

De legitimering vergeleken

Een onderzoek naar de rol van economische, sociale en culturele waarden in het legitimeringsvertoog van gesubsidieerde en private Nederlandse kunstmusea

Rosalie Vaarten

Masterscriptie Kunstbeleid en Kunstbedrijf

Scriptiebegeleider: Edwin van Meerkerk

Tweede lezer: Helleke van den Braber

23 juni 2022

Inhoudsopgave

| | |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| Abstract | 4 |
| 1. Introductie | 5 |
| 1.1. De waarde van kunst als doorlopend vraagstuk | 5 |
| 1.2. Onderwerp van het onderzoek | 7 |
| 2. Wetenschappelijke context | 9 |
| 2.1. De legitimering van het cultuurbeleid | 9 |
| 2.2. Een economische waardering van kunst en cultuur | 9 |
| 2.3. Op zoek naar een nieuwe waardering van de kunsten | 11 |
| 2.4. Relevantie van het onderzoek | 15 |
| 2.5. Opbouw van het onderzoek | 17 |
| 3. Theoretisch kader | 19 |
| 3.1. Intrinsieke, semi-intrinsieke en extrinsieke waarden | 21 |
| 3.2. Economische waarde | 23 |
| 3.3. Sociale waarde | 28 |
| 3.4. Culturele waarde | 34 |
| 4. Methode | 39 |
| 4.1. Kritische discoursanalyse | 39 |
| 4.2. Het theoretisch model | 40 |
| 5. Analyse van de individuele interviews | 42 |
| 5.1. Museum P1 | 42 |
| 5.1.1. Achtergrondinformatie | 42 |
| 5.1.2. Gebruikte codes en taalgebruik | 42 |
| 5.1.3. Missie, visie en eigenheid van het museum | 42 |
| 5.1.4. Impact en doelgroepen | 43 |
| 5.1.5. De waarde van kunst | 44 |
| 5.1.6. Het theoretisch model | 45 |
| 5.1.7. Conclusie | 47 |
| 5.2. Museum P2 | 47 |
| 5.2.1. Achtergrondinformatie | 47 |
| 5.2.2. Gebruikte codes en taalgebruik | 47 |
| 5.2.3. Missie, visie en eigenheid van het museum | 48 |
| 5.2.4. Impact en doelgroepen | 48 |
| 5.2.5. De waarde van kunst | 50 |
| 5.2.6. Het theoretisch model | 51 |
| 5.2.7. Conclusie | 52 |
| 5.3. Museum G1 | 52 |
| 5.3.1. Achtergrondinformatie | 52 |
| 5.3.2. Gebruikte codes en taalgebruik | 52 |
| 5.3.3. Missie, visie en eigenheid van het museum | 53 |
| 5.3.4. Impact en doelgroepen | 54 |
| 5.3.5. De waarde van kunst | 56 |
| 5.3.6. Het theoretisch model | 56 |

| | |
|----------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.3.7. Conclusie..... | 58 |
| 5.4. Museum G2..... | 58 |
| 5.4.1. Achtergrondinformatie | 58 |
| 5.4.2. Gebruikte codes en taalgebruik | 59 |
| 5.4.3. Missie, visie en eigenheid van het museum..... | 59 |
| 5.4.4. Impact en doelgroepen..... | 60 |
| 5.4.5. De waarde van kunst..... | 61 |
| 5.4.6. Theoretisch model | 62 |
| 5.4.7. Conclusie..... | 63 |
| 5.5. Museum G3..... | 64 |
| 5.5.1. Achtergrondinformatie | 64 |
| 5.5.2. Gebruikte codes en taalgebruik | 64 |
| 5.5.3. Missie, visie en eigenheid van het museum..... | 65 |
| 5.5.4. Impact en doelgroepen..... | 65 |
| 5.5.5. De waarde van kunst..... | 67 |
| 5.5.6. Het theoretisch model..... | 68 |
| 5.5.7. Conclusie..... | 70 |
| 6. Vergelijken van de resultaten | 71 |
| 6.1. Gebruikte codes en taalgebruik | 71 |
| 6.2. Missie, visie en eigenheid van het museum..... | 73 |
| 6.3. Legitimering van het eigen museum | 73 |
| 6.3.1. Het gebruik van de waardesoorten en doelgroepen..... | 73 |
| 6.3.2. Verbinding | 75 |
| 6.2. Legitimering van kunst | 76 |
| 6.2.1. De ‘functies’ van kunst | 76 |
| 6.3. Economische waarde | 78 |
| 6.3.1. Kritiek op een ‘vereconomiseerd’ discours..... | 78 |
| 6.4. Sociale waarde | 79 |
| 6.4.1. Collectieve of individuele ervaring | 80 |
| 6.4. De culturele waarde | 82 |
| 6.5. De cultureel-intrinsieke waarde..... | 84 |
| 6.5.1. De cultureel-intrinsieke waarde volgens Van Maanen | 84 |
| 6.5.2. De definiëring van de kunstmusea | 85 |
| 7. Conclusie..... | 88 |
| 7.1. Het theoretisch model..... | 88 |
| 7.2. Economische, sociale en culturele waarden..... | 90 |
| 7.4. Het onderzoek van Eva Hekman | 92 |
| 7.5. Aanbevelingen..... | 93 |
| Bibliografie | 95 |
| Appendix | 98 |
| A. Theoretisch model: steekwoorden en terminologie bij de waarden..... | 98 |
| B. Theoretisch model: terminologie uit de theorie en interviews vergeleken | 100 |

Abstract

This study focuses on, and compares, the value discourse of subsidized and private art museums in The Netherlands. The goal of the research is to provide insight in how subsidized and private museums make use of social, economic and cultural values to legitimate themselves and to what extent these arguments are more extrinsic or intrinsic. Eventually, the research concludes to what extent both value discourses are 'economized' and in what way they address the cultural-intrinsic, or 'unique' value of the arts. The main research question is formulated as: 'how does the financing mix of Dutch art museums relate to the way in which they legitimate themselves and the arts using social, economic and cultural values?'

For the data collection, the research executed semi-structured interviews with board members and one head of education of three subsidized and two private art museums. These were analysed using the method of critical discourse analysis ('CDA'). The research provides a theoretical model which is used to analyse the value discourse of the interviewed museums.

Eventually, the theoretical model proved itself as a generally useful tool to analyse the museums' value discourses. The economic value appeared to play a more prominent role in the legitimation of the subsidized museums than for the private museums, therefore, their discourse appeared more 'economized' than that of private museums. They also made more use of extrinsic arguments to substantiate their importance. With regards to the cultural-intrinsic value of the arts, the legitimation of both subsidized and private museums often suggested a close linkage to social values. Creating 'connection' appeared to be an important theme for majority of the interviewed museums – in some instances this theme was even associated with the arts' 'unique' value. As such, the study provided an alternative way to define the cultural-intrinsic value of the arts that was not mentioned by the used theories.

1. Introductie

1.1. De waarde van kunst als doorlopend vraagstuk

De discussie over de waarde van kunst en cultuur is er een die al eeuwen gevoerd wordt, maar die vooral belangrijk werd binnen het Nederlandse publieke debat vanaf de eerste 'kunstnota' in 1950.¹ Vanaf dat moment wordt het ondersteunen van het Nederlandse culturele aanbod een overheidstaak, waarmee de politiek ook een standpunt gaat innemen ten opzichte van het belang en de waarde van kunst. De laatste decennia is deze waarde weer veelvuldig in opspraak, aangewakkerd door de bezuinigingsslag van Halbe Zijlstra in 2011 en, recentelijker, de coronacrisis. Zodoende blijft het relevant om te onderzoeken hoe men waarde toeschrijft aan de kunsten: niet alleen beleidsmakers, maar ook andere partijen zoals publiek, makers en culturele instellingen.

In de bestaande literatuur over de waarde van de kunsten wordt vaak een onderscheid gemaakt tussen instrumentele en intrinsieke waarden.² In een instrumentele benadering wordt kunst ingezet als een 'middel' om resultaten te behalen die niet per se gerelateerd zijn aan kunst zelf, maar die bijvoorbeeld samenhangen met extrinsieke (economische of maatschappelijke) doelen. In dit geval gaat het dus om de externe effecten die kunst en cultuur creëert op andere terreinen. Zodoende wordt er doorgaans een beroep gedaan op empirisch, tastbaar bewijs om de instrumentele waarde van kunst weer te geven.³ De intrinsieke waarde wordt daarentegen over het algemeen geduid als de waarde die uniek is voor de kunsten. Tegenwoordig blijkt een sociologische benadering van de intrinsieke waarde dominant te zijn binnen het onderzoeksveld, waarmee wordt verondersteld dat deze inherent is aan de 'artistieke ervaring'.⁴ In deze zienswijze is de intrinsieke waarde van kunst dus volledig subjectief, aangezien een ervaring voor elk individu anders kan zijn.

Over het cultuurbeleid van de laatste decennia wordt vaak gezegd dat het zich kenmerkt door een grote nadruk op de instrumentele waarde van kunst en cultuur, waarbij wordt geïmpliceerd dat dit voorheen anders was. Er wordt in dit verband vaak gesproken van een 'verschuiving' binnen het cultuurbeleid in de tweede helft van de 20e eeuw. Hierover bestaan echter ook andere ideeën. Zo stelt filosoof en psycholoog Kees Vuyk⁵ dat er van een dergelijke verschuiving geen sprake is, maar dat deze veronderstelling berust op een misvatting van de geschiedenis. Het Westerse cultuurbeleid dat ten tijde van de Koude

¹ Raad voor Cultuur, 2017.

² Bijv. McCarthy et al., 2005; Vuyk, 2010; Holden, 2009.

³ McCarthy, 2005: p. xi.

⁴ p. 37.

⁵ Vuyk, 2010.

Oorlog vigerend was moedigde autonomie en vrijheid binnen de kunsten sterk aan en werd door velen opgevat als een beleid dat vrij was van politieke motieven. De kunsten dienden destijds voornamelijk als middel in een ideologische strijd, waarbij de overheid het onconventionele karakter van de moderne kunst gebruikte als symbool voor de liberale democratie en daarmee inzette in het verzet tegen het totalitarisme.⁶ Sinds de kunsten niet langer met deze functie worden ingezet zijn westerse overheden kunst gaan beoordelen op haar effectiviteit op andere gebieden, zoals op economisch vlak.⁷

Vuyk stelt dus dat de overheidssteun voor kunst en cultuur altijd gebaseerd is geweest op politiek belang, maar dat dit na de Koude Oorlog pas zichtbaar werd.

Ondanks dat er verschillende zienswijzen bestaan op deze veronderstelde verschuiving naar een instrumenteel cultuurbeleid valt niet te betwisten dat de overheid sinds de laatste decennia steeds nadrukkelijker een ondernemende, marktgeïntereerde houding van de cultuursector is gaan verwachten. Als gevolg van deze toegenomen interesse voor de economische 'impact' van de kunstsector klinken er steeds vaker geluiden tegen een te sterke focus op deze meetbare effecten om haar waarde te bepalen. Door cultuurwetenschappers, zoals Belfiore⁸, wordt geregeld beargumenteerd dat de intrinsieke waarde van de kunsten meer aandacht verdient binnen het huidige 'evidence-based' cultuurbeleid. Ook in onderzoeksrapporten over de waarde en het belang van de kunsten⁹, in de laatste jaren veelvuldig vervaardigd in opdracht van overheden of andere instanties, wordt vaak gepleit voor een 'herwaardering van cultuur' waarbij kunst niet primair wordt gezien als middel om in te zetten binnen andere beleidsterreinen, maar er in de eerste plaats aandacht is voor 'inhoudelijke ontwikkelingen binnen de cultuursector zelf'.¹⁰ Desondanks lijkt er nog veel onduidelijkheid te bestaan over wat de intrinsieke waarde van de kunsten precies inhoudt, al is men het er doorgaans over eens dat deze in de 'subjectieve ervaring' van de toeschouwer ligt en daardoor moeilijk kan worden gemeten.¹¹ Als gevolg hiervan worden argumenten die verwijzen naar de intrinsieke waarde vaak ondergeschikt gesteld aan instrumentele argumenten binnen het beleidsdiscours. De ambiguïteit rondom de intrinsieke waarde zit dus in de weg wanneer men in het overheidsbeleid tot een meer kwalitatieve benadering van de waarde van de kunsten wil komen. Tot nu toe blijkt wetenschappelijk onderzoek er nog niet in te zijn geslaagd om deze onduidelijkheid weg te nemen.

⁶ Vuyk, 2010: p. 176.

⁷ '[...] What is new is that the arts are no longer considered instruments to be directed at ideological targets but are judged on their effectiveness in other areas' (p. 177).

⁸ Bijv. Belfiore, 2015.

⁹ Bijv. McCarthy et al., 2005; Gielen et al., 2014; Schrijvers et al., 2015.

¹⁰ Schrijvers et al., 2015: p. 43.

¹¹ Bijv. McCarthy, 2005; Van Maanen, 2009; Gielen et al., 2014.

