nederlandse, zelfs politieke documentaires als *Fahrenheit 9/11* en *Supersize Me* blijven weinig meer dan pamfletten.

In feite gebruikt Neter zijn buitenlandse films als trekpaard voor het Nederlandse werk: 'Of ik word waargenomen als een Nederlandse sales agent? Gelukkig niet, mijn naam klinkt ook niet bij uitstek Nederlands. Ik zou me wel meer als zodanig kunnen profileren, maar dat lijkt me eerder een handicap dan een voordeel. NPB Sales, die het grootste deel van de Nederlandse televisieproducties verkoopt, staat toch een beetje bekend om zijn onverkoopbare films. Ook al beschikt de Nederlandse documentaire over een goede reputatie, er wordt gewoon niet genoeg kwaliteit geproduceerd voor het buitenland.'

Barbara Truyen

—
Jan Röfekamp, ooit in Amsterdam een van de oprichters van het politiek geëngageerde distributiehuis Fugitive Cinema, vertrok in de jaren tachtig naar Canada. Daar begon hij Films Transit International, inmiddels verreweg de meest toonaangevende gespecialiseerde sales company voor documentaires in de wereld. Volgens de Amsterdamse filiaalhoudster Barbara Truyen komen er in de net opgeschoonde catalogus negen Nederlandse titels voor, ongeveer tien procent van het totale aanbod. Het best loopt nu John Appels *The Last Victory*, over de Palio-paardenrace in Siena. Truyen is vooral buitengewoon trots op de verkoop van de Britse bioscooprechten: het is sinds mensenheugenis niet voorgekomen dat een Nederlandse documentaire in Engeland op het grote scherm verscheen. Ook Films Transit International doet verreweg de meeste zaken met televisiezenders. Over de omzet van de firma wil Truyen slechts kwijt dat die groter is dan die van SND Films maar kleiner dan die van Fortissimo Film Sales.

Ook de wat oudere documentaire van Jaap van Hoewijk *Procedure 769* over de doodstraf in Amerika doet het nog steeds goed. In het verleden werden aardige resultaten geboekt met Marijke Jongbloeds serie over de geringe huwelijkskansen van hoogopgeleide vrouwen in onder meer Moskou en Bombay (*Fatal Reaction*) en met Jos de Putters Tsjetsjeense epos *The Making of a New Empire*. Het lijkt hier dus een ervaringsfeit dat documentaires met niet-Nederlandse onderwerpen relatief het best verkopen. Die regel gaat misschien niet op voor speelfilms, en zeker niet voor Alex van Warmerdam of de jeugdfilms, maar kennelijk wel voor documentaires.

Truyen: 'Klanten vragen niet of je nog een Nederlandse documentaire hebt. Het kan ze namelijk niet veel schelen waar een film vandaan komt, zolang het maar kwaliteit is.' Ze vindt dat sommige landen, zoals Canada en Australië, wel heel goed zijn in het promoten van hun eigen films. Ook de Fransen houden een 'rencontre' voor hun documentaires in de Verenigde Staten. Dat werkt beter dan het opereren op grote festivals, waar je wel iedereen tegelijk treft, maar vaak in de mêlee verloren kunt gaan: 'Klein maar fijn is dikwijls beter. Het gaat bij promotie niet alleen om geld, maar vooral om know-how en contacten. Door speciale lunches te organiseren voor distributeurs, buiten de festivals om, maak je de contacten formeler en minder vrijblijvend. Je investeert dan ook in de ervaring van de deelnemende producenten en regisseurs.'

Volgens Barbara Truyen zijn er te veel producenten, maar is dat geen specifiek

Nederlands probleem. Waar het vooral aan ontbreekt zijn producenten die minder netjes en verwend zijn: 'Als je echt gepassioneerd bent, dan komt die film er! Amerikanen hebben geen subsidies, dus zie je daar ook meer drive.'

De Nederlandse verzorgingsstaat zou verhinderen dat hier echt politieke films gemaakt worden, die misstanden aanklagen: 'De cultuur van het weggijken, dat is echt Nederlands en funest voor urgente documentaires.'

Wouter Barendrecht

Fortissimo Film Sales, met een hoofdkantoor in Amsterdam en een vestiging in Hongkong, de woonplaats van oprichter en directeur Wouter Barendrecht, is een van de belangrijkste sales companies van auteursfilms, zowel van Aziatische, Noord-Amerikaanse en Australische als van Europese herkomst. Barendrecht startte zijn filmloopbaan als festivalmedewerker in Berlijn, Utrecht en Rotterdam en begon daar te bouwen aan een wereldwijd cinefiel netwerk. Tot de regisseurs in zijn stal behoren nu onder veel anderen Wong Kar-wai, Jim Jarmusch, Peter Greenaway en Alex van Warmerdam. Alle sterren uit het Verre Oosten zijn er kind aan huis en er bestaan vele uitspraken van de naam Wouter. Zijn eretitel luidt: 'reverse banana: wit van buiten, geel van binnen'.

De omzet van Fortissimo bedraagt rond 15 miljoen euro. Een klein, maar groeiend deel van de films bestaat uit documentaires. Minder dan tien procent van de titels en de omzet betreft Nederlandse films. Successen werden behaald met *De jurk* en *Kleine Teun*, en ook met *Ja zuster, nee zuster*. Fortissimo wist de musical van Pieter Kramer niet alleen in de competitie van Berlijn te krijgen, maar ook tot een hit te maken bij Japanse tienermeisjes en homofestivals over de hele wereld.

Barendrecht: 'Nederlandse films zijn een moeilijk product. Ik ben heel enthousiast over de samenwerking met Nederlandse consulaten en vooral met Holland Film, zowel in het uitwisselen van informatie als op concrete, praktische punten. Het klinkt onbetekenend, maar het verzenden van een lading zuster Klivia-jurkjes voor de première in Kuala Lumpur kan echt van doorslaggevende betekenis zijn voor een locale distributeur.'

Voor de fans van actrice Loes Luca in Hongkong en San Francisco maakt het niet zoveel uit dat ze Nederlands is, maar wel dat het een beetje exotisch en gek lijkt: 'Specifiek in een bepaalde cultuur gewortelde films doen het vaak het best, kijk maar naar François Ozon, Takeshi Kitano, Pedro Almodóvar, Wong Kar-wai. Maar als je een film als auteursfilm verkoopt, zoals wij meestal doen, dan maakt het minder uit in welk land hij zich afspeelt, omdat het Warmerdamland of Kitanoland is. Almodóvar is niet goed omdat hij Spaans is, maar omdat hij Almodóvar is.'

Om zo'n reputatie van een auteur op te bouwen, moet je een lange weg gaan, die via de internationale filmfestivals loopt: 'Ontwikkelen van talent blijft het belangrijkste. Je moet de vrijheid van een filmmaker creëren, door hem eerst visitekaartjes af te laten geven, bijvoorbeeld korte films of lowbudgetfilms. In Europa zullen die worden gefinancierd met 'soft money', subsidiegeld dus, in Noord-Amerika met een van oma geleende creditcard. In Azië gaat het vaak door eerst geld te verdienen met het maken van commercials. Dat laatste is bij uitstek de route in sterk opkomende filmculturen als Thailand en Argentinië.' Hoewel Nederland nog steeds een goed functionerend subsidiesysteem heeft, lijkt de afstand tot de politiek relatief groot: 'In vergelijking met Frankrijk, Italië, de Verenigde Staten of Thailand stelt de politieke lobby van de filmindustrie hier niets voor. Muziek en dans lijken daar veel beter in te slagen.'

Barendrecht vraagt zich ook af of er nog wel perspectief zit in de groei van de Nederlandse coproducties en of de aansluiting van Nederland bij het internationale circuit niet verloren dreigt te gaan: 'Bijna geen enkele auteur financiert zijn films uitsluitend of zelfs overwegend in eigen land. De financiering is bijna altijd wereldwijd, op basis van de onderkende kwaliteiten van eerder werk. Scenario's zijn relatief van minder belang, Wong Kar-wai schrijft nooit een script. Internationale financiering geldt ook voor Walter Salles in Brazilië, Lucrecia Martel in Argentinië, Almodóvar in Spanje, noem ze maar op. Taiwan, dat ongeveer evenveel inwoners heeft als Nederland, vertoont voor 99 procent Hollywoodblockbusters, maar telt drie van de meest erkende filmauteurs in het festivalcircuit: Tsai Ming-liang, Hou Hsiao-hsien en Edward Yang. Toen die laatste zijn film *Yi Yi* in Taipei wilde vertonen, moest hij zelf een bioscoop afhuren om hem aan zijn vrienden te laten zien.'

Ondanks een relatief comfortabel subsidiesysteem is de positie van de Nederlandse film in het internationale netwerk niet zo sterk. Barendrecht geeft twee mogelijke verklaringen: 'In de eerste plaats is talent helaas niet democratisch verdeeld, en kan het slechts tot op bepaalde hoogte ontwikkeld worden. In de tweede plaats ontbreekt er vaak iets aan de instelling van producenten. Ze missen wel eens een gevoel van passie en urgentie voor hun eigen film. Als één fonds nee zegt, dan nemen ze vaak genoeg met nul op het rekest. Het subsidiegeld zou minder democratisch verdeeld moeten worden, echte talenten moet je door de tweede film heen helpen. Vaak is na een sterk debuut de tweede film een probleem, en kan je pas echt iets verwachten van de derde. Maar als de koek steeds eerlijk verdeeld wordt, dan moet zo'n maker soms jaren wachten op een tweede, laat staan een derde film.

Het is ook van belang dat een regisseur zelf het recht houdt op exploitatie van zijn oudere films. Iemand als Jim Jarmusch houdt daarmee het hoofd boven water.

Nederlandse producenten moeten ook veel meer op reis gaan, om creatieve oplossingen te zoeken. Je ziet ze wel in Cannes of Toronto, maar nooit op de American Film Market in Los Angeles, waar de echte zaken worden gedaan. Ze zouden ook een studiereis kunnen overwegen naar Londen, naar de Royal Bank of Scotland. Die is zeer actief in filmfinanciering, maar kan het echt niet schelen of je project wel Engels gesproken is. Al was het Duits of Kantonees!'

Hans Beerekamp was van 1979 tot 2003 filmredacteur van NRC Handelsblad. Sinds 1 september 2003 schrijft hij voor deze krant een dagelijkse televisierecensie. Ook is hij vast gastdocent Filmkritiek aan de Rijksuniversiteit Groningen.

Internationale reflectie



Zonder buitenland geen binnenland Internationale reflectie

096

Internationale
reflectie

Peter Hewitt, CEO van de Arts Council England, reist binnen een sabbatical leave van vier maanden de wereld over. Hij doet verschillende plaatsen aan om te horen hoe het elders toegaat. Toen ik hem onlangs in Nederland ontmoette, werd me weer eens duidelijk hoe belangrijk naast reizen het ontvangen van gasten is. Een reis is een investering; gastvrijheid en gastheerschap zijn dat evenzeer. Ik hoop dat Hewitt inspiratie heeft opgedaan tijdens zijn bezoek aan Nederland. Onze ontmoeting heeft mij in ieder geval geïnspireerd en me gestimuleerd door te gaan met het opnieuw bekijken van een aantal zaken.

De Arts Council England werkt fundamenteel anders dan de Nederlandse cultuurfondsen gewend zijn. De praktijk van de Arts Council biedt interessante perspectieven voor het functioneren van een fonds. Perspectieven die relevant kunnen zijn voor de Mondriaan Stichting. Vooral de verschillen zetten mij aan het denken over verbetering van de praktijk van de Mondriaan Stichting, maar ook de overeenkomsten zijn van belang. Dat is inspiratie.

Internationale reflectie is nooit eerder zo urgent geweest. We leven in een paradoxaal tijdperk. De laatste tijd zijn er steeds meer geluiden te horen dat de Nederlandse kunst de aansluiting bij de internationale cultuur begint te verliezen. De Nederlandse kunstsector wordt provincialisme verweten. Tegelijkertijd zien we een toenemende oriëntatie op dat wat eigen is. Het thema van de Boekenweek in 2005 was vaderlandse geschiedenis en het debat over een museum van nationale geschiedenis is weer opgeleefd. Bovendien buigt een superadviesraad met de voorzitters van de belangrijkste adviesorganen van de Nederlandse regering zich over de vorming van een canon voor het onderwijs. In deze canon worden waardevolle onderdelen van de Nederlandse cultuur en geschiedenis opgenomen, die het onderwijs aan leerlingen moet meegeven. De canon met hoogtepunten uit de vaderlandse geschiedenis wordt ingezet als uiting van onze Nederlandse identiteit.

Een belangrijke vraag echter wordt maar mondjesmaat gesteld: hoe vaderlands willen we dat deze canon is? Hoe, om met woorden uit Bas Heijnes bijdrage in dit boek te spreken, onhollands en Hollands mogen onze iconen zijn? Wat vertellen we onze jongeren over het internationale karakter van Nederland? Welk beeld geven we hen van de rol en de positie van Nederland in de wereld? Nederland is altijd een handelsnatie geweest, met open grenzen, een land van zeevaarders en avonturiers. Dat is een belangrijk aspect van onze identiteit. Onze geschiedenis maakt bovendien deel uit van de Europese samenleving en de wereldgemeenschap. Juist in contrast met andere culturen, andere denkkaders krijgt de eigen identiteit kleur en kan ze zowel benadrukt als gerelativeerd worden', zei pedagoog Henk Wagenaar over de historische canon in de Volkskrant van 20 januari 2005.

De nadruk die zowel door liberale als door socialistische partijen op het nationale perspectief wordt gelegd onthoudt jongeren niet alleen de mogelijkheid betekenis te geven aan Nederland in de wereld, maar doet ook denken aan de pogingen van Europese natiestaten in de negentiende eeuw om met vaderlandse geschiedenis de nationale eenheid te bevorderen. Het verleden leert dat gebrek aan reflectie gecombineerd met

Inleiding door Gitta Luiten

22/28

een overspannen drang naar identiteitsvorming zijn schaduwzijde heeft. Het is een uitdaging om in dit tijdperk van globalisering en verregaande Europese samenwerking de eigen identiteit op intelligente wijze gestalte te geven. Thomas Michelon, cultureel attaché bij de Franse ambassade, bekijkt dit in deze publicatie vanuit internationaal perspectief. Hij constateert dat door de beweeglijkheid van het internationale speelveld alle West-Europese landen worstelen met het ontwikkelen van overheidsbeleid op dit vlak. West-Europa zou in zijn geheel aan een kritische onafhankelijke blik onderworpen moet worden.

Ik ben het met hem eens. Wat voor Europa geldt, geldt zeker voor Nederland. We zijn nu te veel met onszelf bezig. Het zou heel goed kunnen dat de sleutel tot de oplossing van onze problemen pas zichtbaar wordt wanneer wij met de ogen van een buitenstaander naar onszelf leren kijken. Dan gaat het niet alleen om het toelaten van onhollandse elementen in de kenniscanon of het aanmoedigen van reizen naar het buitenland. Het gaat er zeker ook om werkelijk deel uit te maken van de internationale (vak)gemeenschap. Artistieke kwaliteit wordt in een internationale context gewaardeerd. In die omgeving wordt bovendien bepaald welke kunst(enaar) relevant is voor actuele ontwikkelingen. Internationale beoordeling betekent een belangrijke reflectie op en impuls voor cultuur uit Nederland. Daarom is het cruciaal dat de aansluiting met het internationale podium wordt gehandhaafd en gestimuleerd.

Internationaal bewustzijn van de kunstwereld is onlosmakelijk verbonden met nieuwsgierigheid. Het deelnemen aan internationale netwerken en het kennismaken en tonen van internationale kunst zijn manieren om internationale banden aan te halen. Kunstenaars, professionals en natuurlijk het publiek moeten zich een beeld kunnen vormen van wat elders gebeurt. Alleen zo kunnen Nederlandse ontwikkelingen in een mondiaal kader worden geplaatst. Dat is geen kwestie van incidentele projecten, maar van een permanente dialoog met kunstenaars en organisaties van elders. Het idee van Nederland als vrijhaven, als internationale ontmoetingsplaats, is daarin doorslaggevend. Maria Hlavajova, directeur van Bak, en Ann Demeester, directeur van W139, leren ons in hun bijdrage een belangrijke les. Vrijhavenbeleid heeft slechts effect wanneer dat niet langer een sfeer van een testsituatie ademt. Internationale activiteiten in Nederland krijgen betekenis wanneer zij een grotere reikwijdte krijgen dan 'een praktijk die testcondities opwekt die de werkelijke omstandigheden benaderen, opgebouwd rond een hypothetisch begrip van de internationale realiteit, en die de coördinaten van een internationale arena reproduceert op een kleinschalig modelformaat, dichtbij de veilige thuishaven'. Buitenlandse gastcuratoren, theatermakers en andere kunstprofessionals kunnen pas goed functioneren wanneer hun bezoek niet langer vrijblijvend is, wanneer de gastheer werkelijk openstaat voor feedback, echt geïnteresseerd is in wat de ander te zeggen heeft en overtuigd is van de betekenis van de bijdrage aan de (Nederlandse) kunst(wereld).

De Nederlandse kunstwereld blinkt niet uit in nieuwsgierigheid en het ontvangen van feedback. Bovendien acht men, zegt toneelregisseur Johan Simons in deze publicatie, het geven van kritiek niet collegiaal. Daardoor komt het debat over elkaars werk in de veiligheid van de eigen kring moeilijk op gang. Laat staan dat we ons iets gelegen laten liggen aan wat iemand ervan vindt die de Nederlandse context zogenaamd niet kent. Dat is zelfoverschatting. Wat overigens geen Hollands fenomeen is: de meeste mensen overschatten hun eigen functioneren en veronderstellen dat het in het bovenste kwart van alle prestaties ligt. Statistisch gezien scoort het functioneren van de helft van alle mensen,

dus ook museumdirecteuren, theatermakers en kunstenaars, echter onder het gemiddelde. Het is onze manier van omgaan met de angstige werkelijkheid van de eigen onkunde.

Er is zoveel angst en zo weinig nieuwsgierigheid', zegt actrice Alida Neslo in deze publicatie. Ze slaat er de spijker mee op de kop. Internationale reflectie is noodzakelijk voor de kunsten en voor de samenleving als geheel. We kunnen er pas ons voordeel mee doen wanneer we met een open hart en met open vizier de wereld in stappen. Ik daag u ertoe uit.

Gitta Luiten is sinds 2001 directeur van de Mondriaan Stichting, stimuleringsfonds voor beeldende kunst, vormgeving en cultureel erfgoed. Daarvoor was zij politiek adviseur van staatssecretaris voor Cultuur en Media Rick van der Ploeg, voorlichter bij de Raad voor Cultuur en werkzaam bij het Rijksmuseum.

Visionair Nederland Notities over de Nederlandse internationale paradox

'Nederland heeft in de wereld lang een rol gespeeld die niet in verhouding staat tot zijn omvang,' stelde *The Economist* in 2002 in een zeer informatieve en gedetailleerde studie die zowel historische als actuele inzichten leverde in een aantal typisch Nederlandse verschijnselen in de recente maatschappelijke, economische en politieke ontwikkelingen in dit land (John Peet, 'Model Makers, A Survey of the Netherlands', *The Economist*, 2 mei 2002, online te lezen: www.economist.com/surveys/displaystory). De studie bevat een indrukwekkend overzicht van de prestaties die de Nederlanders hebben geleverd, vaak door gebruik te maken van internationaal onbekende of ongekende tactieken, methoden en beleidslijnen. Tegelijk worden de Nederlandse prestaties in de hele tekst voortdurend ondergraven door verwijzingen naar een soort hedendaagse crisis: 'desillusie', 'aanzienlijke onvrede' of 'onzekerheid' zouden momenteel de overheersende gevoelens in Nederland zijn. Het is moeilijk te bepalen of zulke gevoelens te maken hebben met de loutere onwil om het eigen land in een andere rol voor te stellen, of dat ze verband houden met terugverlangen naar een historische status die het land heeft verloren, of dat ze simpelweg getuigen van het nuchtere besef dat zo'n status wel niet te handhaven zal zijn in de wereld van vandaag. Hoewel de auteurs met een knipoog beweren dat 'de Nederlanders bekend staan als een volk dat graag klaagt', is het duidelijk dat Nederland ondanks (of dankzij) tientallen jaren van succes en voorspoed een punt heeft bereikt waar het zich moet heroriënteren op de nieuwe uitdagingen die de internationale ontwikkelingen aan het land stellen. Dat geldt voor de kunst niet minder dan voor de politiek.

De onlangs losjes geformuleerde vraag of de Nederlandse kunst haar internationale reputatie heeft verloren, heeft geleid tot een discussie waarvan men zich kan afvragen of die niet in een vergelijkbaar schema past. Gevat in termen van heimwee naar een verloren tijd biedt deze discussie niet echt een alternatief voor een diepgaande analyse van de werkelijke problemen waarvoor de hedendaagse Nederlandse kunstscene zich gesteld ziet. Zou het zo kunnen zijn dat Nederland, in tegenstelling tot de heersende mening op dit punt, wel degelijk een 'internationaal verhaal' heeft, maar het gewoon niet kan vertellen, zodat het zich paradoxaalwijs zelf diskwalificeert in de internationale arena?