1.2. Onderwerp van het onderzoek

Deze studie onderzoekt in hoeverre, en op wat voor manier, gesubsidieerde en private kunstmusea sociale, economische en culturele waarden betrekken in hun waardevertoog. Daarbij wordt ook gekeken of zij hun eigen waarde vooral uitleggen aan de hand van extrinsieke 'impact' of intrinsieke 'value', om zo een genuanceerder beeld te kunnen geven van het karakter van hun argumentaties. Op deze manier tracht het onderzoek ook inzicht te krijgen in de rol van de cultureel-intrinsieke waarde binnen het waardevertoog van de kunstmusea en, indien deze wordt genoemd, hoe zij deze omschrijven. De hoop is om op die manier bij te kunnen dragen aan een duidelijker begrip van de 'pure' intrinsieke waarde van kunst, na de presentatie van het theoretisch model de 'cultureel-intrinsieke waarde' genoemd.

Voor de datacollectie worden semi-gestructureerde interviews uitgevoerd met de directie¹² en in één geval het hoofd educatie¹³ van drie overheidsgesubsidieerde en twee private kunstmusea. Deze worden geanalyseerd middels de kritische discoursanalyse ('critical discourse analysis', 'CDA'). Het onderzoek levert een theoretisch model aan om het waardevertoog van de kunstmusea op deze verschillende niveaus te kunnen analyseren en uiteindelijk met elkaar te kunnen vergelijken.

Zodoende richt het onderzoek zich op de wijze waarop overheidsgesubsidieerde en private kunstmusea de waarde van hun eigen instelling uitleggen en welke waarde zij (impliciet) toeschrijven aan kunst en cultuur in het algemeen. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen economische, sociale en culturele waarden. Op die manier tracht het onderzoek onder andere een conclusie te kunnen trekken over of het waardevertoog inderdaad is 'vereconomiseerd'¹⁴, of dat sociale of culturele waarden toch een belangrijkere rol spelen. Daarbij wordt ook gekeken in hoeverre de kunstmusea zichzelf legitimeren aan de hand van intrinsieke, semi-intrinsieke en extrinsieke waarden, om zo een standpunt in te kunnen nemen over de overwegend instrumentele of intrinsieke aard van hun argumentaties.

Uiteindelijk hoopt dit onderzoek inzicht te bieden in hoe gesubsidieerde en private Nederlandse kunstmusea zichzelf legitimeren en of zij in hun legitimering vooral terugvallen op argumenten die verwijzen naar 'value' of 'impact'. De hoofdvraag van het onderzoek is

¹² De inhoudelijk directeur of de zakelijk directeur.

¹³ Bij één van de geïnterviewde private musea was het niet mogelijk om de directie te spreken, vandaar dat het interview werd gevoerd met het hoofd educatie.

¹⁴ Røyseng, 2019.

daarom: 'hoe verhoudt de financieringsmix van Nederlandse kunstmusea zich tot de wijze waarop, en de mate waarin, zij zichzelf en de kunsten legitimeren aan de hand van sociale, economische en culturele waarden?'

In 2019 werd er door Eva Hekman¹⁵ al onderzoek gedaan naar de manier waarop Nederlandse gesubsidieerde en particuliere musea zich legitimeren. Zij focuste daarbij op de balans tussen economische en artistieke waarden, om uiteindelijk een conclusie te kunnen formuleren over waar deze musea de nadruk op leggen in hun legitimeringswijzen en of er sprake was van een merkbaar verschil. Aangezien in deze scriptie ook wordt gekeken naar de balans tussen deze twee waarden en, aanvullend, de sociale waarden in het vertoog van gesubsidieerde en private kunstmusea, biedt dit mogelijkheid om de conclusies van Hekman nogmaals te toetsen. Dit is zinvol om twee redenen. Ten eerste worden in dit onderzoek andere kunstmusea geïnterviewd, waardoor kan worden nagegaan of, en hoe, een andere casusselectie de resultaten beïnvloed. Ten tweede geeft het een beeld van de situatie na de coronapandemie, aangezien Hekman haar onderzoek verrichtte voordat deze uitbrak. De coronacrisis heeft grote gevolgen gehad voor vrijwel alle sectoren, waarbij de cultuursector zeker niet is ontzien. De wankelende financiële positie van de sector werd extra zichtbaar en de nood voor aanvullende subsidies en steungelden was hoog. Dit wakkerde de discussie over het belang van kunst en cultuur flink aan, wat makers, cultureel ondernemers en kunstinstellingen dwong om opnieuw na te denken over hun belang en om deze te 'bewijzen'. Het is zeer denkbaar dat dit gevolgen heeft gehad voor de manier waarop kunstmusea hun waarde en positie in de maatschappij zien. Dit maakt het relevant om inzicht te krijgen in de stand van zaken 'post-corona'. Deze studie kan dus als een waardevolle vervolgstap worden gezien in het onderzoek dat drie jaar geleden werd gestart door Hekman. Het feit dat het verschil tussen gesubsidieerde en private kunstmusea wetenschappelijk nog een vrij onontgonnen terrein is maakt het des te meer de moeite waard om hierop voort te borduren.¹⁶

¹⁵ Hekman, 2019.

¹⁶ Zoals destijds ook werd gesteld door Hekman (p. 12).

2. Wetenschappelijke context

2.1. De legitimering van het cultuurbeleid

Door de jaren heen is de aard en prominentie van instrumentele argumenten in de legitimering van cultuurbeleid veranderlijk geweest. Toen het Nederlands cultuurbeleid kort na de Tweede Wereldoorlog vorm kreeg, had de beschikbaar gestelde steun voor de kunsten een 'vanzelfsprekend karakter'¹⁷, waardoor er toen nog niet veel discussie bestond over de waarden die deze zouden legitimeren. Er lagen echter wel degelijk instrumentele waarden aan het toenmalige cultuurbeleid ten grondslag, die vooral van een sociale aard waren. '[N]ationale beschaving, volksopvoeding, gemeenschapsvorming en publieksspreiding'¹⁸ vormden belangrijke overheidsdoelen, waarbij men kunst zag als een waardevol middel om deze te bereiken.

Vanaf eind jaren tachtig, begin jaren negentig is er sprake van een groeiende interesse voor de economische waarde van de kunsten. In het Nederlandse cultuurbeleid worden vanaf deze periode voor het eerst eisen gesteld die te maken hebben met de eigen inkomsten en het 'cultureel ondernemerschap' van de gesubsidieerde instellingen.¹⁹ De wetenschappelijke literatuur uit deze periode weerspiegelt het toenemend belang dat wordt gehecht aan de economische waarde van de kunsten. Zowel op nationaal als internationaal niveau wordt er door cultuurwetenschappers en economen veel onderzoek verricht naar de economische effecten van de culturele sector. In Nederland doen bijvoorbeeld cultureel economen Arjo Klamer²⁰ en Hans Abbing²¹ in die tijd veel onderzoek naar deze onderwerpen, maar ook in Angelsaksische landen verschijnen er veel gerelateerde publicaties van economen zoals David Throsby²² en James Heilbrun²³. Tegenwoordig vormt de economische waarde nog steeds een belangrijke instrumentele waarde binnen het Nederlands cultuurbeleid. Ook in andere landen, zoals in het Verenigd Koninkrijk, wordt er nog veel gebruik gemaakt van het economische argument om overheidssteun voor de kunsten te legitimeren.²⁴

2.2. Een economische waardering van kunst en cultuur

De toegenomen aandacht voor de economische waarde van de kunsten heeft geleid tot een 'vereconomisering' van het discours. Hierin zijn nieuwe concepten zoals de 'culturele en

¹⁷ Schrijvers, Keizer & Engbersen, 2015: p. 10.

¹⁸ Mommaas, 2012: p. 13.

¹⁹ Schrijvers, Keizer & Engbersen, 2015: p. 27-28.

²⁰ 1997.

²¹ 1998, 2008.

²² 1994.

²³ 2001.

²⁴ Belfiore, 2015: p. 96.

creatieve industrieën' en de 'ervaringseconomie' steeds belangrijker geworden om de rol en de functie van de kunsten te beschrijven. Cultureel socioloog Sigrid Røyseng²⁵ kijkt in haar onderzoek naar de invloed van dit vereconomiseerde discours op de maatschappelijke verwachtingen van de bijdrage, of waarde, die de cultuursector levert. Zij gebruikt hierbij het sociologische concept van het sociale contract, wat ervan uitgaat dat het vertrouwen wat de maatschappij heeft in een bepaald beroep bepalend is voor de privileges van deze beroepsgroep. Cultuursubsidie is een voorbeeld van zo'n privilege. Ook de hoeveelheid professionele autonomie die aan een bepaalde beroepsgroep wordt gegeven is bepalend voor de status van een professie. Deze wordt beschreven als 'a privilege and a responsibility to act in the best interest of the society'²⁶ en is dus afhankelijk van het (impliciete) sociale contract dat bestaat tussen het beroep en de samenleving.

Røyseng analyseert vervolgens de manier waarop de bijdrage en waarde van de culturele industrieën wordt beschreven in recente Noorse onderzoeksrapporten, vervaardigd in opdracht van Noorse publieke autoriteiten. Uiteindelijk concludeert zij dat in deze rapporten voornamelijk het economisch belang van de sector wordt benadrukt. De rapporten besteden echter geen aandacht aan de moeilijke arbeidsomstandigheden van kunstenaars, die vooral samenhangen met te lage (en steeds lager wordende) inkomens. Aan de hand van deze observaties onderbouwt Røyseng dat het vereconomiseerde discours heeft geleid tot de verwachting dat kunstenaars zelf verantwoordelijk zijn voor de omstandigheden waarin hun beroepsgroep verkeert. Dit sluit aan bij het individualistische denken van het neoliberalisme. Daarnaast heeft professionele autonomie ook een geheel nieuwe betekenis gekregen: deze wordt niet langer verkregen middels een 'onafhankelijkheid van de markt', maar door juist goed in te kunnen spelen op de marktwerking en wensen van de consument.²⁷ Om deze reden stelt Røyseng dat de cultuursector nu een sociaal contract heeft 'met zichzelf'. Van de traditionele maatschappelijke rol van de kunstenaar lijkt geen sprake meer te zijn: in plaats daarvan resteert het goed gebruik kunnen maken van de markt als haar enige verantwoordelijkheid.

De conclusies van Røyseng doen het een logisch gevolg lijken dat de nieuwe verwachtingen van de overheid richting de cultuursector ervoor hebben gezorgd dat de publieke steun voor de kunsten in toenemende mate onder vuur is komen te liggen. Het gevaar dat het belang van kunst en cultuur door deze beleidsontwikkelingen zou worden teruggedrongen tot een puur instrumenteel-economisch nut werd dan ook al eerder herkend door cultuuronderzoekers. Socioloog Hans Mommaas schrijft dit risico bijvoorbeeld toe aan de

²⁵ Røyseng, 2019.

²⁶ p. 156.

²⁷ p. 169.

'verculturalisering van de samenleving' en de 'ontculturalisering van de cultuur'²⁸. Deze paradoxale bewegingen worden gedreven door de bredere maatschappelijke veranderingen van vandaag de dag, zoals digitalisering, globalisering en de expansie van een culturele en entertainment economie. Mommaas stelt dat culturele kwaliteiten enerzijds steeds belangrijker worden voor de algehele veerkrachtigheid en ontwikkeling van onze maatschappij, die zich laat kenmerken als een kenniseconomie 'waarin creativiteit, zelfexpressie en culturele exploratie'²⁹ centraal staan. Anderzijds zou door dit groeiend sociaal en economisch belang van kunst en cultuur de intrinsieke waarde van kunst, in zijn woorden de 'cultureel-artistieke waarde', juist steeds verder uit het oog raken. Røyseng trekt dezelfde conclusie door in haar onderzoek te stellen dat er tegenwoordig vooral aandacht is voor het 'economisch potentieel' van cultuur, mede vanwege het feit dat creatieve en innovatieve kracht binnen steeds meer industrieën een waardevol bezit worden.³⁰ Er is dus nog wel waardering voor deze eigenschappen die de cultuursector kenmerken, maar de traditionele maatschappelijke rol van de kunstenaar, waarbij zij verantwoordelijk zou zijn voor het leveren van een kritische, alternatieve kijk op hedendaagse conventies, lijkt geheel te zijn verdwenen in het waardevertoog.³¹

2.3. Op zoek naar een nieuwe waardering van de kunsten

De in 2011 aangekondigde bezuinigingsslag van Halbe Zijlstra, waarbij de cultuursubsidies jaarlijks met tweehonderd miljoen werden gekort, gaven duidelijk blijk van de kans op schadelijke gevolgen. Sinds toen is de roep om een legitimatie van het bestaande cultuurbeleid steeds dringender geworden. Op beleidsniveau wordt hiervoor vooral gezocht naar tastbaar bewijs voor de waarde van cultuur. In de laatste decennia zijn er dan ook meerdere onderzoeksrapporten over de waarde en het belang van de kunsten vervaardigd in opdracht van overheden of andere instanties. Een voorbeeld hiervan is het (al wat verouderde) rapport van McCarthy et al.³² getiteld *Gifts of the Muse: Reframing the Debate about the Benefits of the Arts*, waarin de auteurs een overzicht bieden van de onderzochte positieve effecten van kunst. Hierin maken zij onderscheid tussen instrumentele en intrinsieke voordelen op individueel niveau en op gemeenschapsniveau. Eenzelfde soort onderzoeksrapport, getiteld *De Waarde van Cultuur*³³, werd in 2014 opgesteld in opdracht van de Vlaamse overheid. Dit rapport brengt tevens de verschillende effecten en waarden

²⁸ Mommaas, 2012: p. 7.

²⁹ p. 22.

³⁰ Røyseng, 2019: p. 166.