In de winter van 2004 kondigde de Brusselse instelling Bozar de grootse opening aan van haar jubileumtentoonstelling *Visionair België*, een overvloedige en veelzijdige expositie samengesteld door wijlen Harald Szeemann en bedoeld als een 'spiritueel portret van een land'. *Visionair België* volgde op soortgelijke tentoonstellingen in Zwitserland in 1991 en in Oostenrijk in 1996. Indirect heeft deze disciplineoverschrijdende viering van de bijzondere kwaliteiten van de Belgische geschiedenis en cultuur veel opschudding veroorzaakt in Nederlandse kunstkringen. De Zwitserse curator, die helaas overleed voor zijn pièce de résistance voor het grote publiek werd opengesteld, verklaarde dat een show als deze, een presentatie van de idiosyncrasieën en eigenheden van een nationale artistieke traditie, onmogelijk zou zijn in landen als Duitsland en Frankrijk. De 'Sindbad van de kunstwereld' – zijn koosnaam in de Duitse pers – vond maar vier Europese landen voldoende non-conformistisch en eigenzinnig, afwijkend en extravagant om als visionair

te worden beschouwd, namelijk Zwitserland, Oostenrijk, België en Polen. In Nederland nam men dit ‘persoonlijk’ op; daar rees de vraag of Szeemann – de bovenstaande bewering ten spijt – ooit zou willen overwegen een gigantische retrospectieve tentoonstelling rond de Nederlandse cultuur te ontwerpen. Het antwoord was een klip en klaar ‘nee’.

Blijkbaar heerste algemeen het gevoel dat de Nederlandse kunstscene niet (meer) relevant is op mondiale schaal. Dit gaf alleen nieuw voedsel aan het vermoeden dat herhaaldelijk voorzichtig is geopperd onder cultuurmakers, namelijk dat Nederland vroeger tot de avant-garde behoorde, maar nu zijn positie als voorloper in nieuwe trends en opkomende ontwikkelingen in de beeldende kunsten heeft verloren. Zo’n stelling is natuurlijk onmogelijk te verifiëren of te bewijzen; vooral in de kunstwereld kijken we niet graag naar feiten en cijfers, grafieken en statistieken. Komen er minder buitenlandse curatoren op bezoek in Nederland dan in de jaren zeventig en tachtig? Zijn Nederlandse kunstenaars ondervertegenwoordigd op biënnales en grote tentoonstellingen in het buitenland? Worden Nederlandse instellingen niet langer vooruitstrevend geacht in de gedachtevorming over de hedendaagse kunstpraktijk? Misschien moeten zulke vragen wel retorisch blijven.

‘Visionair’ zijn impliceert vooral dat men het gevoel heeft op de rand te lopen, dat men risico’s neemt in het uitproberen van vernieuwende ideeën, gedachten, concepten en uitvoeringswijzen die potentieel gevaarlijk, potentieel fout en potentieel onaanvaardbaar zijn. Zulke risico’s nemen past misschien niet zo in de Nederlandse context, waar praktisch instinct het wint van visie en waar omzichtig gecalculerde acties worden verkozen boven boude, impulsieve beslissingen, waar pragmatisch utopisme wordt verkozen boven blind idealisme, strategie en georganiseerde uitwisseling boven spontane reacties en organische dialoog, en waar systemen en regels en strakke patronen hoger worden geacht dan creatieve, potentieel nuttige ongehoorzaamheid die, indien in matige doseringen toegediend, tot ongelooflijke resultaten zou kunnen leiden.

In Visionair België stelde Szeemann zelf indirect aan de orde waar het toe kan leiden als de fijngevoelige uitwerking van een visie wordt ingehaald door een overmatige aandacht voor systematisering en ordening. In zijn tentoonstelling is een afdeling gewijd aan een opmerkelijk stel denkers, genaamd Otlet en La Fontaine. In 1895 begonnen de Belgische bibliograaf, ondernemer en pacifist Paul Otlet en zijn boezemvriend en collega, senator Henri La Fontaine, de *Répertoire Bibliographique Universel* (RBU), een ambitieus initiatief om te komen tot een overkoepelende bibliografie van alle menselijke kennis, een voorvader van het World Wide Web in de vorm van ruim twaalf miljoen afzonderlijke indexkaarten en documenten, evenals het categoriseringssysteem daarachter. Evenals de Union of International Associations die ze in 1910 mede oprichtten en die internationaal referentiemateriaal verzamelde over ‘internationale samenwerkingverbanden’, ontstond de RBU uit het verlangen een enorm en continu expanderend netwerk voor internationale kennisuitwisseling op te bouwen. Hoewel de twee een grootse visie hadden op de mogelijke toekomst van de wereld (universele vrede en harmonie), wijdden ze zich in de praktijk aan de obsessieve opbouw van categoriseringssystemen en organisatiestructuren die meer helderheid zouden scheppen en zo bevorderlijk zouden zijn voor allerlei vormen van mondiale interactie. Hun systeem ging voorbij aan het feit dat zowel visie als creativiteit zich vaak aan objectieve classificatie en heldere, rechtlijnige

oplossingen onttrekt. Juist het dogmatisch geloof in systemen en categorieën, definities en controle was wat de droom uiteindelijk ineen deed storten.

De Nederlandse neiging tot organiseren en structureren heeft ongetwijfeld een geheel eigen, politiek correct model voortgebracht van het kunstenveld waarin we vandaag de dag opereren. Los van de inhoud valt het systeem – om nog even in termen van Szeemann te spreken – normaal gesproken grote waardering te beurt als een prototype van vernieuwend cultuurbeleid; sommige institutionele en wetgevende structuren in het buitenland zijn zelfs gemodelleerd naar het bestel waar we nu over klagen. De organisatie van het artistieke leven in Nederland is volledig ingebed in de principes van decentralisatie, inclusiviteit en consensus. De ruimhartigheid die spreekt uit de publieke subsidies voor kunst en cultuur in Nederland moet zeker toegejuicht en bewaard worden, maar de ‘resultaten’ ervan noodzaken tot een serieuze herpositionering. Er is een vaak herhaald argument dat naar onze mening ook hier nog eens moet worden aangevoerd: het systeem werkt kwantitatief, het bedient een breed scala aan uiteenlopende posities en heeft in wezen geen oog voor hun kwaliteit. Erkenning van kwaliteit zou normaal gesproken samengaan met een selectiever model, dat minder manifestaties, van hoge kwaliteit, ondersteunt (en dat dan met grotere bedragen, waarmee geconcentreerd werk op een ander betekenisniveau mogelijk wordt gemaakt). Een soortgelijk argument kan gelden voor het principe van consensus. Vanuit een organisatorisch perspectief roept de notie de deugden van democratie op, maar in de kunst betekent het consensusmodel eenvoudigweg een voorkeur voor ‘goed’ boven ‘beter’. En hoe vreemd het ook mag klinken om te wijzen op de adder onder het gras in de inclusiviteit van het systeem: de gefragmenteerde structuur van de Nederlandse kunstwereld ontbreekt het innerlijk eenvoudigweg aan de energie die wordt opgewekt door afwijzing of uitsluiting, het soort energie dat een productieve verandering zou kunnen voeden.

Is het mogelijk dat het beklagde losraken van de internationale ontwikkelingen ook is voortgekomen uit een neiging tot voorschrijven en controleren, en horizontaal is geëvolueerd rond de noties van inclusiviteit en consensus? Zou het gegaan kunnen zijn als in het volgende (misschien fictieve) scenario?

Op het terrein van internationaal cultuurbeleid hebben de krachtige politieke instrumenten van het Vrijhavenbeleid, die in de tweede helft van de jaren negentig zijn geïmplementeerd, de processen ontketend waardoor Nederland zich heeft gevestigd als een intrinsiek internationaal platform voor hedendaagse kunst. Binnen de richtlijnen van de overheid werden kunstacademies aangemoedigd zich internationaal te oriënteren, kwamen er nieuwe artist in residence-programma’s voor buitenlandse kunstenaars, begonnen kunstfestivals te werken met scherpere internationale profielen en werden internationale netwerken gestimuleerd hun hoofdkwartier in Nederland te vestigen. Het politieke jargon waarin deze verandering werd gepromoot bevatte een interessante tegenspraak, want het was een ‘internationaal beleid’ gericht op Nederland en zijn eigen cultureel klimaat. In andere woorden: het was een beleid om de wereld Nederland binnen te halen in plaats van andersom, een amusante parallel met de Nederlandse traditie van landwinning op de zee. Hoe cruciaal dit beleid op een bepaald punt ook mag zijn geweest voor de revitalisatieprocessen in de kunstwereld, deze heroriëntatie in het internationaal cultuurbeleid lijkt in feite nauwelijks enige actieve uitdaging op de langere termijn te hebben gesteld aan Nederlandse kunstbeoefenaars, want dan had ze een sterkere

internationale positionering aangemoedigd. Uiteindelijk ging de situatie trekken vertonen die zijn te verbeelden met de metafoer van de simulator: een praktijk die testcondities opwekt die de werkelijke omstandigheden benaderen, opgebouwd rond een hypothetisch begrip van de internationale realiteit, en die de coördinaten van een internationale arena reproduceert op een kleinschalig modelformaat, dichtbij de veilige thuishaven. Dat alles gebeurde binnen de grenzen van het land, vandaar dat niet voldoende werd erkend dat in het buitenland geboren initiatieven zich hadden aangepast aan de Nederlandse context en zélf Nederlands waren geworden: systeemafhankelijk. Zou dit de manier kunnen zijn waarop zo'n in zichzelf gesloten systeem, waarin het lokale en het internationale gelijkelijk met dezelfde instrumenten werden behandeld, in feite heeft geleid tot wat we nu aanmerken als een achterstand of, sterker, een isolement ten opzichte van de werkelijke mondiale ontwikkelingen in de kunsten?

In het besef dat dit niets meer is dan een kunstmatig geabstraheerde, quasi-historische reconstructie, in elkaar gezet ter ondersteuning van ons betoog, kunnen we misschien zeggen dat de internationale paradox van Nederland is dat het kunstveld in Nederland intrinsiek internationaal is, en toch niet goed presteert op internationaal vlak. Met andere woorden: de meeste kunst- en cultuurinstellingen in Nederland presenteren internationale programma's, maar slechte weinige zijn internationale spelers. Verder mogen we misschien zeggen dat de Nederlanders uitstekende modelmakers zijn in de opbouw en export van structuren, evenals in het stichten van internationale netwerken, met een geringe inhoudelijke présence in Nederland en een geringe internationale uitstraling als *Nederlandse* initiatieven. Hiermee hangt samen dat het kritische kunstdiscours opmerkelijk losstaat van wat internationaal gaande is, alsof we in verheven afzondering van de mondiale context leven, zowel wat de thema's als wat het intellectueel niveau van het debat betreft.