³¹ p. 167.

³² McCarthy et al., 2004.

³³ Gielen et al., 2014.

die worden toegeschreven aan kunst en cultuur in kaart. In 2015 werd het Nederlands onderzoeksrapport *Cultuur herwaarderen* gepubliceerd door de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR).³⁴ De auteurs geven hierin een uiteenzetting van de huidige grote veranderingen binnen het culturele veld en welke implicaties deze hebben voor de beleidsvoering. Uiteindelijk pleiten zij voor een 'herwaardering van cultuur' waarbij kunst niet primair wordt gezien als middel om in te zetten binnen andere beleidsterreinen, maar er in de eerste plaats aandacht is voor 'inhoudelijke ontwikkelingen binnen de cultuursector zelf'.³⁵

Het advies dat voortkomt uit het rapport van de WRR kan worden herkend in de conclusies van de andere twee onderzoeksrapporten. Zo concluderen McCarthy et al. ook dat het Amerikaanse cultuurbeleid zichzelf teveel aan de hand van instrumentele argumentaties legitimeert.³⁶ Als belangrijke kanttekening bij dergelijke argumenten noemen zij dat deze gebaseerd zijn op de onjuiste veronderstelling dat er duidelijk onderscheid te maken is tussen voordelen voor individuen ('private benefits') en voordelen voor de gehele samenleving ('public benefits').³⁷ De auteurs beargumenteren dat deze in werkelijkheid veel meer in elkaar overlopen. Zo kan een artistieke ervaring invloed hebben op het gedrag van individuen waar de maatschappij van profiteert, bijvoorbeeld doordat iemand meer empathie voor anderen gaat voelen. Op deze manier vloeien culturele waarden in de praktijk vaak over in sociale waarden.³⁸

Ook Gielen et al. erkennen een bepaalde mate van overlap in de verschillende waarden die aan kunst worden toegeschreven.³⁹ Dit blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat de auteurs zowel de extrinsieke als de intrinsieke waarde definiëren als 'ervaringswaarden'. Hierin is de invloed van socioloog Hans van Maanen op hun werk te herkennen, die in zijn methodologische werk *How to Study Art Worlds*⁴⁰ betoogt dat de grens tussen intrinsiek en extrinsiek niet zo hard is als doorgaans wordt beweerd. Het onderscheid wordt door Van Maanen, evenals door Gielen et al., gemaakt op basis van de rol van een persoonlijke 'mentale verbinding'⁴¹ die de bezoeker aangaat met een kunstuiting of -object. Volgens de sociologen is de intrinsieke waarde het directe effect van deze mentale verbinding. De esthetische karaktereigenschappen die de kunstuiting typeren maken het mogelijk dat de bezoeker deze verbinding ervaart. De extrinsieke waarde zou daarentegen niet het resultaat van een

³⁴ Schrijvers, et al., 2015.

³⁵ p. 43.

³⁶ McCarthy et al., 2004: p. 67-68.

³⁷ p. 69.

³⁸ Dit wordt ook onderschreven door Gielen et al. (2014) aangezien zij stellen dat positieve sociale effecten vaak in het verlengde van intrinsieke (of culturele) waarden liggen (p. 66).

³⁹ Gielen et al., 2014: p. 43.

⁴⁰ 2009.

⁴¹ p. 150.

mentale verbinding zijn, waaronder de bekende voorbeelden van economische en sociale effecten vallen. Van Maanen voegt hier nog aan toe dat extrinsieke waarden ook gerelateerd kunnen zijn aan het cultuurbezoek, bijvoorbeeld doordat deze de bezoeker de mogelijkheid biedt om even te ontsnappen aan het leven van alledag.

Gielen et al. zijn net als McCarthy et al. van mening dat het nadelig is wanneer de legitimatie van het cultuurbeleid geheel afhankelijk is van extrinsieke (of instrumentele) waarden. In hun conclusie stellen zij onder andere dat de allerbelangrijkste waarde van cultuur is dat zij fungeert 'als zingever aan een mensenleven'⁴². Daarnaast concluderen zij dat 'evidence-based' onderzoek, waarin wordt gezocht naar meetbare waarden van cultuur, deze belangrijkste waarde niet kan vatten. Dit is in hun ogen een groot zwaktebod voor de instrumentele benadering van de waarde van cultuur.⁴³

Ook cultuurwetenschappers pleiten voor een meer kwalitatieve benadering van de waarde van cultuur binnen overheidsbeleid⁴⁴, waarbij de te meten effecten van kunst en cultuur niet meer het belangrijkste uitgangspunt vormen. Eleonora Belfiore stelt bijvoorbeeld dat vormen van 'evidence-based' cultuurbeleid om deze reden problematisch zijn.⁴⁵ Doordat zij zich alleen richten op de meetbare (economische) 'impact' van kunst en cultuur wordt een groot deel van de wijzen waarop kunst waarde creëert voor mens en maatschappij, die niet direct te maken hebben met economische winstgevendheid, genegeerd. Uit het feit dat Belfiore in de rest van de tekst geen eigen definitie geeft van deze waarden blijkt echter dat zijzelf ook moeite heeft om deze te duiden. Desondanks beargumenteert ze dat een situatie waarin de kunsten slechts met economische argumenten worden gelegitimeerd onwenselijk is, onder meer omdat hierin een belangrijk gevaar schuilt voor het voortbestaan van de beschikbare publieke steun voor cultuur. Socioloog Warna Oosterbaan omschreef dit als eerste als de 'legitimeringsparadox' van het cultuurbeleid: als er subsidie nodig is voor kunst en cultuur om te blijven bestaan, waarom moet deze sector dan überhaupt overeind gehouden worden?⁴⁶ Het feit dat het 'impact' discours dergelijke vragen oproept is echter ook een positieve ontwikkeling, zo stelt Belfiore.⁴⁷ Het zorgt ervoor dat men weer gaat nadenken over wat het belang zou moeten zijn van kunst en cultuur, en hoe aan dit belang het best de ruimte geboden kan worden. Zodoende betoogt zij niet dat 'impact' geen rol zou moeten spelen in

⁴² Gielen et al., 2014: p. 121.

⁴³ 'De beschikbare evidence base voor het cultuurbeleid moet daarom met de nodige voorzichtigheid worden gebruikt' (p. 89).

⁴⁴ Belfiore, 2015.

⁴⁵ '[...] what makes the impact rhetoric questionable [...] is the narrow and technocratic scope that 'impact' has acquired in policy thinking and practice.' (p. 96).

⁴⁶ Drosterij, 1999: p. 19.

⁴⁷ Belfiore, 2015: p. 100.

de legitimering van kunst en cultuur, maar dat deze gezien moet worden als één van meerdere manieren waarin de waarde van kunst tot uiting kan komen.

Wordt er inmiddels al gehoor gegeven aan de roep om een niet-instrumentele herwaardering van de kunsten? Men kan beargumenteren van wel, aangezien de intrinsieke waarde de laatste jaren weer steeds vaker wordt aangehaald door overheden om hun cultuurbeleid te onderbouwen.⁴⁸ Ook door de culturele sector zelf werd ten tijde van de coronacrisis weer veelvuldig aan deze waarde gerefereerd om anderen te wijzen op hun belang en bestaansrecht. In krantenartikelen en -columns geschreven door makers, cultureel directeuren en cultuurwetenschappers werd 'het plezier, de ontspanning en het genot dat cultuur biedt' het vaakst genoemd om haar waarde te duiden, zo blijkt uit de analyse van Hilde Smetsers.⁴⁹ Echter is het de vraag hoeveel kracht een argument daadwerkelijk heeft als de waarde die deze onderbouwt zo onduidelijk blijft. Belfiore stelt dan ook dat argumentaties die gebaseerd zijn op de intrinsieke waarde van kunst, wegens het gebrek aan een duidelijke definitie, leiden tot een doodlopend eind.⁵⁰ In de meest recente beleidsnota's van voormalig minister van OCW Jet Bussemaker en minister van OCW Ingrid van Engelshoven lijkt dit probleem zichtbaar te worden. Beide ministers noemen de intrinsieke waarde in hun beleidsnota's als een kernwaarde die kunst 'in de eerste plaats' bezit⁵¹, maar verderop in hun teksten besteden zij er nauwelijks meer aandacht aan. In plaats daarvan worden andere waarden, die bijvoorbeeld betrekking hebben op sociale cohesie en zelfontwikkeling, veel uitgebreider uiteengezet.⁵² Het kan zijn dat zij de intrinsieke waarde van kunst slechts noemen om het 'echte probleem' waarop het beleid gestoeld is te verhullen, iets waar vaker sprake van is in beleidsteksten.⁵³ Echter kan het ook betekenen dat zij er echt van overtuigd zijn dat kunst een intrinsiek belang heeft, maar deze niet kunnen duiden. Hoe dan ook blijkt uit de manier waarop de cultuursubsidies worden toegekend dat beleidsmakers in de praktijk vooral interesse hebben in de meetbare 'impact' van kunst en cultuur. Een positieve subsidiebeoordeling hangt immers nog steeds grotendeels af van kengetallen en prestatiecijfers, wat aantoont dat op beleidsniveau nog steeds de overtuiging heerst dat de economische prestaties van kunst haar waarde weerspiegelen. Bij de stelling

⁴⁸ Twaalfhoven, 2008: p. 13.

⁴⁹ Smetsers, 2022.

⁵⁰ Belfiore, 2015: p. 97.

⁵¹ Naar het citaat van Van Engelshoven: 'Cultuur heeft in de eerste plaats een eigen, intrinsieke waarde' (2018: p. 3).

⁵² 'Vaak genoemde waarden in de beleidsnota's zijn te herleiden naar twee categorieën: sociale cohesie en educatie en zelfontwikkeling' (Smetsers, 2022).

⁵³ Beleidsonderzoekers (bijv. Bacchi, 2009) wijzen er vaak op dat beleidsteksten doorgaans gebaseerd zijn op een impliciet 'probleem' dat (bewust of onbewust) wordt verhuld in de tekst.

dat niet-instrumentele waarden een steeds belangrijker positie aan het innemen zijn in de legitimatie van kunst en cultuur kunnen daarom zeker vraagtekens geplaatst worden.

De voortdurende onduidelijkheid omtrent de intrinsieke waarde van kunst en cultuur zou een 'herwaardering' van de kunsten in de weg kunnen zitten. Zoals eerder benoemd wordt deze tot nu toe veelal geduid door deze tegenover extrinsieke (instrumentele) waarden te plaatsen, om op die manier te kunnen stellen wat deze in ieder geval níét is. Toch blijken er ook onderzoekers te zijn die afwijken van het sterke onderscheid dat doorgaans wordt gemaakt tussen de intrinsieke en extrinsieke waarde van kunst, zoals cultuursociologen Gielen en Van Maanen. In tegenstelling tot de meeste onderzoekers koppelen zij de extrinsieke waarde niet los van de ervaring, maar zijn deze volgens hen met elkaar verbonden. Aangezien er verschillen merkbaar zijn in de theoretische benaderingen van de soorten waarde die kunst voortbrengt is het interessant om te zien hoe deze zich verhouden tot de manier waarop deze 'in de praktijk' wordt geduid.

2.4. Relevantie van het onderzoek

Een belangrijk perspectief wat inzicht kan geven in wat er zo uniek is aan de waarde die kunst en cultuur creëert is dat van de mensen die zelf werkzaam zijn in de cultuursector, zoals makers, ZZP'ers en werkenden bij culturele instellingen. Daarom wordt er in deze scriptie voor gekozen om te kijken naar de wijze waarop Nederlandse kunstmusea zichzelf legitimeren. Ondanks de toenemende interesse van de politiek in de economische waarden van cultuur, staat de kunstsector erom bekend zich (voornamelijk) te laten motiveren door andere factoren dan economische verdiensten. In *Why Are Artists Poor?* beschrijft Hans Abbing dit fenomeen om te verklaren waarom nog steeds zoveel jongeren voor een carrière in de cultuursector kiezen, ondanks het vooruitzicht op slechte arbeidsomstandigheden. Hierbij richt hij zich uitsluitend op makers. Abbing stelt dat deze aantrekkingskracht voor een groot deel te maken heeft met het mythologische beeld van kunst als iets verhevens, iets 'heiligs'.⁵⁴ Hieruit komt ook het romantische kunstenaarsbeeld voort van een individu dat zichzelf en zijn eigen comfort 'opoffert' voor de kunst. Om deze verheven status te behouden is het noodzakelijk dat de cultuursector een 'ontkenning' van de economie blijft volhouden⁵⁵, wat goeddeels verklaart waarom de economie van de kunsten zo anders functioneert dan de meeste andere economieën. Abbing stelt vervolgens dat kunstenaars in feite verschillende drijfveren kunnen hebben, ook van een extrinsieke (economische) aard. Echter acht hij het waarschijnlijk dat andere beweegredenen, zoals individuele voldoening, herkenning en

⁵⁴ Abbing, 2008: p. 23.

⁵⁵ p. 37.

status, voor mensen met een artistieke carrière zwaarder wegen dan in veel andere professies.⁵⁶

Zoals eerder gezegd beperkt de tekst van Abbing zich tot de beweegredenen van makers. Zijn bevindingen geven echter ook te denken dat het belang wat presenterende instellingen, zoals kunstmusea, hechten aan hun activiteiten (het tonen van het werk van makers) overeenkomsten zou kunnen vertonen met de drijfveren van kunstenaars. Dit maakt het interessant om ook een beter begrip te krijgen van wat hen beweegt, wat deze instellingen in hun eigen ogen voor bijdrage leveren. Mogelijk kan op deze manier een stapje dichterbij de intrinsieke waarde gekomen worden, of in ieder geval bij wat deze inhoudt volgens de sector zelf.