Over het kunstkritisch discours gesproken: het probleem is niet zozeer dat de thema's en kwesties die overal elders in Europa worden besproken niet op de Nederlandse agenda verschijnen. Vaak worden ze echter gepresenteerd als specifiek nationaal nieuws, of pas veel later, lang nadat ze in het buitenland als hot topics golden. Het referentiekader van mensen die dit soort kwesties bespreken of analyseren in Nederlandse kranten en kunstpublicaties is vaak beperkt en ze staan opmerkelijk onverschillig tegenover de manier waarop collega's in het buitenland dezelfde onderwerpen benaderen. Neem de recente discussie over politiek geïnspireerde of geëngageerde kunst, die hier werd behandeld als een exclusief Nederlands fenomeen! *Vrij Nederland* onderzocht onlangs de 'herintrede van het engagement in het veld van de hedendaagse kunst' in een artikel waarin de auteur recente verwante publicaties niet vermeldt, evenmin als de veelvuldige symposia die er elders in de wereld aan zijn gewijd, geen onderscheid maakt tussen 'kunstactivisme' en een politiek-kritische artistieke praktijk, en zelfs een niet-bestaand kunstwerk van Santiago Sierra ontdekt (de performance die de auteur beschrijft is in werkelijkheid een samensmelting van twee andere werken van deze kunstenaar). Het is een zichzelf koloniserende, zichzelf in diskrediet brengende strategie die niet serieus te nemen valt en daarom buiten de nationale context geen rol kan spelen. Wat voor wapens zouden geschikt zijn voor een strijd tegen zo'n aanhoudende internationale diskwalificatie?

Voor we een antwoord op die vraag gaan zoeken, kan het zinvol zijn nog eens kort in te gaan op Szeemanns scepsis bij een project getiteld *Visionair Nederland*. Misschien

begrijpen we maar al te goed dat er constructievere en uitdagendere manieren zijn om een omgeving voor radicale esthetische en politieke verbeelding te scheppen dan de notie van de natie kan bieden. Wat visioenen voortbrengt is niet noodzakelijkerwijs een nationaal fantoom. Misschien is het tijd die ongreepbare termen te ontmythologiseren en toe te geven dat cultuur, welke definitie men ook hanteert, over mensen gaat, *altijd* over uitzonderlijk getalenteerde kunstenaars, schrijvers en cultuurmakers, die aparte gedachten weten op te wekken en er de intellectuele verantwoordelijkheid voor kunnen dragen.

Van zulke kunstenaars en intellectuelen leven er tallozen in Nederland en op een vanzelfsprekende manier zijn zij ook thuis in een internationale arena, waar ze soms meer worden gekoesterd dan in eigen land. Nederland biedt zulke mensen een gastvrije basis, dat lijdt geen twijfel: men kan in de meest positieve zin van het woord profiteren van het ruimhartige subsidiebeleid en van een van de grootste internationale luchthavens van de wereld, met uitzonderlijk goede verbindingen, allebei voorwaarden die de keuze mogelijk maken aan het systeem te ontsnappen om dezelfde redenen als die het de moeite waard maken te blijven. Maar hopelijk is er een mogelijkheid zulke mensen de ruimte te geven, vrij van de neutraliserende macht van egalitarisme en systeemdenken, om (metaforisch gesproken) het volgende vertrek uit te stellen.

Echte vrije ruimte creëren waarin deze persoonlijkheden en individuen ('visionairen') kunnen rondzwerven, creëren en zich naar eigen goeddunken ontwikkelen, zou een diepgaande verandering vergen, een bewuste beslissing tot afzien van controle en structurering. Het heeft geen zin gedoogzones te creëren voor 'onschuldige wetsovertredingen', want dat betekent alleen meer van hetzelfde, een soort tolerantie die geen veranderingen vanuit de inhoud produceert. Een fundamentele verandering in de richting van echte openheid is een tergend langzaam proces, een ontwikkeling die alleen kan plaatsvinden als we aanvaarden dat er 'grijze gebieden' nodig zijn, waarover geen volledige controle kan worden uitgeoefend. Om te beginnen kan men kijken naar systemen in andere landen, al doen die op het eerste gezicht ongeregeld en chaotisch aan; een diepgaande bereidheid het onbestemde toe te staan en aan te moedigen is alleen op lange termijn te bereiken. Het systeem echt 'resetten', van de grond af aan opnieuw beginnen, een tabula rasa-toestand creëren waarin zelfs de meest primaire noties opnieuw worden overdacht, zou de enige echte oplossing zijn. Maar het zou naïef zijn te denken dat zoiets mogelijk is op het niveau van een totaal overheidsbeleid. Ondertussen – in afwachting van het ontwaken van deze algehele deus ex machina – kunnen we en moeten we ons bewust blijven van het volgende: de kunstwereld moet eerst zichzelf voeden en uitdagen in het scheppingsproces van zijn eigen verhaal; de rol van beleidsmakers en kunstbestuurders is nauwlettend luisteren.

We hebben ervoor gekozen te spreken over verbeelding en niet over feiten, te vereenvoudigen en te overdrijven, en gebruik te maken van notities, sketches en vragen. We eindigen met nog een anekdote, door de schrijver Viktor Jerofejev aangehaald over Stalin. Toen Stalins minister van Cultuur zich bij hem beklaagde over sovjetschrijvers, antwoordde Stalin: 'Maar andere heb ik niet voor je!' Hoe bezwaarlijk de hoofdpersoon als politiek personage ook is, uit deze anekdote zijn minstens twee conclusies, hoe tegenstrijdig ook, te trekken voor ons onderzoek naar de oorsprong van de desillusie over de Nederlandse internationale paradox. Op de eerste plaats: zoiets als kunst- en cultuurproductie kan niet gedisciplineerd of gedirigeerd worden naar de wensen

van de politici of overheidsdienaren; en op de tweede plaats: als er een reden is tot ontevredenheid over hoe het veld zich ontwikkelt, kan die onvrede heel goed liggen in dezelfde politieke mechanismen die het tot leven hebben gewekt.

Ann Demeester is sinds 2002 directeur van W139, productiehuis en tentoonstellingsruimte voor actuele kunst in Amsterdam. Daarnaast is zij gastdocent bij het Hoger Instituut voor Schone Kunsten in Antwerpen en het Sandberg Instituut in Amsterdam. Eerder was zij werkzaam als journalist en curator.

Maria Hlavajova is curator en sinds 2000 artistiek directeur van Bak, basis voor actuele kunst in Utrecht. Tijdens het Nederlands EU-voorzitterschap in 2004 was zij verantwoordelijk voor het beeldende kunstprogramma *Who if not we should at least try to imagine the future of all this? 7 episodes on (ex)changing Europe*.

Reflectie? Welke reflectie?

Mijn Amerikaanse kennis wist niet helemaal hoe hij moest kijken. Ik had tijdens een lunch in Amsterdam mijn notitieboekje uit mijn tas gehaald; voorop stond een reproductie van een overbekend zelfportret van Vincent van Gogh, de paranoïde, getourmenteerde kop die hij in 1889, een jaar voor zijn zelfgekozen dood, had geschilderd, en dat tegenwoordig in het Musée d'Orsay in Parijs hangt. Mijn kennis vroeg zich af hoe dit geduid moest worden. Een Nederlander die in Amsterdam met een reproductie van een Van Gogh rondloopt: 'How corny is it to carry such a thing around here?', vroeg hij voorzichtig. Hij vermoedde dat het ironie of zelfs flauwe camp van mij was, maar helemaal zeker was hij er niet van. Zelfs in grote delen van de Verenigde Staten zou het van een ernstig gebrek aan Bourdieuachtig gevoel voor kunstverhoudingen getuigen, wanneer je trots met een Van Gogh op je agenda rondliep; maar hij kende mij en Nederland niet goed genoeg om er blindelings van uit te gaan dat ook ik zwaar ironische bedoelingen met het zelfportret had. Wellicht lag dat in Vincents land van herkomst anders, misschien hadden we hier een heel ander beeld van de alomtegenwoordige Van Gogh dan aan de Amerikaanse oostkust. Ik verzekerde hem dat van alle portretten die ik ken, ik dit het meest intens en aangrijpend vond – en toch keek hij nog bedenkelijk. Het was alsof ik hem gezegd had dat het dagboek van Anne Frank best wel ontroerend was.

Zijn reactie deed me denken aan het interview dat ik het jaar daarvoor had gehad met John Leighton, de Ierse directeur van het Van Goghmuseum. Die beschreef zijn dilemma's, veroorzaakt door de overbekendheid van Van Gogh: het was geen kunst om buitenlandse toeristen naar zijn museum te trekken, die kwamen jaarlijks in drommen op de eenduidige mythe Van Gogh af, publiciteit was nauwelijks nodig, maar des te moeilijker was het om Nederlanders binnen te krijgen; die vonden zichzelf te vertrouwd met het werk van Van Gogh om er nog belangstelling voor op te brengen. Leighton: 'Er komen hier genoeg Amerikanen die zich teleurgesteld tonen dat Vincent niet op Kirk Douglas lijkt. Maar vooral Nederlanders hebben het gevoel dat ze zijn werk door en door kennen. Het is al te familiair geworden.'

Probeer je zo'n houding van de Spanjaarden, of zelfs de Fransen, tegenover Picasso voor te stellen. Als het zo familiair is, waar gaat het werk dan over? En wat zegt het ons? De totem van de Hollandse schilderkunst blijkt tegelijk het symbool van Hollandse onverschilligheid geworden – als dat niet veelzeggend is. De discussie gaat tegenwoordig over het gebrek aan belangstelling van het buitenland voor wat zich in de Nederlandse kunst- en museumwereld afspeelt, maar kijk naar het enige museum dat daar helemaal geen last van heeft, en je ziet hetzelfde probleem van een andere kant: de Hollandse lethargie tegenover eigen kunst.

Het is een staaltje van wrange ironie dat juist het werk van Van Gogh zo is afgevlakt, door enerzijds clichévorming en anderzijds de oneindige reproduceerbaarheid van kunstwerken in een massacultuur, want als één kunstenaar zich heeft ingespannen om door zijn blik een doodse werkelijkheid nieuw leven in te blazen, dan is hij het. Hetzelfde Van Goghmuseum had een paar jaar daarvoor een grote tentoonstelling gehad over een al even afgetrapt thema, Van Goghs mislukte vriendschap met Paul Gauguin, en die had bij mij een flinke schok veroorzaakt. Juist doordat de doeken van de beide schilders, de een geworteld in een Franse, katholieke, symbolische cultuur, de ander doordrenkt van

Hollands realistisch protestantisme, voor het eerst naast elkaar te zien waren, besefte ik voor het eerst de reikwijdte van hun artistieke onderneming – en hoe veelzeggend die onderneming nog was in onze tijd, waarin de kunstwereld getroffen is door een groot gevoel van crisis. De beide kunstenaars hadden elkaar opgezocht omdat hun verheven doel ogenschijnlijk hetzelfde was, het sacrale terugbrengen in een ontluisterde wereld door middel van hun herscheppende blik, maar in hun visie verschilden ze radicaal van elkaar, met alle gevolgen van dien. Van Gogh erkende het bestaan van een werkelijkheid buiten zijn bewustzijn, Gauguin erkende alleen de menselijke verbeelding.

Hoe Hollands is Van Gogh eigenlijk, had ik John Leighton tijdens ons interview gevraagd. 'In zijn obsessie met het landschap is hij heel Hollands', had die geantwoord. 'Het idee van het landschap als symbool van levenskracht, van zaaien en oogsten, loopt als een rode draad door zijn werk. Maar zijn benadering van dat thema heeft niets Hollands. Die hartstocht, die intensiteit waarmee hij schildert, zijn kwetsbaarheid ook, dat zie ik allemaal als onhollands. Hij is zo open en direct. Hij heeft het hart op de tong. Maar bedenk dat hij van de tien jaren dat hij schilderde, slechts de helft in Nederland heeft doorgebracht.'

Hollands, onhollands. Het zelfportret van Van Gogh op mijn blocnote was, behalve dat ik het ondanks zijn overbekendheid nog altijd overrompelend vond, natuurlijk ook een milde provocatie – tegen het Hollandse kunstsnobisme, dat ervoor zorgde dat men zijn eigen vertrouwde schatten niet meer koesterde, tegen de afvlakkende werking van de beeldcultuur ('Kijk opnieuw!'). Maar ook tegen de algemene Hollandse lethargische onverschilligheid tegenover kunst, zelfs de allergrootste.

Een van de onverwachte effecten van het proces van globalisering is dat men de blik niet naar buiten, maar juist naar binnen richt. Van een afstand gezien lijkt dat vaak op een herontdekking van het eigene, een plotselinge omarming van een vertrouwd zelfbeeld, die alle trekjes vertoont van een nostalgische wedergeboorte – men gaat zijn taal herontdekken, zijn geschiedenis, zijn kunst, zichzelf, juist omdat al die zaken bedreigd lijken te worden door een wereldwijde gelijkschakeling. Zulke ontwikkelingen lijken dwars in te gaan tegen het beeld van een almaar eenvormiger wordende wereld waarin alles en iedereen steeds meer op elkaar gaat lijken; waarin het regionale, het specifiek traditionele, klakkeloos wordt opgegeven voor het algemene. Je hoeft alleen maar om je heen te kijken om te zien dat het zo niet werkt: nog nooit hebben mensen op onze planeet zo direct met elkaar te maken gehad en nog nooit hebben vragen over identiteit en onvervreemdbaarheid zich zo naar de voorgrond gedrongen. Achteraf is het verbazingwekkend dat die reactie nauwelijks is voorzien, zoals men ook niet voorzag dat bijvoorbeeld de voortschrijdende eenwording van Europa een opleving van nationalisme ten gevolge zou hebben. Het is dat pendule-effect – iedere extreme ontwikkeling roept als vanzelf een tegenbeweging op – dat steeds opnieuw een schok teweegbrengt, omdat het niet strookt met de klassieke vooruitgangsgedachte waarin iedere oude wereld onherroepelijk door een geheel nieuwe wordt vervangen.

Nederland is een van de landen waar dat onverwachte effect zich het hardst heeft doen gelden. Sinds enkele jaren is de blik stevig naar binnen gekeerd, op alle vlakken – politiek en cultureel. Dat is volgens mij een begrijpelijke reactie op het nogal wezenloze internationalisme dat het land de laatste decennia van de vorige eeuw in zijn greep had, die verbeterden tendens om zich los te maken van al het traditionele en wat voor het eigene doorging. Waar men toen moedwillig blind wilde zijn voor alles wat op provinciale vastgeroestheid leek, wat wel eens kneuterig, burgerlijk, beperkt, onvrij, kortom wat wel eens Hollands zou kunnen lijken, daar lijkt nu een tegenovergesteld gevoel te

overheersen: men wenst zichzelf niet langer in een internationaal, veelzijdig perspectief te beschouwen. Veel van de discussies in de laatste jaren over de noodzaak van het koesteren van de eigen cultuur en geschiedenis vormen een wankele façade waarachter angst en paniek schuilgaan, en natuurlijk nostalgie, veel nostalgie naar wat ooit klakkeloos werd opgegeven. Het proces van individualisering dat de afgelopen decennia heeft plaatsgevonden, heeft zelfstandige, mondige burgers opgeleverd, maar het heeft ook een einde gemaakt aan een internationale visie vanuit het Nederlanderschap. Men is niet langer in staat zichzelf te zien als onderdeel van een groter geheel. Tegenwoordig is men wereldburger, onderdeel van dat oneindig flexibele geglobaliseerde netwerk van internationale culturele betrekkingen, al of niet virtueel, óf men trekt zich terug in een soort benepen Nederlanderschap, dat zich alleen nog wil bezighouden met wat dichtbij is, wat direct betrekking heeft op het hier en nu. Of Nederland bestaat niet langer, of het buitenland wordt stug genegeerd.

Beide houdingen zijn voor mij kanten van dezelfde medaille; het onvermogen om zichzelf en de eigen cultuur in perspectief te zien. Beide manieren van kijken, of liever gezegd niet-kijken, getuigen van een gevoel van wezenloosheid, een schrikbarend onvermogen om te beschouwen vanuit de gemeenschappelijke ervaring. Dat is wat ik het Hollandse onvermogen noem, en het speelt de Nederlandse samenleving op alle fronten parten. Het schrille gekrakeel dat de afgelopen tijd heeft geklonken naar aanleiding van de terecht opgeworpen vraag of de hedendaagse kunst zich in een crisis bevindt, geeft al aan dat er werkelijk sprake is van een crisis. Die crisis heeft, zoals is opgemerkt, misschien minder met de kwaliteit van de afzonderlijke kunstwerken te maken dan met een algemene visie op de betekenis die kunst voor ons heeft of kan hebben. Dat schrijnende gebrek aan zelfovertuiging heeft ervoor gezorgd dat de kunstwereld zichzelf niet kan verdedigen tegenover het kunsthatende populisme thuis – en dus ook geen rol van betekenis kan spelen over de grens. Wat moet je antwoorden als er wezenlijke vragen worden gesteld, en je slechts een handvol modieuze, geleende woorden als antwoord hebt? Gemakzuchtig roepen dat het toch niet kan dat Nederland op het gebied van de kunst internationaal zijn positie kwijt is, heeft geen zin wanneer je verzuimt je bezig te houden met het inzicht dat aan die constatering vooraf zou moeten gaan: een antwoord op de vraag waarom het geloof in de reële maatschappelijke betekenis van kunst in Nederland ontbreekt, zowel bij de burgers als bij de vertegenwoordigers van de kunstwereld. Als we er zelf al nauwelijks in geloven, hoe kunnen we anderen er dan van overtuigen? Het is dus wel degelijk nodig dat de blik naar binnen wordt gericht, maar het zal een kritische, onderzoekende blik moeten zijn, die pas daarna met overtuiging weer naar buiten gericht zal kunnen worden.

Een schilder als Van Gogh was, John Leighton zegt het, Hollands en onhollands tegelijk – en dat wordt zichtbaar zodra je hem in nationaal of internationaal perspectief probeert te zien. Hollands en onhollands zijn, en ook nog eens tegelijk – dat is de opdracht voor een Nederlandse culturele elite die weer een rol van betekenis wil gaan spelen, in Nederland en daarbuiten. Het moet mogelijk zijn dat de Nederlandse cultuur zijn bewustzijn hervindt zonder de rest van de wereld buiten te sluiten. Ambitie is daarbij noodzakelijk, maar die ambitie is zinloos, wanneer ze niet gepaard gaat met diepgaand zelfonderzoek. Geloof in kunst gaat aan geloof in Nederlandse kunst vooraf.

Tweemaal per maand internationaal theater

Bob Witman in gesprek met Johan Simons

De staatssecretaris van Cultuur zei onlangs tegen regisseur Johan Simons. 'Het Nederlands theater, dat loopt wat vorm betreft vijftien jaar voorop, nietwaar meneer Simons?' 'Ik zeg sorry, ik weet niet hoe u erbij komt. Maar dat is volstrekt niet aan de hand. Dat was misschien in de jaren tachtig zo. We leven nu in een andere tijd. Er wordt om inhoud gevraagd. Je moet ethische vragen durven stellen. Theater is een plek die moet uitnodigen om te denken.'

En denken lijkt wel verdacht in Nederland. Theatermaker Johan Simons is nu nog artistiek leider van ZT Hollandia, volgend seizoen verhuist hij naar het NTGent. Hij heeft een kwart eeuw theatergeschiedenis achter zich in Nederland, maar is niet hoopvol gestemd over de toekomst. 'We zijn internationaal de aansluiting kwijt. Ik spreek geregeld buitenlandse theatermakers, mensen als Gerard Mortier, intendant van de Franse opera, ze komen niet meer kijken in Nederland. Er gebeurt hier niets meer.'

En Simons kan ze niet tegenspreken. 'Er heerst in Nederland een grote angst om elitair te zijn. Een grote angst bij theatermakers om iets te beweren.' Alles wat moeilijk is, is verdacht, denken is zelfs verdacht. 'In Duitsland gaat de intelligentsia nog wel naar het theater. Daar vinden ze denken nog een lust. Daar heb je wel polemieken, net als in Frankrijk.' In Nederland moet alles voor iedereen leuk zijn. 'Het gevolg is dat het gesubsidieerde toneel heel erg naar het amusement is opgeschoven. Hoe platter hoe beter lijkt het wel.' Niks tegen amusement. 'Maar theater is geen massavermaak. Dat moet het ook niet willen zijn.' Simons maakte met Hollandia vanaf de jaren tachtig faam met locatietheater, stukken als *Stallerhof* (1991, een plattelandsdrama in een geabstraheerde boerderij), *De Perzen* (1995, een Griekse tragedie op een autosloperij) en *Val van de goden* (1999, op een Antwerpse scheepswerf). Voor hem moet theater 'politiek' zijn, althans, het moet reflecteren op de hartslag van de tijd. En dat mist hij bij zijn collega's. Zoals hij ook grote denkers mist in het theater. 'Ik zie ze niet. Geen mensen met een scherpe analyse, die helder kunnen denken. Er is geen type als Rem Koolhaas, iemand die de boel naar een hoger niveau trekt.' Er wordt hard gewerkt in het theater, er zijn geregeld mooie voorstellingen.

'Maar het is niet richtinggevend. Het is niet omstreden en het roept niet op tot polemieken.' Elk land heeft een elite nodig. Ook Nederland. 'Je moet als theatermaker niet bang zijn iets voor een kleine groep te maken. Subsidie is bedoeld voor experimenteren, voor het zoeken. Niet om de zalen te vullen.' Die angst voor denken, die angst om elitair te zijn, dat is iets van de laatste vijf jaar, vindt hij. 'Terwijl een elite het denken kan scherp. Een elite kan richting geven, kan meedenken over hoe de samenleving eruit moet zien. Daar moet je verantwoordelijkheid voor voelen. Als je dat niet wilt, krijg je allemaal Jan Mulder-epigonen. Mensen die maar wat roepen.'