Verder geven de teksten van Røyseng en Abbing te denken dat de bevindingen van dit onderzoek twee zeer verschillende kanten op kunnen, namelijk dat we inderdaad veel economische argumenten terugherkennen in het vertoog van de geïnterviewde kunstmusea, of dat zij hun activiteiten vooral lijken te richten op het dienen van 'een hoger doel'. Het is denkbaar dat het in deze uitmaakt door wie, of wat, het museum gefinancierd wordt. Een gesubsidieerd kunstmuseum moet er in de eerste plaats voor zorgen dat zij voldoet aan de verwachtingen van de overheid, die bijvoorbeeld ook eisen stelt voor het 'cultureel ondernemerschap' en de eigen inkomsten van de instelling. In het verlengde hiervan kan men verwachten dat private musea meer vrijheid ervaren om de waarden na te streven die zijzelf belangrijk vinden, wat ervoor zou kunnen zorgen dat hierin een verschil wordt opgemerkt. Vervolgens hebben alle kunstmusea te maken met een publiek, waarbij zij zich ook moeten afvragen wat deze groep naar het museum trekt: hoe schatten zij de behoeften van hun bezoekers in? En is er ook een verschil merkbaar in de mate waarin kunstmusea deze behoeften als uitgangspunt voor hun activiteiten nemen?

Zoals eerder gesteld kan dit onderzoek worden gezien als een volgende stap in het onderzoek van Eva Hekman naar de verschillen in het waardevertoog van private en gesubsidieerde kunstmusea. In de conclusie van dit onderzoek zal daarom ook aandacht worden besteed aan haar resultaten en hoe de bevindingen uit deze huidige studie zich daartoe verhouden.

Naast dat dit onderzoek de mogelijkheid biedt om te kijken of de conclusies van Hekman ook na corona en met een andere casusselectie nog overeind blijven, geeft het een extra dimensie aan de studie van het waardevertoog van gesubsidieerde en private musea. Zo wordt het onderwerp hier op een wat andere wijze benaderd dan in het onderzoek van

⁵⁶ Abbing, 2008: p. 82.

Hekman. Naast dat er wordt gekeken naar de balans tussen economische en culturele waarden in de legitimeringswijzen van kunstmusea, wordt ook onderscheid gemaakt tussen intrinsieke, semi-intrinsieke en extrinsieke waarden. Op deze manier hoopt het onderzoek de praktijk beter te kunnen beschrijven aan de hand van de theorie en zo tot een genuanceerdere conclusie te kunnen komen. Daarbij richt deze studie zich ook op de manier waarop private en gesubsidieerde musea de cultureel-intrinsieke waarde (wat vaak onder de 'pure' intrinsieke waarde wordt verstaan) van kunst definiëren en in hoeverre deze in hun vertoog naar voren komt. Het onderzoek maakt daarom ook gebruik van een ander theoretisch kader. Waar Hekman haar onderzoeksmethode en analyse baseert op de zes werelden van Boltanski en Thévenot⁵⁷, baseert dit onderzoek zich op de drie waardesoorten van de kunsten zoals beschreven in het onderzoeksrapport van Gielen et al.⁵⁸ (economisch, maatschappelijk, cultureel⁵⁹). Vervolgens worden bij ieder van deze waarden een of meerdere studies afkomstig uit diverse disciplines⁶⁰ betrokken om de verschillende benaderingswijzen van de economische, sociale en culturele waarde van kunst in kaart te brengen. Hierbij wordt in dit onderzoek uitgegaan van de veronderstelling dat deze meer intrinsiek of extrinsiek van aard kunnen zijn, wat in lijn ligt met de theorie van Van Maanen⁶¹. Op basis van de categorisering van Gielen et al. en de aanvullende theorieën worden de interviewvragen geformuleerd. Ook wordt er een theoretisch model ontwikkeld voor de analyse van de antwoorden, waarmee kan worden bepaald waar de legitimatie van de kunstmusea zich bevindt op de schaal van economisch-extrinsieke en cultureel-intrinsieke argumentaties. Vervolgens worden de antwoorden uit de interviews middels kritische discoursanalyse getoetst aan dit model om te kunnen kijken in hoeverre, en op welke manier, de verschillende typen waarden naar voren komen in het waardevertoog van de kunstmusea. Daarbij wordt dus ook nagegaan hoe nadrukkelijk de cultureel-intrinsieke waarde wordt benoemd en wat voor rol deze speelt in hun legitimering.

2.5. Opbouw van het onderzoek

De opbouw van het onderzoek is als volgt. Allereerst wordt er in het theoretisch kader een basis gelegd voor de wijze waarop de rest van het onderzoek is gestructureerd, waar zoals gezegd aandacht wordt besteed aan de economische, sociale en culturele waarde van kunst en cultuur. Deze drie waarden hebben door de jaren heen afwisselend de boventoon

⁵⁷ 2006.

⁵⁸ 2014.

⁵⁹ Gielen et al. gebruiken de term 'intrinsieke waarde' in plaats van culturele waarde. In dit onderzoek wordt er bewust voor gekozen om hiervan af te wijken om ook de mate waarin de argumenten voor de culturele waarde intrinsiek, semi-intrinsiek of extrinsiek van aard zijn te kunnen analyseren.

⁶⁰ O.a. Bourdieu, 1984; Van Maanen, 2009; Scruton, 2016.

⁶¹ Van Maanen, H., 2009.

gevoerd in het publieke debat en hebben allemaal hun sporen achtergelaten op ons huidige cultuurbegrip. Om deze reden is het belangrijk om eerst inzicht te krijgen in de methodieken en definities behorend bij deze drie interpretaties, welke worden ontleend aan het rapport van Gielen et al. en de theorieën van onder andere Van Maanen, Belfiore en Scruton. Het theoretisch kader gebruikt daarom de drie waarden zoals beschreven door Gielen et al als vertrekpunt, maar behandelt daarnaast voor elke waarde nog literatuur van een of twee andere onderzoekers. Deze studies bieden een andere zienswijze op de besproken waarde of vormen een aanvulling op de beschrijving die Gielen et al. hiervan geven. Op deze manier wordt ernaar gestreefd om een heldere duiding van de verschillende waarden te bieden zodat deze nauwkeuriger kunnen worden herkend in de interviews.

Vervolgens worden er interviewvragen opgesteld die uiteindelijk zullen worden voorgelegd aan medewerkers, in de meeste gevallen de directie, van drie gesubsidieerde en twee private Nederlandse kunstmusea. Vanwege de causaliteit wordt ervoor gekozen om uitsluitend musea voor moderne en hedendaagse kunst te interviewen die in grootte niet te veel verschillen. In de interviews worden de kunstmusea gevraagd naar de eigen missie en visie van het museum, maar ook naar hun visie op het huidig cultuurbeleid en de waardering van kunst in onze samenleving.

De verzamelde data zal vervolgens worden geanalyseerd middels kritische discoursanalyse⁶², waarbij de theorieën uit het theoretisch kader worden toegepast. Aan de hand van het theoretisch kader wordt een theoretisch model opgesteld waarin de soorten waarden die vanuit economisch, sociaal en cultureel oogpunt worden toegeschreven aan de kunsten zijn weergegeven. Hierbij wordt tevens aangegeven of deze als intrinsiek, semi-intrinsiek of extrinsiek kunnen worden beschreven⁶³, waarbij de intrinsieke waarden zich meer op het niveau van 'value' bevinden en extrinsieke waarden meer op niveau van 'impact'⁶⁴. Dit model dient om te kunnen herkennen aan welk type waarde door de geïnterviewde musea wordt gerefereerd, ook wanneer deze niet expliciet wordt genoemd, en vervolgens te kunnen bepalen in hoeverre deze betrekking heeft op intrinsieke of extrinsieke (instrumentele) waarden. Op deze manier tracht het onderzoek te achterhalen welke (impliciete) overtuigingen er over de waarde van kunst en cultuur terug te vinden zijn in de antwoorden van de kunstmusea en of zij geneigd zijn om deze te duiden aan de hand van instrumentele 'impact' of intrinsieke waarden ('value'). De uiteindelijke resultaten zullen worden besproken in de discussie en conclusie, waar tevens een antwoord zal worden geformuleerd op de onderzoeksvraag.

⁶² Blommaert & Bulcaen, 2000.

⁶³ Van Maanen, 2009.

⁶⁴ Belfiore, 2015.

3. Theoretisch kader

Doorgaans worden er aan de kunsten drie soorten waarden toegeschreven, namelijk een sociale, economische en culturele waarde. In dit theoretisch kader wordt gebruik gemaakt van de beschrijving die door Gielen et al. wordt aangedragen voor deze waarden in het onderzoeksrapport *De Waarde van Cultuur* uit 2014. Daarnaast worden er voor elk van deze drie waarden nog een of twee theorieën besproken die deze op een andere manier benaderen dan Gielen et al., of die een aanvulling vormt op hun begrip van deze waarde. Uiteindelijk worden de besproken theorieën over de verschillende waardesoorten van kunst samengebracht in een theoretisch model. Hiermee kan worden geanalyseerd of, en hoe, de geïnterviewde private en overheidsgesubsidieerde kunstmusea economische, sociale en culturele waarden betrekken in hun waardevertoog.

Het doel van het theoretisch kader is om de verschillende soorten waarden die bestaand onderzoek toeschrijft aan kunst weer te geven, maar ook een idee te krijgen van de overtuigingen die aan deze waarderingen ten grondslag liggen. Beide inzichten zijn nodig om te herkennen welke waarden door overheidsgesubsidieerde en private kunstmusea worden genoemd en, daaropvolgend, wat voor rol deze spelen in hun legitimering. Daarom wordt er gebruik gemaakt van literatuur die varieert qua formulering. Het theoretisch kader baseert zich bijvoorbeeld in de eerste plaats op het onderzoeksrapport van Gielen et al., *De Waarde van Cultuur*. Deze tekst is een meta-analyse van onderzoeken naar de waarde van kunst en biedt dus een overzicht van verschillende benaderingswijzen. Daarnaast wordt er ook gebruik gemaakt van theoretische literatuur, zoals Bourdieu en Scruton, en meer methodologische teksten, zoals Van Maanen en Belfiore. Om duidelijkheid te behouden omtrent deze verschillende formuleringen wordt dit verschil hier alvast benoemd. Ook in de rest van het theoretisch kader wordt getracht duidelijk te benoemen of een bepaalde tekst betrekking heeft op de wijzen waarop een bepaalde waarde kan worden geduid, of op de achterliggende overtuigingen.

In de wetenschappelijke literatuur wordt afwisselend gebruik gemaakt van de termen 'intrinsieke waarde' en 'culturele (of artistieke) waarde' om te verwijzen naar de waarde die uniek is voor de kunsten. Op deze manier maakt de literatuur een hard onderscheid tussen de culturele, intrinsieke waarde van kunst enerzijds, en de sociale en economische instrumentele waarden anderzijds. Dit onderzoek gaat er daarentegen van uit dat er in de praktijk vaak geen hard onderscheid te maken is tussen de waarden die aan kunst worden toegeschreven, in navolging van de theorie van Van Maanen (*How to Study Art Worlds*, 2009). Daarom hanteert dit onderzoek geen tweedeling tussen cultureel-intrinsiek en sociaal-

of economisch-extrinsiek, maar wordt voor alle drie de waardesoorten gekeken in hoeverre de benaderingswijzen uit de theorie intrinsiek, semi-intrinsiek of extrinsiek van aard zijn. Hoe dit onderscheid wordt gemaakt door Van Maanen, en dus ook in dit onderzoek, wordt besproken onder het kopje 'intrinsieke, semi-intrinsieke en extrinsieke waarden'.

Het theoretisch model laat zien dat de intrinsieke waarde die kunst voortbrengt altijd betrekking heeft op culturele waarde, althans volgens de bestaande theorie. In dit onderzoek wordt daarom gesproken van de 'cultureel-intrinsieke waarde' om de 'pure' intrinsieke waarde van kunst te kenmerken.

Omdat doorgaans met 'intrinsiek' en 'cultureel' dezelfde waarde wordt aangeduid, wordt eerst de interpretatie van Gielen et al. van de cultureel-intrinsieke waarde van kunst van besproken, die zij in hun onderzoeksrapport de 'intrinsieke waarde' van kunst noemen. Hierna wordt gekeken of er andere waarden naar voren komen in de theorie⁶⁵ die zich ook vooral op het culturele vlak afspelen, maar die in mindere mate intrinsiek van aard zijn.

⁶⁵ O.a. Van Maanen, 2009; Gielen et al., 2014; Mommaas, 2012.