Simons heeft Hollandia opgericht in 1987 met Paul Koek. In 2001 fuseerde de groep met het Zuidelijk Toneel tot ZT Hollandia. De laatste jaren regisseerde Simons steeds vaker in het buitenland. Vooral Duitsers zijn verzot op zijn aardse locatietheater dat bijna altijd een actuele inslag heeft. 'Begrijp me goed, ik mag God op mijn blote knieën danken om wat Nederland voor me heeft gedaan.' Maar op een gegeven moment is het op. 'Dan groei je niet verder. Ik kan me niet meer druk maken over steeds diezelfde recensenten, diezelfde kritieken. De recensenten zoeken niet naar thematiek in mijn stukken. Er is geen polemisch debat in de krant.' En hijzelf bekent ook schuld. 'Mag ik zeggen dat het

Nationaal Toneel al jarenlang stilstaat? Nee, dat mag ik niet zeggen. Dat is niet collegiaal. Maar ik zou het wel moeten zeggen.'

In België en Duitsland ziet hij dat debat wel. 'In Duitsland hangt op het gebouw van de Kammerspiele, het stadstheater van München, een voorstellingsaffiche van de paus met een olifantenneus. De lokale politiek valt er massaal over. Vervolgens moet intendant Frank Baumbauer zich suf vechten om dat affiche te laten hangen. Dat houd je scherp. In België schrijft het Vlaams Belang: stop alle subsidie van de stadstheaters in Gent, Brussel en Antwerpen. Omdat ze vinden dat er te experimenteel gespeeld wordt. Kijk, dan weet je tegen wie je moet vechten. Dan maak je theater op het scherpst van de snede.' In Nederland is het zo veilig. Misschien dat ook de subsidiëring daarin een rol speelt. Daar zit geen prikkel in tot experiment. 'Als maker krijg je zelden kritische vragen. Ik zou willen dat mij vaker door een intendant of schouwburgdirecteur het vuur na aan de schenen wordt gelegd. Als ik in Duitsland regisseur, gebeurt dat wel. Vaak vraag ik me bijvoorbeeld af, waarom spelen ze dat stuk in godsnaam. De keuze van Nederlands toneel is vaak zo gratis. Laat die stukken aan de vrije sector over. Het gesubsidieerde theater is voor iets anders.' Maar niemand stelt dat soort vragen, ook niet aan Simons.

Het wordt hoog tijd dat de theatersubsidie op de helling gaat. 'Een groep van denkers, buitenstaanders, moet dat subsidiestelsel doorlichten. Het moet helemaal op zijn kop. Je moet het zo in elkaar steken dat bij elk groot gezelschap een raad van toezicht de makers kritisch volgt, mensen die weten waar ze het over hebben. En makers moeten geprikkeld worden om te experimenteren. En met experimenteren bedoel ik niet een voorstelling maken in een huiskamer met dertig man.'

En toneelscholen, die mogen ook kritisch tegen het licht worden gehouden. 'Van de zeven acteurs die er afkomen, zit er één goede bij. Ze moeten elitairder zijn. Meer mensen weigeren. En ze moeten je er tot in het laatste jaar van af kunnen schoppen als je niet goed genoeg bent.' Ander misverstand in Nederland. Dat alles jong moet zijn. 'Daar krijg je toch het rambam van. Die eeuwige jeugdigheid, verschrikkelijk. Een acteur van middelbare leeftijd is al verdacht. In Duitsland heb je regisseurs als Peter Stein, Peter Zadek, monumenten van in de zeventig, maar al moeten ze met tranquillizers overeind gehouden worden, ze maken elk jaar een stuk waar iedereen naar uitkijkt. Een regisseur is een beroep waarin je beter wordt naarmate je ouder bent.'

Als er een middel is om de aansluiting met het buitenland te heroveren, ziet Simons dat in het programmeren van internationaal theater. Nu is er alleen het Holland Festival. 'In Antwerpen heb je De Singel, dat programmeert internationaal. Zoiets moeten we doen in Amsterdam. Een theater dat tweemaal per maand een belangrijke internationale voorstelling haalt. Ja verdomd, dat moet ik doen, ik niet alleen, dat moeten we met z'n allen doen, een subsidieverzoek schrijven, ik, Ivo van Hove, Theu Boermans.'

Nederland heeft geen toneeltraditie zoals Engeland, Frankrijk of Duitsland. Dat was ooit een voordeel. In de jaren tachtig, toen het Nederlandse theater, onbelast door de historie, vormvernieuwend kon zijn. Maar nu is die weg doodgelopen. 'Ik ga een aantal opera's regisseren voor Mortier in Parijs. Als je in de oude Opéra Garnier over de trap loopt, weet je dat het een trap is die door Proust is beschreven. Aan de barre staan balletmeisjes, precies zoals Degas ze heeft gezien en geschilderd. Dan ben je je bewust van traditie. Die bestaat niet in Nederland. Maar een nieuwe elite, die zou zo'n traditie wel willen creëren. Daar moeten we naar toe.'

Malaise als buitenkans Vooruitzichten voor internationale culturele uitwisseling

110

Internationale
reflectie

Essay door Thomas Michelson

26/28

De huidige culturele malaise moet degene die de ontwikkeling van de situatie in Nederland nauwlettend volgt wel verontrusten. Maar tegelijk ook boeien, want de malaiseverschijnselen roepen talloze uitdagingen op. Zij zijn bovendien niet specifiek voor Nederland: wie ook maar enigszins geïnteresseerd is in de situatie van de West-Europese landen, moet wel constateren dat de symptomen hetzelfde zijn en zal ook parallellen trekken tussen de moeilijkheden die de overheidspolitiek in andere landen op cultureel gebied ondervindt wanneer zij geconfronteerd wordt met een wereld die voortdurend in beweging is. West-Europa, dat zelf in onmiskenbare zwaarmoedigheid gedompeld is, zou aan een teleurgestelde, zelfs kritische blik moeten worden onderworpen.

Het is voor niemand een geheim dat de meeste instellingen die zich bezighouden met moderne kunst hun budget de laatste jaren soms drastisch hebben zien slinken, terwijl ze worden blootgesteld aan nieuwe confrontaties, zoals concurrentie van lokale kunstinstellingen, rivaliteit van meer spectaculaire vormen van cultuur (media, film), herdefiniëring van hun rol, internationalisering van de hedendaagse kunst, en productiekosten van kunstwerken die noodzaken tot andere financieringsmodellen. We staan, lijkt me, gewoon op een keerpunt in de ontwikkeling van onze hedendaagse geschiedenis: het einde van de verzorgingsstaat, dat al in de jaren zeventig van de vorige eeuw is uitgeroepen, en de sterke toename van internationale interactie op politiek-cultureel gebied, die voortkomt uit de (ook door kunstenaars) veelbesproken globalisering. Die globalisering leidt zowel tot lokale eigenaardigheden als tot een multipolaire wereld. In die context kan het niet anders of de internationale samenhang van de kunst zal op den duur de lokale systemen ondermijnen. Door deze culturele herstructureringen ontstaan nieuwe trends en gebruiken, en worden steden, gebieden of instellingen die zich niet kunnen aanpassen van de kaart geveegd. De snelheid en de hevigheid waarmee deze verschijnselen gepaard gaan zijn vaak te veel voor de instellingen in de diverse landen: welke andere metropool, na Parijs, New York en ten slotte Berlijn, zou een leidende rol kunnen spelen – als dat nog mogelijk is? Welke richting moet de internationale politiek inslaan voor de ondersteuning van kunstenaars uit onze diverse landen, na de historische biënnales en de opkomst van een nieuwe generatie internationale manifestaties, die tegenwoordig niet meer te tellen zijn? Het is een mondiaal verschijnsel en de situatie in Nederland is slechts een onderdeel van dit drama, dat natuurlijk gekleurd is door een lokaal scenario met een bijzondere voorgeschiedenis.

Om ons heen kijken

—

In een context van internationale instabiliteit, die grotendeels beheerst wordt door economische stromingen en informatiestromen, zou men geneigd kunnen zijn zich terug te trekken in reflexen die tot de eigen identiteit behoren, en in bepaalde hoofdstukken, die zorgvuldig uit de eigen geschiedenis worden gekozen, een middel ter geruststelling te vinden. Dit zou een gewaagd antwoord op het probleem zijn, dat indruist tegen de heersende krachten die de wereld al dan niet in evenwicht houden, zelfs tegen de

constructie van onze eigen identiteit in internationaal verband in, dus tegen de evolutie van onze cultuur in. Het probleem kan echter niet overdacht en opgelost worden in uitsluitend nationaal verband, wat op zichzelf ook weinig overeenkomt met de behoeften die kunstenaars op dit moment voelen, en ook niet met de realiteit van 'de ruimte die zij nodig hebben om te overleven'. Wij zijn verplicht rekening te houden met de huidige eisen: een kunstenaar kan tegenwoordig slechts functioneren in een productienetwerk dat de nationale grenzen overschrijdt; de meeste kunstenaars vinden aansluiting bij internationale stromingen, zij gaan de grenzen over en produceren en promoten hun werk op complexe wijze. Confrontatie met andere culturen, andere handelswijzen en andere vormen van intellect is niet langer simpelweg een humanistische eis of een politiek-intellectuele houding: deze confrontatie doordrenkt ons beeld en onze beleving van de wereld, in al haar rijkdom en toenemende complexiteit. Nu culturele, religieuze of etnische achtergronden worden gegeneraliseerd, nu men steeds vaker opnieuw bepaalde clichés en ingebakken opvattingen hoort (ook in steeds meer landen van de Europese Unie), maakt deze confrontatie het mogelijk de analyse van de culturele vraagstukken van nu, waarbij veel op het spel staat, weer een complexe vorm te laten aannemen. Daarvoor moeten wij om ons heen kijken. Tijdens het voorzitterschap van Nederland van de Europese Unie zijn meerdere moderne kunstprojecten gerealiseerd. Dat bood een geweldige mogelijkheid tot confrontatie met de artistieke praktijk in landen in Oost-Europa, die gekenmerkt werd door zeer heftige politieke, culturele en sociale verschijnselen. Hier kunnen we van profiteren, zowel op intellectueel als op methodologisch gebied. Om maar eens iets te noemen: behalve dat wij geconfronteerd zijn met andere feiten, met andere manieren van denken over en formuleren van onze relatie tot de wereld, lijkt het mij van groot belang om bijvoorbeeld de manier te analyseren waarop deze ervaring een bijdrage kan leveren tot het opnieuw onder woorden brengen van het evenwicht tussen de esthetische praktijken en de politiek ('le partage du sensible', volgens de filosoof Jacques Rancière). De kunstenaars uit een kunstproject als *Who if not we should at least try to imagine the future of all this? 7 episodes on (ex)changing Europe* hebben ons in dit opzicht een essentiële stimulans gegeven, die zowel onze manier van tentoonstellingen maken kan beïnvloeden als de aard van de instellingen voor hedendaagse kunst zelf.

In de confrontatie met andere culturen schuilt een van de antwoorden op de crisis die wij doormaken. We kunnen de manier waarop wij kunst presenteren en waarop wij over kunst denken veranderen; nieuwe praktijken ontdekken; breken met oude gewoontes; vooruitlopen op toekomstige stromingen; ons laten inspireren door andere denkwijzen; kunstenaars, curatoren en critici de ruimte bieden op andere wijze te redeneren; ambitieuze, veeleisende en groots opgezette tentoonstellingen maken; iedere vorm van gemakzucht weigeren; een zakelijke, goed onderbouwde en sterke visie hebben op de hedendaagse kunststromingen. Op deze manier kan een land, streek of instelling opnieuw de internationale aandacht op zich vestigen. In plaats van zich te conformeren aan de huidige internationale maatstaven kan men, door een vernieuwend antwoord te geven op en een bijzonder onthaal te geven aan de actuele vormen van hedendaagse kunst, weer aansluiting vinden bij de internationale cultuur. Nederland heeft lang de naam gehad nieuwe praktijken te bedenken, en oefende daardoor grote aantrekkingskracht uit op professionals uit de hele wereld. Dit is trouwens niet in de laatste plaats bijzonder gunstig geweest voor kunstenaars, vormgevers en architecten. Het zou van ambitie getuigen deze gedachtegang als uitgangspunt van bespiegeling of beleid te nemen.

Het zal voortaan moeilijk zijn, zelfs in die landen waar het beleid van de overheid de cultuur het meest is toegedaan, kunstmatig een lokale cultuur voor te schrijven of te creëren, die tegen de ontwikkeling van tijd of mode ingaat. Maar het is wel mogelijk de micropolitieke voorwaarden te scheppen voor een internationale uitwisseling en om ad hoc de instrumenten te bedenken voor een betere culturele samenwerking, wat essentieel is voor kunstenaars.

Kunnen culturele instellingen en kunstenaars alternatieve manieren van functioneren vinden, in deze tijd van overheidstekorten, waarin de vraag vanuit de maatschappij naar verdeeldheid neigt en waarin de logica van de wereldeconomie de neiging heeft zich te verzetten tegen overheidsbemoediging met culturele zaken (en zelfs de expressie van culturele diversiteit bedreigt). In een toenemend aantal landen wordt steeds meer dwang gezet achter de vraag aan instellingen om 'nieuwe' financiering te vinden (zoals sponsoring en zoeken naar particuliere investeerders). Deze dwang is in ieder land niets anders dan het algemeen verbreid symptoom van een kunststelsel dat gestimuleerd wordt zich opnieuw uit te vinden, met soms het gevaar dat het gaat lijken op het entertainment- of event-culture-model of pragmatisch-economisch beleid laat zegenvieren over artistieke schepping of reflectie.

Hoe kan, in een dergelijke context, de overheid (staat, streek, provincie, stichting) zich opstellen als regulerende factor van de internationale cultuurstromingen? Het is wel duidelijk dat het antwoord op deze vraag niet alleen afhangt van de overheid. De internationale culturele politiek is slechts een van de factoren in een steeds complexer verband: de particuliere medespelers, de instellingen, de kunstenaars zelf, de media zijn tegenwoordig allemaal even cruciale culturele vectoren. De huidige discussie in Frankrijk over het in kaart brengen van het netwerk van de Franse instituten in het buitenland, over hun functie en privileges, hun middelen en hun effectiviteit, toont aan dat naast Nederland nog andere landen meedoen aan dit debat.

Welnu, het lijkt me dat de logica van internationale promotie van kunstenaars, die inhoudt dat zij een grensoverschrijdend platform moeten hebben om te werken en te discussiëren, in dit geval samengaat met de logica die het werk van iedere instelling voor hedendaagse kunst dicteert: de eis dat men de culturele mechanismen in de wereld en hun locale transcriptie begrijpt, en openstaat voor de moderniteit en de irrigatie van een gegeven gebied, plus de noodzaak om institutionele vormen en methodes te produceren die aangepast zijn aan de behoeften van kunstenaars.

Flexibele instrumenten

Als ik het idee van de micropolitiek naar voren breng, wil dat zeggen dat men de internationale culturele actie kan zien in het kader van samenhang tussen netwerk en naaste omgeving, van analyse van het werkterrein en van ontwikkeling van adequate instrumenten die breed inzetbaar zijn.

Deze werktuigen zijn niet noodzakelijkerwijze 'logge machines', zij moeten in hoge mate souplesse en flexibiliteit vertonen, zodat zij zich kunnen aanpassen aan de snelle ontwikkelingen in de kunstwereld. Zij moeten niet alleen gericht zijn op een territoriale denkwijze (het promoten van kunstenaars, vormgevers en architecten uit een bepaald land of een bepaalde streek of stad in een bepaald land of een bepaalde streek of stad),

maar ook op invloedrijke netwerken (internationaal, interlokaal). Zij moeten gebaseerd zijn op een zeer nauwkeurige analyse van hun reikwijdte, op een exacte kennis van de beleidslijnen en de programma's van de instellingen waarmee zij moeten samenwerken, en moeten een goede verstandhouding hebben met de personen die aan het hoofd staan van deze instellingen. Tot slot moeten deze instrumenten rekening houden met een algemeen sociaal verschijnsel: specialisatie en professionalisering van de structuren. Welke concrete vorm kunnen deze instrumenten aannemen? Kleinschalige bureaus voor multilaterale samenwerking met intendanten aan het hoofd afkomstig uit de wereld van tentoonstellingen en productie? Productieplatforms gespecialiseerd in advies en expertise voor de uitvoerenden van een bepaald cultureel gebied (directeuren van musea, kunstcentra, onafhankelijke instituten, kunstenaars, verzamelaars, journalisten en critici)? Simpele globetrotters in de kunst, die, voorzien van computer en draagbare telefoon, met veel geduld ploeteren om de dialoog te herstellen of om voorwaarden te scheppen voor een dergelijke dialoog? Laten wij ons voor de geest halen welke historische rol individuen, of het nu kunstenaars, curatoren, critici of anderen waren, hebben gespeeld in het overdragen en delen van esthetische waarden en artistieke uitgangspunten.

Evenals Duitsland en Frankrijk beschikt Nederland over een uitstekende infrastructuur voor moderne kunst, vormgeving en architectuur. Sommige kunstenaars van een nieuwe generatie die ik heb ontmoet sinds ik in Nederland ben, geven blijk van een onmiskenbare energie en inspiratie. De malaise die in de grote Europese metropolen heerst, is in geen geval een synoniem van achteruitgang. Deze tijd biedt ons een unieke gelegenheid om te overdenken wat er, buiten de manieren waarop instellingen kunnen functioneren, mogelijk is op het gebied van internationale culturele uitwisseling. Het is aan ons om te herontdekken en met ideeën te komen, er in te geloven en te handelen.

Thomas Michelin is kunsthistoricus en sinds 2002 werkzaam als cultureel attaché bij de Franse ambassade in Nederland. Daarvoor werkte hij bij kunstinstituten in Frankrijk en Duitsland.

Altijd een vrijhaven

Bob Witman in gesprek met Alida Neslo

114

Internationale
reflectie

Gesprek met Alida Neslo

27/28

Alida Neslo (Paramaribo) heeft een zwart-witte jeugdfoto in haar portemonnee. Vier meisjes poseren in jurkjes op een Surinaamse school. De creoolse, tweede van links is zichzelf. Naast haar de joodse dochter van een limonadefabrikant, rechts een buru, een blanke die in Suriname is geboren. Uiterst rechts een Chinees meisje. 'Toen ik die foto terugzag, besepte ik dat ik me daar nooit bewust ben geweest van verschillen in afkomst. Dat is pas gekomen toen ik van Suriname naar Europa kwam.'

De hele discussie over Nederlandse cultuur en identiteit is een achterhoedegevecht, vindt ze. 'Over tweehonderd jaar is Europa een smeltkroes, net als Brazilië en Suriname. Dan gaat het er niet meer over waar je vandaan komt, maar wat je bent.'

Maar pas op, voor het zover is, er zal nog bloed vloeien.

Nederland baart Alida Neslo zorgen. De Nederlandse kunst baart haar zorgen. 'Er is zo veel angst en zo weinig nieuwsgierigheid.' Oké, misschien is het eng, al die nieuwe mensen. Maar het is wel onvermijdelijk. 'Die gedachte om het land puur te houden, dat gaat verder dan conservatisme. Het is verkrampt.' En de angst zelf is een groter gevaar dan al die nieuwe invloeden bij elkaar. 'Al dat geleuter over onze identiteit, verdomme. We waren toch altijd een vrijhaven. Dat is onze identiteit!'

Alida Neslo is actrice, regisseur en theaterdocente. Ze deed de theaterschool in België en kwam begin jaren negentig naar toneelgroep De Nieuw Amsterdam. Wat haar trof waren de grote verschillen met het Belgische kunstklimaat. 'In de Nederlandse kunst kun je heel ver komen, zonder goed om je heen te kijken.' Het is een veilig subsidiesysteem. 'Wat je hier mist is urgentie, kunst op het scherpst van de snede. Zoals dat nu wordt gemaakt in Cuba, in China.' Zelfs België is minder gezapig. Omdat subsidie daar minder vanzelfsprekend is. 'Als je me vraagt, naar welke Nederlandse groep ben je nu echt nieuwsgierig?' Ze zwijgt veelbetekenend. 'Made in da Shade, daar zie ik interessante dingen gebeuren.' Verder komt ze niet.

Toen ze bij De Nieuw Amsterdam ging werken, vond ze de overgang groter dan toen ze begin jaren tachtig van Suriname naar Antwerpen kwam. 'De buik ontbreekt hier, een acteur durft niet te vertrouwen op zijn gevoel. In Vlaanderen spelen ze vanuit de buik. 'Kak of geen kak, de pot op': je weet niet precies wat er komt, maar je gaat toch het podium op. Hier zit men, leest de tekst, en leest nog eens. Die manier van repeteren, waarbij alles wordt beredeneerd, daar moest ik erg aan wennen.' In Nederland wil men weten hoe het afloopt, zegt ze.

'Je moet je afvragen of het toeval is dat het woord apartheid alleen in het Nederlands bestaat. Dat denken in hokjes. Een pluralistische samenleving is niet netjes. Die is chaotisch, de communicatie is brokkelig en vol conflicten. Maar dat is niet per definitie fout. In Nederland is men pas tevreden als alles netjes zijn vaste plek heeft en de stoep is geschrobd.' Jetty Mathurin heeft daar een goed grapje over. 'Alle culturen hebben hun spirituele watertjes, waar bijzondere krachten aan worden toegeschreven. Floridawater, rozenwater. En Nederlanders, die hebben Glassex.'

Op DasArts, de theaterschool waar ze van 2000 tot 2004 directeur was, vroeg Neslo aan jonge kunstenaars, wat is jouw reactie op de wereld? 'Dat heeft niets met pamfletten of politiek theater te maken. Dat heeft te maken met de wereld waarin je leeft, waar je verantwoordelijkheid voor draagt. Je kunt kunst- en leefwerelden niet scheiden.'