3.1. Intrinsieke, semi-intrinsieke en extrinsieke waarden

Gielen et al. volgen socioloog Hans van Maanen in de manier waarop hij het verschil tussen intrinsieke en extrinsieke waarden van kunst duidt. In *How to Study Art Worlds*⁶⁶ omschrijft Van Maanen de intrinsieke waarde van kunst als het directe effect van een persoonlijke 'mentale verbinding' die de bezoeker aangaat met een kunstuiting of -object.⁶⁷ De esthetische karaktereigenschappen die de kunstuiting typeren maken het mogelijk dat de bezoeker deze verbinding ervaart. Het verschil met de extrinsieke waarde ligt volgens Van Maanen in het feit dat deze niet het resultaat is van een mentale verbinding, waarna hij de bekende voorbeelden van economische en sociale effecten noemt. Hij voegt hier nog aan toe dat extrinsieke waarden ook gerelateerd kunnen zijn aan het cultuurbezoek, bijvoorbeeld doordat deze de bezoeker de mogelijkheid biedt om even te ontsnappen aan het leven van alledag. Op deze manier wordt de extrinsieke waarde dus voortgebracht door de ervaring. Van Maanen brengt nog een extra nuance aan in het verschil tussen intrinsiek en extrinsiek. Volgens hem kan er namelijk ook gesproken worden van 'semi-intrinsieke waarden'⁶⁸. Deze waarden of effecten zijn niet uniek voor de kunstervaring, net als de extrinsieke waarden, maar zijn wel toe te schrijven aan eenzelfde mentale verbinding die de intrinsieke waarde van kunst kenmerkt. Hij noemt hierbij voorbeelden van effecten die zich vooral afspelen op cognitief, educatief of sociaal gebied, zoals kennis opdoen of het opwekken van een emotionele reactie. Gielen et al. spreken in hun rapport van een overlap van de intrinsieke waarde van kunst met cognitieve effecten⁶⁹, waarmee zij weinig duidelijkheid scheppen over waar de scheidslijn ligt. Van Maanen probeert dit verschil te concretiseren. Hij stelt dat de lijn tussen intrinsieke en semi-intrinsieke waarden dun is, maar dat de 'pure' intrinsieke waarde volledig berust op de esthetische ervaring die alleen kunst kan creëren voor haar toeschouwer.

Om deze esthetische ervaring vervolgens te kunnen benaderen gaat Van Maanen over op een extensieve uiteenzetting van filosofische studies. Hij concludeert uiteindelijk dat er niet alleen aan kunst, maar ook aan andere vormen van esthetische communicatie intrinsieke, semi-intrinsieke en extrinsieke waarden kunnen worden toegeschreven.⁷⁰ De kunstervaring bevindt zich op het niveau van wat hij 'uitdagende', of artistieke, esthetische communicatie noemt. Vervolgens rekent hij het 'uitdagen van perceptuele schema's', 'het gebruik en het hieruit voortkomende plezier van de verbeeldingskracht' en 'het scheppen van nieuwe

⁶⁶ Van Maanen, 2009.

⁶⁷ p. 150.

⁶⁸ p. 150.

⁶⁹ Gielen et al., 2014: p. 43.

⁷⁰ Van Maanen, 2009: p. 193.

zinnebeelden' onder de intrinsieke waarden die op dit niveau worden voortgebracht. Hierbij geeft Van Maanen expliciet het verschil tussen de 'waarde' en 'functie' van kunst aan, waarbij hij simpel gezegd stelt dat de functie het 'nut' van de waarde weergeeft.⁷¹ Dit komt overeen met het onderscheid dat Belfiore⁷² maakt tussen de 'value' en 'impact' van kunst.

Het theoretisch model gaat er van uit dat er tussen het niveau van intrinsieke en extrinsieke waarden nog een derde categorie van 'semi-intrinsieke' waarden geplaatst kan worden.

Hierin volgt het model dus de theorie van Van Maanen en wordt ook de definitie overgenomen die hij voor deze waarden geeft. Het gaat hier dus om waarden die, wanneer ze worden gerealiseerd in een esthetische communicatie, direct voortvloeien uit de mentale verbinding met een kunstobject, maar die ook tot stand kunnen komen in situaties waarin kunst geen rol speelt.

De 'value' en 'impact'-begrippen van Belfiore worden in het model aan de niveaus van intrinsiek, semi-intrinsiek en extrinsiek gekoppeld. Hierbij spelen intrinsieke waarden zich meer af op het niveau van 'value' en extrinsieke waarden (of effecten) op niveau van 'impact'.

⁷¹ Van Maanen, 2009: p. 150-151.

⁷² Belfiore, 2015.

3.2. Economische waarde

Gielen et al. duiden de economische waarde van de kunsten als 'de economische meerwaarde die cultuuractiviteiten van allerhande aard kunnen opleveren'⁷³. Hierbij geven zij aan dat deze via verschillende 'routes' tot stand kan komen, waardoor de afzonderlijke onderzoeken naar deze waarde vaak één of meerdere van deze routes kiezen om de economische waarde te benaderen. Vervolgens bespreken zij de meest voorkomende manieren waarop de economische waarde van kunst wordt benaderd in een inventarisatie van deze onderzoeken. Hierbij noemen zij de klassieke impactanalyse, imago en 'culture-led' regeneratie, aantrekkelijkheid en de relatie tussen cultuur en creativiteit.⁷⁴

We beginnen onze toelichting bij de oudste benadering, namelijk de klassieke impactanalyse. Hierbij wordt gekeken naar de economische waarde van de directe en indirecte werkgelegenheid die de cultuursector creëert. Dit doen zij bijvoorbeeld door zelf personeel te hebben en materialen aan te schaffen, maar ook door publiek aan te trekken dat weer inkomsten genereert voor andere ondernemingen in de regio, zoals hotels, restaurants of detailhandel. Bij indirecte inkomsten die de cultuursector genereert spreekt men van een 'multiplier'. Gielen et al. stellen dat deze benaderingswijze tot nu toe het meest succesvol is geweest in het empirisch aantonen van de economische waarde van kunst⁷⁵, maar dat deze vandaag de dag nauwelijks meer wordt toegepast.

Wel is er tegenwoordig veel wetenschappelijke aandacht voor de effecten van 'culture-led regeneration'. Kunst en cultuur wordt geregeld ingezet in zogenoemde regeneratieprojecten om het imago van steden of gebieden op te krikken en zo een impuls te geven aan de lokale economie. Dit wordt bijvoorbeeld gedaan met het plaatsen van culturele gebouwen, zoals bibliotheken of musea, of door cultuurevenementen te organiseren, bijvoorbeeld festivals of kunstroutes. Doordat bestuurders en stedelijke ontwikkelaars sterk overtuigd lijken van de waarde van kunst voor de regeneratie van steden proberen onderzoekers de effecten van dit soort 'culture-led' regeneratieprojecten vaak empirisch aan te tonen, maar Gielen et al. concluderen dat het tot op heden moeilijk blijft om deze hard te maken.⁷⁶

De derde manier waarop kunst en cultuur economische waarde creëert hangt nauw samen met de vorige, namelijk door het vergroten van de aantrekkelijkheid van steden of gebieden. Het verschil zit hem onder andere in de manier waarop deze effecten worden onderzocht.

⁷³ 2014: p. 49.

⁷⁴ Beginnend op p. 49, p. 51, p. 55 en p. 58.

⁷⁵ p. 60.

⁷⁶ p. 52.

Hier worden namelijk niet de effecten van specifieke regeneratieprojecten onderzocht, maar wordt er gekeken naar de algehele aantrekkelijkheid van een gebied en hoe de aanwezigheid van culturele voorzieningen deze beïnvloedt. Om dit te meten wordt doorgaans gebruik gemaakt van 'option value' en 'bequest value'⁷⁷. 'Option value' staat voor de waarde die mensen hechten aan het hebben van de mogelijkheid om gebruik te maken van culturele voorzieningen, zonder dat zij hier daadwerkelijk gebruik van hoeven te maken. 'Bequest value' betreft het belang wat mensen hechten aan het behoud van cultureel erfgoed zodat dit doorgegeven kan worden aan toekomstige generaties. Binnen economisch onderzoek wordt gebruik gemaakt van verschillende methoden om deze waarden te kunnen benaderen. Vervolgens wordt vaak gekeken hoe deze zich verhouden tot de subsidiekosten die voor de betreffende culturele voorzieningen worden gemaakt.

Als laatste behandelen de auteurs de studie van de relatie tussen cultuur en creativiteit. Recentelijk is er binnen economisch onderzoek een grote interesse in deze relatie, voortkomend uit de idee dat culturele creativiteit steeds belangrijker wordt voor de economie en ontwikkeling van steden.⁷⁸

Gielen et al. bespreken hoe doorgaans wordt verondersteld dat de grootte van de creatieve klasse binnen een bepaalde regio bepalend is voor de creativiteit van de lokale economie.⁷⁹ Ondanks dat er zowel op beleids- als wetenschappelijk gebied veelvuldig wordt teruggesproken op deze economische waarde van kunst en cultuur, valt deze volgens Gielen et al. wetenschappelijk gezien te betwisten. In bestaand onderzoek wordt wel een verband geconstateerd tussen de grootte van de plaatselijke creatieve klasse en de omvang van de economie, maar dat de creatieve klasse hierin de oorzaak van het gevolg zou zijn is nog niet eerder aangetoond. Sterker nog: enkele studies lijken er eerder op te wijzen dat de grootte van een stad bepalend is voor de grootte van haar creatieve klasse in plaats van andersom.⁸⁰ Hoe dan ook vormen deze veronderstelde positieve effecten tegenwoordig een belangrijk argument voor beleidsmakers om het cultuurbeleid mee te onderbouwen.

Welke benaderingswijze er ook wordt gehanteerd, al deze onderzoeken delen de overtuiging dat economische prestaties uitdrukking geven aan de waarde die door kunst en cultuur wordt voortgebracht. Deze veronderstelling voert ook op beleidsniveau de boventoon en vormt de

⁷⁷ p. 55.

⁷⁸ Mommaas, 2012: p. 22.

⁷⁹ p. 58.

⁸⁰ Naar aanleiding van een aantal onderzoeken stellen Gielen et al. dat het erop lijkt dat '... het eerder zo is dat kunstenaars zich in grote steden vestigen omdat zij daar een creatieve klasse vinden die een gewillig publiek vormt voor hun experimenten, dan dat zij de motor zijn van de nieuwe economie' (p. 59).

basis voor het huidige 'evidence-based' cultuurbeleid, welke zich volledig legitimeert aan de hand van meetbare waarden. Het economisch effect van culturele instellingen wordt hier gezien als een belangrijke maatstaf voor de waarde die zij creëert, ook al concluderen Gielen et al. dat deze waarde in feite niet zo empirisch aantoonbaar is als wordt gesuggereerd. Er zijn ook andere visies op het belang van economische effecten binnen de waardebepaling van de kunsten. Zo wordt er volgens cultuurwetenschapper Eleonora Belfiore⁸¹ tegenwoordig op beleidsniveau⁸² een te grote nadruk gelegd op de meetbare (economische) 'impact' van de kunsten. In haar artikel bekritiseert zij de zienswijze dat de waarde die de cultuursector creëert kan worden gevat in economische effecten. In plaats daarvan stelt Belfiore dat deze effecten inderdaad een deel van deze waarde kunnen uitdrukken, maar dat in de 'impactstudies' van de kunsten een groot deel van de waarden die zij voortbrengt over het hoofd wordt gezien.⁸³ In andere woorden staat volgens Belfiore een te grote focus op 'effect' een volledig begrip van 'waarde' in de weg. Om deze reden pleit zij ervoor dat beleidsmakers zich gaan inzetten voor een breder begrip van de waarde van kunst en cultuur, waarvoor het ten eerste van belang is dat zij afstand doen van het smalle, pragmatische denkkader waarmee zij deze nu vaak benaderen.

Conclusie

De inventarisatie van Gielen et al. geeft de meest voorkomende manieren weer waarop de waarde van kunst en cultuur wordt benaderd binnen economisch onderzoek. Tegenwoordig interesseert het onderzoeksveld zich voornamelijk voor de effecten van de kunsten op het gebied van 'culture-led regeneration' en het vergroten van de aantrekkelijkheid en creativiteit van steden en regio's. Al deze economische benaderingswijzen van de waarde van kunst baseren zich in de eerste plaats op de overtuiging dat de economische prestaties van de cultuursector een waardevolle indicatie geven van haar belang en 'impact'. Deze overtuiging manifesteert zich ook in het huidige Nederlandse cultuurbeleid, waarin nadrukkelijk een beroep wordt gedaan op de zakelijke en economische resultaten van culturele instellingen om hun waarde te bepalen, bijvoorbeeld in subsidiebeoordelingen. Belfiore levert kritiek op deze pragmatische, economische benaderingswijze die zij herkent in het Britse cultuurbeleid. Zij stelt dat met 'evidence-based' methodes inderdaad een deel van de waarde van de kunsten kan worden gemeten, maar dat met een economische kosten-batenanalyse het belang van de sector nooit in al haar facetten kan worden weergegeven. Sterker nog,

⁸¹ 2015.

⁸² Zij bespreekt in haar artikel het Britse cultuurbeleid, wat overeenkomsten vertoont met het Nederlandse.

⁸³ p. 98.

volgens Belfiore worden de meest interessante, belangrijke waarden die kunst en cultuur creëert voor de maatschappij hiermee over het hoofd gezien.