Bij DasArts volgde ze Ritsaert ten Cate op. Die had gezegd dat de theatervervolgopleiding gastmentoren overal vandaan betrok. 'Maar er waren alleen maar Westerse gastmentoren. Ik heb ze gehaald uit Azië en Afrika.' En het uitwisselingsprogramma met studenten was ook eenrichtingsverkeer. 'Er kwamen wel studenten hiernaartoe, maar je moet ook daar gaan kijken. Die context heb je nodig.' Dat eenrichtingsverkeer verbaasde haar. Voor Nederland is er eigenlijk geen excuus om niet nieuwsgierig te zijn naar andere culturen. 'Andersom wel, als je in de woestijn in Timboektoe leeft, begrijp ik het wel. Maar wij zijn rijk, wij kunnen het ons permitteren. Ik vertel niets nieuws, vroeger gingen Nederlandse kunstenaars ook de wereld in. Je moet niet alleen naar je eigen navel kijken. Ik zeg tegen mijn studenten: de Melkweg staat in het centrum van Amsterdam, maar Amsterdam staat niet in het centrum van de Melkweg.'

Als je haar morgen staatssecretaris van Cultuur maakt, is het eerste dat Neslo doet in de clinch gaan met de minister van Onderwijs over de kunstopleidingen. 'Het hele Westerse onderwijssysteem is stationair, en volledig gebaseerd op de Verlichtingsidealen. Wat een misverstand, die Verlichting, die zogenaamd de mens centraal stelt, terwijl op hetzelfde moment mensen nog werden verkocht als handelswaar. Liberté, égalité, fraternité, bullshit. Die gelijkheidsgedachte is ouderwets, het moet zijn liberté, diversité, fraternité. Het wordt tijd voor Verlichting 2!'

Er is zoveel kennis in dit land zegt ze, maar zo weinig wijsheid. 'En men heeft zo weinig geleerd van de koloniën. Als je een Engelsman zegt dat curry uit India komt, is hij beledigd. Hij denkt dat het Engels eten is. Maar welke Nederlander kent één woord Surinaams. Niet veel denk ik.' De drang om een stuk verderop te kijken, dat missen Nederlandse kunstenaars nu te vaak. En daardoor missen ze de aansluiting in de kunstwereld en mist hun kunst urgentie. 'Je moet echt weten wat er op de biënnales van São Paulo en Shanghai gebeurt.'

Voor Neslo is de Europeaan een in-transitmens. Iedereen is onderweg. Dan is de vraag waar je vandaan komt niet meer belangrijk. Jongeren hebben, zegt ze, veel meer minder moeite met dat concept dan ouderen. 'Jongeren leven van idee naar idee, van standaard naar standaard, van ideologie naar ideologie. Je moet niet bang zijn om je standpunt los te laten, en een vlottend punt te kiezen.'

Ze ziet wel beloftes voorbijkomen uit de nieuwe generaties. Mimoun Oaissa, de bedenker van de film *Shouf Shouf Habibi!* 'Ik zag hem komen bij De Nieuw Amsterdam. Hij heeft zoveel talent. Iedereen wilde wat met hem. Ik zei, je moet je eigen weg zoeken. Jij bent van twee werelden, jij bent de toekomst. Kijk, als hij op de film een stukje blote schouder laat zien, weet je wat dat betekent? Een Marokkaanse jongen die bloot gaat! Dat gaat zo veel verder dan Pierre Bokma die zijn broek laat zakken. Dat wisten we al. Als Bokma zijn broek laat zakken, dat is niet urgent.'

Ze gaat binnenkort terug naar Suriname, een oude belofte aan zichzelf. Maar als je haar morgen vraagt de Nederlandse cultuursubsidies tegen het licht te houden, zou ze zichzelf hardop afvragen of traditionele cultuurwaarden als het Concertgebouworkest niet op zoek moeten naar alternatieve financiën. 'Het Nederlandse bedrijfsleven is zo rijk. Je moet daar slim in zijn. Je moet ze in hun eigen taal aanspreken.' Ze zou geld willen reserveren voor wat ze Eureka-groepen noemt. Groepen die op zoek gaan naar nieuwe waarden in de maatschappij. 'Vroeger stuurden we ook mensen naar de andere kant van de wereld in wankel bootjes, zonder dat we wisten waar ze terecht zouden komen. Het gaat erom, ben je nieuwsgierig genoeg. Ben je scherp genoeg?' Zoveel gezelschappen leunen comfortabel op de staatssubsidies zonder zich af te vragen wat ze de maatschappij te bieden hebben.

Ze citeert een Amerikaanse student, die op een congres over multiculturele kunst opstond en plompverloren zei: 'Oh, Europe, so much history, no future.'

Bob Witman is chef van de kunstredactie van de Volkskrant. Hij schrijft sinds 1996 over cultuurpolitiek, architectuur en beeldende kunst.

Cultuur in het echt

Ed van Hinte in gesprek met Masuhiro Sato

118

Toevalliger kan bijna niet. Toen het bureau Thonik aan deze publicatie over internationale cultuurpolitiek werkte, maakte het gebruik van de diensten van een vormgever uit Japan. Het is maar één keer gebeurd dat Thonik zijn concept, het idee achter een ontwerp, moest omgooien omdat het eerder was gedaan door iemand anders. Dat gebeurde in Tokio meer dan een jaar geleden. Masuhiro Sato was de designer die in zijn vrije tijd Thonik op eigen terrein versloeg met grafisch werk voor een meubeltentoonstelling met zeventien ontwerpers en ontwerpgroepen, waarvan Droog Design er een was. Onlangs klopte diezelfde Masuhiro Sato uit Tokio aan bij Thonik of hij stage mocht komen lopen. De studio wilde hem graag hebben, natuurlijk omdat hij goed was en zijn portfolio veelbelovend, maar voorzag tegelijk een moeilijkheid. Mas heeft negen jaar ervaring als art director bij Hakuodo, een groot reclamebureau met meer dan drieduizend mensen in dienst en opdrachten van bedrijven als Nissan en Coca Cola, en dat is veel meer dan je van een stagiair mag verwachten, die gewoonlijk vooral simpele klusjes opknapt.

Mas, kort voor Masuhiro, wilde juist graag naar Thonik komen, niet zozeer omdat hij geïnteresseerd was in de Nederlandse cultuur, als wel omdat hij meer wilde weten over 'Dutch Design', en dan vooral de ideeën erachter. Hij zegt: 'Ik had al gehoord van Rietveld en Total Design, maar ik wist niet dat die uit Nederland kwamen. Nadat ik Droog had ontdekt, begonnen hun boeken me op te vallen. Ik vond ze echt mooi en zag dat Thonik ze had ontworpen. De concepten van deze boeken waren helder en hun ontwerp intrigeerde me. Ik was onder de indruk van de manier waarop Thonik met mensen communiceerde, meer via typografie dan met beeld. Dat is, denk ik, kenmerkend voor Nederlandse grafische vormgeving in vergelijking met wat in andere Europese landen gebruikelijk is. Ik zou graag die typografische stijl in Japan importeren, maar ik realiseer me dat dit niet gemakkelijk is, omdat er grote verschillen zijn tussen alfabetische letters en Japanse karakters.'

Mas wil begrijpen hoe grafische ontwerpconcepten totstandkomen in Nederland, de filosofie erachter begrijpen en greep krijgen op de manier waarop ze aan klanten worden uitgelegd. Hij heeft bewondering voor de houding van de Nederlandse opdrachtgevers die hij heeft ontmoet: 'Opdrachtgevers en overheid begrijpen hier de waarde van creatieve kwaliteit. Ze onderkennen het belang van cultuur en lijken de schoonheid van creatie aan te voelen. Als ik terugga naar mijn bedrijf, wil ik beslist het zwaartepunt in mijn werk verleggen van reclame naar culturele projecten om Japanse mensen emotioneel en creatief te verrijken. Hoewel mijn bijdrage bescheiden zal zijn, hoop ik iets te kunnen bereiken. Makkelijk zal dat niet zijn, want Japanse bedrijven en overheden geven nauwelijks geld uit aan culturele projecten en Japanners proberen hun eigen cultuur niet te verbeteren.'

Ondertussen heeft Thonik het probleem van de zeer ervaren stagiaire opgelost door hem bij projecten te betrekken. Van de gemeente Amsterdam kreeg hij de opdracht ideeën te ontwikkelen voor een poster voor de viering van het feit dat Beatrix 25 jaar koningin is, parallel aan het 'gewone' Thoniktraject. Amsterdam verkoos uiteindelijk de tweede oplossingsrichting, hoewel Thomas Widdershoven van Thonik het prima had gevonden

Gesprek met Masuhiro Sato

28/28

als het affiche van Mas was gekozen. Mas werd ook gevraagd voor deze publicatie een beeldessay te schrijven over de dingen die hem opvallen in de Nederlandse cultuur. Daarmee werd hij onderdeel van het concept, dat u nu in handen hebt. Mas vindt dat grappig: 'Nederlandse ontwerpers laten mij op deze manier denken.'

Ed van Hinte is industrieel ontwerper en doceert ontwerpen aan ArtEZ hogeschool voor de kunsten in Arnhem.

Als freelance publicist en redacteur redigeerde en schreef hij meerdere boeken over design.

Deze publicatie is een samenwerking van de Stichting Internationale Culturele Activiteiten, de Mondriaan Stichting, het Fonds voor Amateurkunst en Podiumkunsten en het Nederlands Literair Productie- en Vertalingenfonds.



NEDERLANDS LITERAIR
PRODUCTIE- EN
VERTALINGENFONDS

Samenstelling en redactie

—

Ben Hurkmans, George Lawson, Gitta Luiten, Henk Pröpper, Taco de Neef, Femke van Woerden-Tausk

Vormgeving

—

Thonik

Projectleiding

—

Taco de Neef, Femke van Woerden-Tausk

Druk

—

Drukkerij Onkenhout B.V.

Tekstredactie

—

Rowan Hewison (Pittwater Literary Services)

John de Vos (Redfox)

Bindwerk

—

Nouveau Delcour Bindtechniek, Hilversum

Vertaling

—

Jane Bemont, Helen Borkent-Richardson

Paul Evans, Donald Gardner, Michael Gibbs,

Anita Joppe, Dawn Mastin

Distributie

—

NAi Uitgevers

Mauritsweg 23

3012 JR Rotterdam

www.naipublishers.nl

ISBN 90-5662-462-8

Met dank aan

—

Marieke van Schijndel, Ellen Adriaanssen,

Barbera van Kooij

© 2005 De Uitgevers. Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16 h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor wettelijk verschuldigde vergoedingen te voldoen aan de Stichting Reprorecht (Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot de Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie), Postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.cedar.nl/pro.

© 2005, c/o Beeldrecht Amsterdam

Deze publicatie is mede mogelijk gemaakt door een bijdrage van het Fonds voor Amateurkunst en Podiumkunsten.