De economische waarden die aan kunst worden toegeschreven spelen zich voornamelijk af op het vlak van 'impact', of meetbare effecten. Vrijwel alle manieren waarop de economische waarde wordt onderzocht en besproken zijn dus overtuigend extrinsiek. Een benaderingswijze die in dit opzicht interessant is heeft betrekking op het effect van kunst op de creativiteit van de (lokale) economie. In tegenstelling tot de andere voorbeelden is dit effect niet volledig meetbaar. Daarnaast berust deze deels op waarden die zich af zouden spelen op cultureel vlak, namelijk het stimuleren van de verbeeldingskracht en de effecten die dit kan hebben op de creativiteit van het individu. Op deze manier zouden economische effecten op dit vlak voortkomen uit de artistieke kwaliteiten van de kunsten. Daarom wordt het 'bijdragen aan de creatieve kenniseconomie'⁸⁴ als enige ingedeeld bij economisch-semi-intrinsieke waarden. Omdat gerealiseerde economische effecten niet 'uniek' zijn voor de kunst, of direct toe te schrijven aan een mentale verbinding met het kunstobject, is er geen sprake van economisch-intrinsieke waarden. Natuurlijk kan het zijn dat mensen kunst en cultuur bezoeken in de hoop een mentale verbinding te ervaren, waardoor de waardering of behoefte aan de kunstervaring invloed kan hebben op de betalingsbereidheid van mensen voor kunst. Evenwel is het in dit geval niet de verbinding zelf waardoor deze effecten tot stand komen, en is er dus altijd sprake van een indirect verband.

In de analyse van de interviews wordt nagegaan wat voor rol de economische effecten van de geïnterviewde kunstmusea spelen in hun legitimering. Om de referenties die zij maken aan economische waarde te herkennen worden de verschillende benaderingswijzen van deze waarde in acht genomen. Zo kan het bijvoorbeeld blijken dat de kunstmusea, wanneer hen gevraagd wordt naar de impact die zij maken, nadrukkelijk teruggrijpen op economische cijfers, zoals bezoekersaantallen, kaartverkoop en de eigen gegenereerde omzet. Ook wanneer zij veelvuldig terugvallen op hun effect op de aantrekkelijkheid of het imago van de regio zou dit kunnen getuigen van een vereconomiseerd waardevertoog. Aangezien dit onderzoek zich richt op de legitimeringswijzen van overheidsgesubsidieerde en private musea spelen de daadwerkelijk gerealiseerde effecten op economisch vlak hier geen rol. Daarentegen is het voor het onderzoek wel relevant om te achterhalen of de kunstmusea, indien zij veel gebruik maken van economische argumentaties, daadwerkelijk overtuigd zijn van het belang van deze argumenten als indicatie voor hun waarde. Om dit te kunnen doen

⁸⁴ Deze term is niet afkomstig uit het rapport van Gielen et al., maar wordt gebruikt door Mommaas (2012) wanneer hij de relatie tussen kunst en creativiteit bespreekt (p. 22).

dient niet alleen te worden gekeken naar de frequentie waarmee kunstmusea verwijzen naar hun economische waarde, maar ook hoe deze zich verhouden tot de rest van hun antwoorden. Zo kan het zijn dat de directe economische impact van het museum in interviews vaak wordt genoemd, maar dat uit andere uitspraken blijkt dat zij in feite van mening zijn dat een puur instrumentele, economische waardering van de kunsten haar ernstig tekort doet. Dit zou kunnen uitwijzen dat de eigen legitimering van het kunstmuseum inderdaad wordt beïnvloed door een vereconomisering, maar dat zij eigenlijk de mening van Belfiore delen ten opzichte van de toenemende interesse voor hun economische impact. Het kan ook zijn dat de kunstmusea hun economische effecten niet of nauwelijks benoemen, of op dit vlak geen doelen lijken te stellen. In dit geval is het interessant, indien dit uit de antwoorden kan worden opgemaakt, om te achterhalen waarom deze geen rol lijken te spelen in hun vertoog. Dit kan bijvoorbeeld samenhangen met het heersende ‘taboe’ op commercialiteit in de culturele sector⁸⁵, maar kan ook betekenen dat zij economische resultaten simpelweg geen interessante indicator vinden van hun waarde. In die zin wordt er dus vooral gekeken of zij bewust of onbewust lijken weg te blijven van een sterke ‘verzakelijking’ en waar dit aan kan worden herkend.

⁸⁵ Hiermee wordt gerefereerd aan het heersende taboe op commercie en een zakelijke houding binnen de cultuursector, zoals Hans Abbing dat beschrijft (2008).

3.3. Sociale waarde

Om inzicht te krijgen in de sociale waarde van de kunsten wordt in *De Waarde van Cultuur* vooral een beroep gedaan op onderzoeken naar haar effecten op sociale cohesie. Voor dit begrip bestaan volgens de auteurs verschillende definities, maar simpel gesteld noemen zij het 'de samenhang tussen individuen en groepen in een samenleving'⁸⁶. De onderlinge relaties tussen individuen en groepen zijn bepalend voor deze samenhang. Volgens Gielen et al. komen relaties voor op verschillende niveaus en in verschillende vormen.⁸⁷ Zo hebben relaties altijd een relationeel als ideëel niveau, waarbij de eerste betrekking heeft op het zichtbare verband (bijvoorbeeld de relatie tussen broer en zus, tussen collega's of tussen de individuele bezoekers uit een publiek) en de tweede op de gedeelde identiteiten en visies (bijvoorbeeld een gedeelde passie of interesse). Vervolgens kunnen relaties bindend of overbruggend zijn. Waar er bij bindende relaties sprake is van verbanden die worden versterkt of bevestigd, wordt er bij overbruggende relaties een nieuw en in eerste instantie zwak verband aangelegd tussen twee verschillende groepsidentiteiten. Vaak bestaat de verwachting dat cultuuractiviteiten en -projecten tot overbruggende sociale cohesie leiden. Er wordt van verschillende manieren uitgegaan waarmee dit effect bereikt zou kunnen worden, bijvoorbeeld door nieuwe ontmoetingen te realiseren tussen mensen of een nieuwe kijk te bieden op maatschappelijke kwesties, wat kan zorgen voor een beter inlevingsvermogen.⁸⁸

Uit de inventarisatie van Gielen et al. blijkt dan ook dat het vrij breed te interpreteren is wat sociale cohesie betekent en dat de effecten van kunst in dit opzicht op verschillende manieren worden benaderd en onderzocht. Zo hebben sommige onderzoeken vooral aandacht voor de sociale waarde die voortkomt uit de 'empowerment van het individu'⁸⁹ die kunst kan leveren, maar wordt deze in andere studies bijvoorbeeld gezocht in het effect van kunst op het empathisch vermogen, of het faciliteren van nieuwe ontmoetingen.

Op beleidsniveau wordt er vaak vanuit gegaan dat kunstparticipatie altijd een positieve uitwerking heeft op het tot stand brengen van overbruggende relaties, maar volgens Gielen et al. is deze veronderstelling onjuist. Zij maken hierbij namelijk onderscheid tussen 'digestieve kunst' en 'uitdagende kunst', waarbij de laatstgenoemde van de toeschouwer vereist dat hij of zij de eigen verbeeldingskracht gebruikt om, middels het kunstobject, tot een nieuwe perceptie van de werkelijkheid te komen. Digestieve kunst vraagt in mindere mate om een actieve houding van het publiek en zou volgens Gielen et al. sociale cohesie kunnen bevorderen. Deze kunst leidt er vaak toe dat mensen eenzelfde soort ervaring delen en kan

⁸⁶ Gielen et al., 2014: p. 62.

⁸⁷ p. 63-64.

⁸⁸ p. 64.

⁸⁹ p. 72.

op die manier verbindend werken. Daarentegen leidt uitdagende kunst volgens de auteurs tot subjectivering in plaats van dat het verschillende perspectieven met elkaar samenbrengt of overbrugt.⁹⁰ Toch kan men ook redeneren dat uitdagende kunst mogelijk bijdraagt aan ‘empowerment’ van het individu, een sociaal effect dat ook door Gielen et al. wordt genoemd in hun inventarisatie. Op deze manier kan kunst ervoor zorgen dat mensen ‘meer vat [krijgen] op het eigen bestaan’⁹¹ en zich op die manier meer verbonden gaan voelen met anderen en de maatschappij.

Over het effect van kunst op sociaal kapitaal zeggen Gielen et al. dat deze waarde niet gelijkstaat aan effecten van sociale cohesie.⁹² Zij leggen dit onder andere uit door te stellen dat sociaal kapitaal betrekking heeft op sociale effecten op individueel niveau, waar sociale cohesie zich afspeelt op gemeenschapsniveau. Daarnaast wijst de term ‘sociaal kapitaal’ volgens hen op een economische benadering van de sociale waarde van cultuur, aangezien hierbij vooral aandacht zou zijn voor ‘de hoeveelheid sociale relaties [...] als een barometer voor de positie op de sociale ladder’⁹³. Daarentegen heeft sociale cohesie voornamelijk betrekking op de aard van de netwerkrelaties.

De term ‘sociaal kapitaal’ is er een die afkomstig is uit de studies van socioloog Pierre Bourdieu.⁹⁴ In zijn werk over kapitaal richt Bourdieu zich op de manier waarop dominante groepen en individuen in de samenleving zich onderscheiden van andere (lagere) klassen middels hun voorkeuren voor bepaalde consumptiegoederen. Kunst is een voorbeeld van een consumptiegoed, evenals mode, kranten en eten en drinken. Door keuzes te maken voor bepaalde consumptiegoederen, die volgens Bourdieu grotendeels worden bepaald door onderliggende structuren en objectieve relaties⁹⁵, kan men ‘kapitaal’ verwerven, waarvan sociaal kapitaal de belangrijkste soort is. Het sociaal kapitaal van het individu behelst de middelen op het gebied van sociale positie en status om macht uit te oefenen op andere groepen en individuen in de samenleving. Sociaal kapitaal is in die zin de uitkomst van het netwerk van duurzame relaties waarover iemand beschikt. De status van het individu wordt namelijk bepaald door de groep, of groepen, waar diegene deel van uit maakt en die zijn of haar sociale positie op die manier collectief erkennen.⁹⁶ In dit verband kan het economisch en cultureel kapitaal gebruikt worden als middel om sociaal kapitaal te verwerven.

⁹⁰ p. 76.

⁹¹ p. 72.

⁹² p. 62-63.

⁹³ p. 63.

⁹⁴ 1984.

⁹⁵ Bourdieu (1984) stelt dat structuren van ‘objectieve relaties’ bepalend zijn voor de interacties die tussen actoren plaatsvinden (p. 244). Hiermee legt hij de rol van habitus uit, of de verschillende ‘disposities’ van een individu in de vorm van eigen percepties, normen en waarden.

⁹⁶ Bourdieu, 1986: p. 248-249.

Economisch kapitaal staat hierbij voor de financiële middelen van het individu, zoals geldmiddelen en investeringen. Cultureel kapitaal behelst de mate waarin iemand bekend is met de culturele competenties van hogere sociale klassen, zoals kennis, normen en waarden en de manier van spreken. Deze komen grotendeels voort uit de 'habitus' van het individu, het geheel van het waarnemen, waarderen en handelen dat eigen is voor de groep actoren, of sociale klasse, waar hij of zij deel van uitmaakt.⁹⁷ De percepties, denkwijzen en gedragingen die onderdeel zijn van de habitus noemt Bourdieu 'disposities'. Cultureel kapitaal is dus grotendeels erfelijk omdat het sociale milieu waarin iemand wordt geboren en opgroeit in de eerste plaats bepalend voor diens habitus. Zodoende wordt cultureel kapitaal voornamelijk onbewust verworven.⁹⁸

Om de werking van deze drie kapitaalsoorten goed te begrijpen is het ook noodzakelijk om aandacht te schenken aan het verschil tussen belichaamd, objectief en geïnstitutionaliseerd kapitaal. Cultureel kapitaal kan in alle drie deze vormen voorkomen. Belichaamd cultureel kapitaal is onderdeel van de fysieke en mentale kenmerken van het individu, waarbij gedacht kan worden aan factoren als spraak, kledingstijl en kennis. De voornaamste vormen van cultureel kapitaal beslaan dan ook belichaamd kapitaal, aangezien vooral iemands 'know-how' van de dominante opvattingen en percepties van de hogere klassen hierin bepalend is. Objectief cultureel kapitaal is symbolisch of materialistisch en kan bijvoorbeeld bestaan uit boeken en kunstwerken, maar ook elektronica of meubels. Geïnstitutioniseerd cultureel kapitaal is in feite een vorm van objectief cultureel kapitaal waarmee een instituut bepaalde kennis of kwalificaties van een persoon erkent, bijvoorbeeld in de vorm van een diploma of certificaat.⁹⁹ Daarentegen is economisch kapitaal altijd objectief en sociaal kapitaal altijd geïnstitutionaliseerd. Economisch kapitaal betreft namelijk financiële (en dus materiële) bezittingen, waar sociaal kapitaal betrekking heeft op de mate waarin een persoon wordt erkent als deel van een bepaalde groep of sociale klasse.

Ondanks dat Bourdieu geen consumptiegoederen uitsluit in zijn theorie van cultureel kapitaal, gebruikt hij voornamelijk voorbeelden van goederen waarbij de esthetische component een belangrijke waarde is. Hij beargumenteert namelijk dat de 'esthetische dispositie', wat staat voor iemands vermogen om een object te waarderen om zijn

⁹⁷ Wanneer Bourdieu (1986) uitlegt dat habitus bepalend is voor de wijze waarop actoren bepaalde objecten waarderen, noemt hij deze 'the dispositions of an agent or class of agents, that is, the schemes of perception, appreciation and action which constitute [the object's] objective utility in a practical usage' (p. 100).

⁹⁸ Bourdieu, 1986: p. 245.

⁹⁹ p. 247.

esthetische waarden in plaats van zijn functie, een kenmerkend onderdeel is van de habitus van hogere klassen.¹⁰⁰ Kunst leent zich volgens Bourdieu dan ook erg goed als ‘middel’ om cultureel kapitaal te verwerven. Het feit dat er in de kunsten een duidelijke hiërarchie kan worden herkend hangt hiermee samen en zorgt ervoor dat de consumptie van *highbrow* kunst een sterke symbolische waarde heeft voor de ‘hogere standen’. Ondanks dat dit argument tegenwoordig minder opgaat vanwege de vervagende scheidslijn tussen ‘hoge’ en ‘lage’ cultuur, constateert onderzoek nog steeds een sterk verband tussen cultuurparticipatie en opleidingsniveau.¹⁰¹ Kunst blijkt dus ook tot op heden nog vooral het terrein van de hogere sociale milieus, waardoor deze observaties van Bourdieu nog steeds relevant zijn voor ons huidige begrip van de sociale waarde van kunst.

In zijn theorie heeft Bourdieu zich duidelijk laten beïnvloeden door het determinisme, maar toch sluit zijn veldentheorie niet geheel aan op dit gedachtegoed. Zo bestaat er volgens Bourdieu wel een mogelijkheid tot sociale mobiliteit, waarbij iemands positie binnen het veld als het ware verschuift. Hogerop de sociale ladder klimmen gaat volgens Bourdieu om het vergaren van meer kapitaal. Zodoende zou een toegenomen economisch of cultureel kapitaal iemand toegang kunnen verschaffen tot nieuwe sociale kringen en hiermee kunnen leiden tot nieuwe, duurzame netwerkrelaties. Op die manier zou kunst het sociaal kapitaal van een individu kunnen vergroten en iemand in staat stellen om zich naar een andere positie binnen het veld te bewegen.

Conclusie

In de meta-analyse van Gielen et al. en de theorie van Bourdieu ligt de nadruk op een andere vorm van sociale waarde. Waar Gielen et al. vooral onderzoeken bespreken naar haar effecten op sociale cohesie, benadrukt Bourdieu juist de rol van kunst in de sociale distinctie van verschillende maatschappelijke klassen. Hoewel Gielen et al. de theorie van sociaal kapitaal wel noemen lijken zij meer aandacht te willen schenken aan de sociale waarde die kunst creëert op gemeenschapsniveau dan op individueel niveau, aangezien zij sociaal kapitaal nadrukkelijk bij deze laatste categorie indelen.¹⁰² Het valt echter te betwisten of de auteurs terecht zo’n duidelijke discrepantie veronderstellen, en of er hier niet ook sprake is van individuele- en gemeenschapswaarden die ‘in elkaar overlopen’¹⁰³. In het theoretisch model zijn deze waarden daarom niet aan de hand van het analyseiniveau

¹⁰⁰ Bourdieu, 1984: p. 3.

¹⁰¹ Meewis & Van den Bulk, 2016: p. 9.

¹⁰² p. 62.

¹⁰³ McCarthy et al. (2004) stellen bijvoorbeeld dat individuele waarden tot een ‘public spillover’ (p. 4) kunnen leiden, en op die manier ook op gemeenschapsniveau doorwerken.

gecategoriseerd. Wel kan het waardevol zijn om in de data-analyse na te gaan of de kunstmusea hier onderscheid in maken wanneer zij hun eigen sociale waarde uitleggen, en zo ja, waar hun focus dan ligt.

Er is een overtuigender verschil te merken in de mate waarop de sociale waarde van kunst op een intrinsieke en extrinsieke wijze wordt benaderd in de verschillende interpretaties. Zo liggen sommige sociale waarden duidelijk in het verlengde van de cultureel-intrinsieke waarde (de 'kunstervaring') die aan kunst wordt toegeschreven, zoals perspectieftransformatie of een vergroot inlevingsvermogen.¹⁰⁴ Andere sociale waarden zijn daarentegen meer extrinsiek van aard, zoals het vergaren van sociaal kapitaal en het faciliteren van nieuwe ontmoetingen.

In het theoretisch model zijn de sociale waarden van Gielen et al. en Bourdieu daarom ingedeeld op semi-intrinsiek en extrinsiek niveau. Op semi-intrinsiek niveau wordt ten eerste het 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht' genoemd. Deze waarde komt ook voor op cultureel-semi-intrinsiek niveau. Op sociaal-semi-intrinsiek niveau wordt deze waarde in dienst gesteld van sociale doelen van perspectieftransformatie en ruimdenkendheid, waar deze op cultureel-semi-intrinsiek niveau voornamelijk wordt gewaardeerd om de verrijking die dit zou vormen voor een mensenleven. Wanneer deze waarde wordt aangehaald in de interviews dient dus aandacht geschonken te worden aan dit nuanceverschil en welke benaderingswijze er kan worden herkend.

Daarnaast wordt de semi-intrinsieke sociale waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling' genoemd. Ook deze komt voor in de categorie van cultureel-semi-intrinsieke waarden. Wanneer hierbij het belang vooral wordt gezocht in het teweegbrengen van een gevoel van verbondenheid met de rest van de wereld, in plaats van mensen te voorzien van een kritische blik op de maatschappij, zou dit getuigen van een sociale benadering. Er wordt verwacht dat voornamelijk de kunstmusea die een erfgoedfunctie bekleden sterk de nadruk zouden kunnen leggen op deze sociaal-semi-intrinsieke waarde. Gielen et al. duiden erfgoed namelijk als een 'sociale categorie'¹⁰⁵, aangezien hiermee vorm wordt gegeven aan de relaties tussen mensen en de waardering van erfgoed. Dit doen zij door hun publiek inzicht te geven in hun gedeelde geschiedenis en te dienen als 'collectief geheugen' voor de samenleving.

De waarden van 'sociaal kapitaal' en 'faciliteren van nieuwe ontmoetingen' zijn niet afhankelijk van de kunstervaring en zijn daarom ingedeeld bij sociaal-extrinsieke waarden.

¹⁰⁴ Gielen et al., 2014: p. 66.

¹⁰⁵ p. 78.

Het is onwaarschijnlijk dat de geïnterviewde kunstmusea zichzelf expliciet legitimeren aan de hand van hun rol in de sociale 'distinctiedrift' van hogere klassen. Dit staat lijnrecht tegenover de doelstellingen van de cultuursector omtrent sociale inclusie¹⁰⁶, die ook breed worden gedragen door de politiek. Wel is het denkbaar dat zij hun sociale waarde uitleggen aan de hand van de mogelijkheden die zij creëren voor hun publiek om bepaalde culturele kennis op te doen, om zo via een toename van cultureel kapitaal ook meer sociaal kapitaal te kunnen vergaren. Het zou hierbij dus meer gaan om een idealistische ambitie om de 'kansen' van minderbedeelde groepen op het gebied van sociaal en cultureel kapitaal te vergroten. Indien er veel wordt gesproken over de doelstellingen op het gebied van diversiteit en inclusie, en deze worden verbonden aan het creëren van meer maatschappelijke kansengelijkheid, zou dit kunnen wijzen op een focus op sociaal-extrinsieke waarden in de vorm van sociaal kapitaal.

¹⁰⁶ Verwijzend naar de Code Diversiteit & Inclusie, 'een gedragscode van, voor en door de Nederlandse culturele en creatieve sector over diversiteit en inclusie' (p. 3). Hierin stelt de cultuursector zich het doel om als sector de diversiteit van de Nederlandse samenleving te presenteren en voor iedereen toegankelijk te zijn.

3.4. Culturele waarde

Met de cultureel-intrinsieke waarde van kunst (die vaak culturele, intrinsieke of artistieke waarde wordt genoemd) wordt doorgaans gerefereerd aan de waarde die uniek is voor de kunsten. Deze blijft tot op heden vrij ongedefinieerd, al hebben veel cultuuronderzoekers al geprobeerd om deze te benaderen. Over het algemeen zoekt men de cultureel-intrinsieke waarde in de ervaring die kunst oproept bij de toeschouwer, in tegenstelling tot de externe, meetbare waarden op sociaal of economisch vlak.

Gielen et al. koppelen de extrinsieke waarde daarentegen niet los van de ervaring. De auteurs gebruiken in plaats daarvan de termen 'extrinsiek' en 'intrinsiek' om aan te geven dat er verschillende soorten 'ervaringswaarden'¹⁰⁷ toe te schrijven zijn aan kunst. Onder ervaringswaarden verstaan zij '... die waarden die participanten aan kunsten, cultuur en erfgoed toekennen als ze een schouwburg, museum of galerie bezoeken, een boek lezen of de bibliotheek frequenteren'¹⁰⁸.

Voor de intrinsieke waarde is het kenmerkend dat deze tot uiting komt in een 'mentale verbinding' met het kunstobject, welke zij ook wel omschrijven als de 'kunstzinnige ervaring'¹⁰⁹. In het onderzoeksrapport refereren de auteurs ook wel eens aan intrinsieke waarden door te spreken over 'artistieke' of 'kunstzinnige waarden'¹¹⁰. Volgens hen ligt de 'puur' intrinsieke waarde van kunst namelijk besloten in de esthetische kwaliteit van het kunstobject en de mentale verbinding die deze mogelijk maakt.

Een sociologische kijk op de cultureel-intrinsieke waarde van cultuur die de ervaring van de bezoeker centraal stelt lijkt vandaag de dag dominant te zijn. Toch bestaan er ook andere denkwijzen. Zo stelt filosoof Roger Scruton in zijn omvangrijke werk over schoonheid dat dit geen volledig subjectieve waarde is, maar deels een inherente eigenschap van het betreffende object.¹¹¹ In plaats van vervolgens te beargumenteren dat de 'goede smaak' zich berust op volledig objectieve waarheden, spreekt Scruton van 'rationele voorkeuren' waarop de beoordeling van schoonheid gebaseerd kan zijn. In dat opzicht is het oordelen over schoonheid naar zijn idee vergelijkbaar met oordelen over morele kwesties, aangezien ze beide ruimte laten voor rationele discussie.¹¹² In moderne, liberale samenlevingen, zoals de Verenigde Staten waar Scruton zich op richt, is het echter niet gebruikelijk om dit soort discussies over esthetische waarden te voeren. Volgens Scruton heeft dit in de eerste plaats te maken met de heersende overtuiging dat schoonheid subjectief is, welke door hem onjuist

¹⁰⁷ Gielen et al., 2014: p. 42.

¹⁰⁸ p. 42.

¹⁰⁹ p. 43.

¹¹⁰ p. 46.

¹¹¹ Scruton, 2018: p. 9.

¹¹² p. 11.

wordt verklaard. Uit deze overtuiging vloeit vervolgens een tweede, stelt hij, namelijk dat schoonheid er niet toe doet omdat het geen wezenlijke, meetbare waarde voortbrengt.¹¹³ Om te kunnen betogen dat deze denkwijze onterecht en problematisch is wendt Scruton zich tot voorbeelden van de effecten die dit heeft op het functioneren van steden. Naar zijn idee hebben Europese steden die genoemd worden om hun schoonheid, zoals Rome en Lissabon, doorgaans een belangrijke gemene deler, namelijk dat de oude architecten voor ogen hadden om gebouwen te ontwerpen die pasten in de stad. Zodoende probeerden zij zich te verhouden tot een bestaande esthetische waarde in plaats van dat zij zich als architect het recht toe eigende om zelf te bepalen wat een mooi gebouw is. Volgens Scruton is deze houding ten opzichte van bestaande architectonische tradities bepalend geweest voor het succes en de roem van deze steden. Hij beargumenteert dat de functie van esthetische standaarden in de architectuur vergelijkbaar is met die van 'goede manieren', namelijk om ervoor te zorgen dat men in harmonie naast elkaar kan leven en bij te dragen aan een gevoel van verbondenheid.¹¹⁴ In het verlengde hiervan kenmerkt Scruton het modernistische uitgangspunt dat een gebouw juist moet contrasteren met haar omgeving dan ook als 'stylistische onbeschofftheid'¹¹⁵.

Het belang van esthetische standaarden in de kunsten omschrijft Scruton op een iets andere manier, die aansluit bij de van oorsprong Romantische opvattingen over dit onderwerp. Schoonheid zou volgens hem namelijk het voornaamste doel van de kunsten moeten zijn, waarbij hij stelt dat schoonheid in zichzelf een belangrijke waarde heeft. Deze waarde duidt hij voornamelijk aan de hand van het Kantiaanse begrip van de 'ervaring van schoonheid' die men in staat zou stellen om met een andere blik naar de wereld om hen heen te kijken.¹¹⁶ Binnen deze aanschouwing van schoonheid speelt het eigenbelang van het individu geen rol en zou men een staat bereiken van pure vreugde, zorgeloosheid en verwondering. Deze ervaringen komen volgens Scruton en Kant voort uit het feit dat schoonheid een gevoel van verbondenheid met de wereld en mensen om ons heen oproept, wat zij ook wel de liefdeservaring noemen. Omdat liefde en het gevoel van ergens 'thuishoren' volgens Scruton belangrijke menselijke levensbehoeften zijn, bekleed schoonheid en kunst op die manier een essentiële functie binnen de maatschappij. Dat er sinds het eind van de 21^e eeuw steeds minder belang wordt gehecht aan schoonheid en esthetische standaarden ziet hij dan ook als problematisch. Vervreemding van de wereld en wantrouwigheid zijn volgens Scruton symptomen van de postmoderne samenleving.¹¹⁷

¹¹³ p. 9.

¹¹⁴ p. 14.

¹¹⁵ 'Stylistic rudeness' (p. 13).

¹¹⁶ Scruton, 2016: p. 5.

¹¹⁷ p. 7.

Ondanks het verschil in benaderingswijzen van de cultureel-intrinsieke waarde zijn Gielen et al. en Scruton het erover eens dat kunst 'op zichzelf' een belangrijke waarde voortbrengt. Deze mening wordt dan ook door de meeste cultuuronderzoekers gedeeld. Vanuit deze redenering pleiten zij vaak dat de 'culturele verwondering' die kunst oproept gezien moet worden als een eigenstandige bron van waarde en niet altijd in dienst moet hoeven staan van ontwikkelingen op andere terreinen, zoals de economie of maatschappij.¹¹⁸ Socioloog Hans Mommaas stelt bijvoorbeeld dat op deze manier steeds verder weg bewogen wordt van de 'kerneigenschap' die kunst, kunst maakt. Deze wordt door Mommaas omschreven als '(...) haar 'leegte', haar onbeduidendheid, kortom haar functie als 'nutteloze' en daardoor 'vrije' bron van spel en experiment'¹¹⁹. In deze omschrijving komt duidelijk naar voren dat de culturele waarde van kunst vrij tegengesteld is aan haar instrumentele inzetbaarheid, waar geen sprake is van 'nutteloosheid' of 'leegte', maar van een bepaald beoogd doel. Ook Gielen et al. delen het standpunt dat de belangrijkste waarde van kunst losstaat van meetbare doelen. Volgens hen kan de belangrijkste waarde van kunst als 'zingever aan een mensenleven'¹²⁰ niet worden gemeten of empirisch worden aangetoond.

Conclusie

Volgens Gielen et al. ligt de pure, intrinsieke waarde van kunst besloten in de 'kunstervaring'. Deze wordt mogelijk gemaakt door de esthetische of artistieke kwaliteiten van het kunstobject. De theorieën laten zien dat er een consensus heerst dat de intrinsieke waarde per definitie geen instrumentele doeleinden kan dienen. Dit wordt op verschillende manieren toegeschreven aan de aard van de 'ervaring' die deze intrinsieke waarde teweeg zou brengen. Zo baseren Gielen et al. het onderscheid tussen intrinsieke en extrinsieke waarden op de mentale verbinding met het kunstobject. Scruton beargumenteert daarbij dat de kunstervaring een 'belangeloze' houding vereist van de toeschouwer.¹²¹ Door het kunstobject te benaderen vanuit een bepaalde doelstelling zou men namelijk niet meer in staat zijn om deze puur te bewonderen om haar schoonheid. In dit standpunt is te herkennen dat Scruton zich heeft laten beïnvloeden door Kantiaanse ideeën over esthetica en 'disinterestedness'¹²².

¹¹⁸ Mommaas, 2012: p. 27. Daarbij is dit een veelgehoord standpunt in het onderzoeksveld: hetzelfde wordt beargumenteerd door bijv. Belfiore, 2015; McCarthy et al., 2004; Gielen et al., 2014.

¹¹⁹ p. 28.

¹²⁰ p. 121.

¹²¹ Scruton, 2016: p. 5.

¹²² Kant stelt dat men alleen in staat is om een (kunst)object puur om zijn schoonheid te waarderen als hij of zij verder geen ander belang hecht aan het object, of deze in enige zin 'nut' heeft voor de toeschouwer. ('One must not be in the least pre-possessed in favor of the existence of a thing, but must be quite indifferent in this regard, in order to play the part of a judge in matters of taste' (Guyer, 1978: p. 449).

Ook in de veronderstelling dat 'nutteloosheid' een kernwaarde vormt voor de culturele kwaliteit van kunst speelt dit idee een rol.¹²³

Men lijkt het er dus over eens te zijn dat de intrinsieke waarde van kunst tot uiting komt in haar culturele (of artistieke) waarde, en dat deze onverenigbaar is met instrumentele waarden op economisch en sociaal vlak. Toch leveren de teksten van Gielen et al. en Van Maanen ook een aantal waarden aan die sterk verband houden met de 'levensverrijking' die de ervaring van kunst het individu oplevert en zich dus afspelen op cultureel vlak, maar die kunnen worden geïnterpreteerd als cultureel-semi-intrinsieke waarden. Deze betreffen het 'opwekken van emotie'¹²⁴, 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht' en 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling'. Deze waarden kunnen ook op andere manieren worden gerealiseerd dan via een esthetische ervaring. Ook wordt er in zekere zin een instrumenteel nut aan deze waarden toegeschreven. Zo zou het opwekken van emotie goed zijn voor mentale verlichting en het aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht voor het vergroten van de creativiteit. Ten derde zou de semi-intrinsieke waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling' mensen helpen om sterker in de wereld te staan en een kritische blik te werpen op de eigen cultuuropvattingen, normen en waarden. Zodoende zijn deze waarden duidelijk meer extrinsiek dan de 'pure' intrinsieke waarden van het 'uitdagen van perceptuele schema's en het scheppen van nieuwe zinnebeelden' en 'het gebruik en het hieruit voortkomende plezier van de verbeeldingskracht'. De 'vrijheid van het spel', en daarmee het gebrek aan een instrumenteel doel, vormt namelijk een belangrijk element om deze waarden tot stand te laten komen.¹²⁵ De cultureel-intrinsieke waarde berust dus volledig op de esthetische kwaliteiten van kunst en dient geenszins een extrinsiek doel. Omdat aan cultureel-semi-intrinsieke waarden een instrumenteel doel verbonden kan worden neigen deze meer naar extrinsieke 'impact' dan de cultureel-intrinsieke waarden.

In de analyse van de interviews zal zodoende worden nagegaan op wat voor manier de kunstmusea hun culturele waarde bespreken. Hierbij is er aandacht voor het verschil tussen pure intrinsieke waarden, die volledig inherent zijn aan de kunstervaring, en semi-intrinsieke waarden die uitdrukking geven aan de instrumentaliteit van deze ervaring. Ook is het mogelijk dat er een verschil merkbaar is in de wijze waarop de kunstmusea de cultureel-intrinsieke waarde van kunst duiden, bijvoorbeeld wanneer zij deze meer toeschrijven aan kwaliteiten van het object in plaats van de subjectieve ervaring zelf (in lijn met de theorie van Scruton). Dit kan ook interessante gevolgen hebben voor hun waardevertoog. Zo is het

¹²³ Zoals bijvoorbeeld wordt gesteld door Mommaas (2012: p. 28).

¹²⁴ Van Maanen, 2009: p. 150.

¹²⁵ Van Maanen, 2009: p. 151 en Mommaas, 2012: p. 28.

denkbaar dat dit invloed heeft op de rol die kunstmusea voor zichzelf zien weggelegd in het ontdekken van 'kwaliteitskunst' en (nieuw) talent, of juist het bedienen van de wensen van het publiek. Vanwege de ambiguïteit van de cultureel-intrinsieke waarde is het tevens goed denkbaar dat kunstmusea deze op een hele andere manier interpreteren dan in de theorie wordt gedaan. In de analyse wordt daarom ook nagegaan of er bijvoorbeeld wordt gerefereerd aan de unieke waarde van de kunsten, maar de daaropvolgende beschrijving afwijkt van die uit het theoretisch model.

4. Methode

4.1. Kritische discoursanalyse

Voor de analyse van de interviews wordt gebruik gemaakt van de methodologie van kritische discoursanalyse, of 'critical discourse analysis' (CDA). Deze interdisciplinaire methode gaat ervan uit dat discours, het gebruik van taal en tekst, en de sociale context waarin deze plaatsvindt altijd een wederzijdse invloed op elkaar uitoefenen.¹²⁶ Het doel van kritische discoursanalyse is om discours, of vertoog, te analyseren in relatie tot de sociale condities, zoals machtsstructuren en ongelijkheden, van de context waarin deze plaatsvindt. Deze methodologie wordt op diverse manieren toegepast, waardoor er binnen CDA meerdere benaderingen zijn ontstaan voor verschillende doeleinden. Een theoretische benadering die erg van invloed is geweest op de toepassing van CDA is die van Norman Fairclough¹²⁷. Hij suggereert dat er drie dimensies van discours¹²⁸ te onderscheiden zijn en dat deze daarom op alle drie de niveaus moet worden geanalyseerd.

De eerste dimensie is 'discourse-as-text' en omvat de tekstuele eigenschappen van het bestudeerde discours, zoals woordgebruik, grammatica en zinsopbouw. De tweede dimensie, 'discourse-as-discursive-practice', omschrijft discours als een product dat wordt geproduceerd, geconsumeerd en verspreid. Hieronder vallen eigenschappen zoals de vorm (bijvoorbeeld geschreven of gesproken tekst), het gebruik van andere teksten (bijvoorbeeld citaten) en samenhang. De derde en laatste dimensie is 'discourse-as-social-practice'. Deze heeft betrekking op de sociale context ('the ideological effects and hegemonic processes') waarin het vertoog tot stand komt. Zoals eerder gezegd suggereert Fairclough dat taal sociale structuren beïnvloedt en daarmee een machtsmiddel is. Andersom worden veranderingen in machtsverhoudingen ook zichtbaar in veranderingen in discours, of 'discursive change', bijvoorbeeld wanneer teksten herschreven worden of opnieuw worden gecontextualiseerd. De manier waarop discours wordt gerepresenteerd in een bepaalde context biedt volgens Fairclough een weergave van de heersende normen, tradities en machtsverhoudingen. Op deze manier kan het model van Fairclough worden ingezet om verschuivingen in ideologieën en machtsverhoudingen te identificeren aan de hand van tekst- en taalgebruik.

De methode van kritische discoursanalyse wordt in dit onderzoek toegepast om de interviews met de gesubsidieerde en private kunstmusea te analyseren. In deze toepassing wordt uitgegaan van de drie discoursdimensies van Fairclough. Voor de analyse betekent dit

¹²⁶ Blommaert & Bulcaen, 2000: p. 448.

¹²⁷ Fairclough, 1992.

¹²⁸ Blommaert & Bulcaen, 2000: p. 448-449.

dat er niet alleen wordt gekeken naar wat er feitelijk wordt gezegd (de 'discourse-as-text' dimensie), maar dat ook de context waarin het gesprek plaatsvindt en manieren van spreken worden meegewogen. Concreet betekent dit bijvoorbeeld dat er niet alleen wordt gekeken naar de frequentie waarin bepaalde economische, sociale en culturele waarden worden genoemd door de geïnterviewde medewerkers en directieleden om te bepalen wat voor rol deze spelen in het legitimeringsvertoog. In plaats daarvan wordt ook gekeken naar de manier waarop deze waarden worden genoemd, bijvoorbeeld of er enthousiasme of trots in weerklinkt, of juist een soort desinteresse. Daarnaast wordt ook specifiek taalgebruik meegenomen in de analyse. In het theoretisch model wordt daarom ook de terminologie weergegeven die de theorie in verband brengt met bepaalde waarden, zodat deze uiteindelijk kunnen worden getoetst aan de praktijk. Door gebruik te maken van kritische discoursanalyse wordt getracht om een diepgaander beeld te krijgen van de legitimering van gesubsidieerde en private musea, waarbij ook 'door de tekst heen' gelezen kan worden.

4.2. Het theoretisch model

De theorieën die zijn besproken in het theoretisch kader zijn hebben geleid tot een theoretisch model dat is weergegeven in figuur 1. In het model is er sprake van enige overlap tussen de semi-intrinsieke waarden op sociaal en cultureel vlak. Uit de besproken onderzoeken naar de waarde van kunst blijkt namelijk dat de praktijk doorgaans niet zo zwart-wit is als de theorie suggereert. Gielen et al. en Van Maanen stellen daarom beide dat er vaak geen hard onderscheid te maken tussen de diverse effecten van kunst, maar dat deze in feite in elkaar overlopen.¹²⁹ Aangezien met het theoretisch model wordt getracht om de realiteit zo goed mogelijk weer te geven wordt de overlap tussen bepaalde waarden hierin erkend. Het model brengt daarbij wel een aantal nuances in kaart die weergeven of een bepaalde waarde meer vanuit sociaal of cultureel oogpunt wordt benaderd. Zo wordt het 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht' bijvoorbeeld bij zowel de sociaal-semi-intrinsieke effecten als de cultureel-semi-intrinsieke effecten genoemd. Het belang hiervan kan dan ook op twee verschillende manieren worden onderschreven, namelijk door deze te benadrukken voor de overwegend sociale waarden van perspectieftransformatie en ruimdenkendheid, of voor de overwegend culturele waarden van creativiteit en fantasie. Op deze manier kan aan de hand van het model alsnog worden herkend of de kunstmusea vooral een beroep doen op sociale of culturele waarden.

De theorie draagt geen waarden aan die kunnen worden ingedeeld bij economisch-intrinsieke, sociaal-intrinsieke en cultureel extrinsieke waarden. Dit leidt tot twee uitersten op

¹²⁹ Gielen et al., 2014: p. 87.

de schaal van intrinsiek en extrinsiek die het theoretisch model weergeeft, namelijk de cultureel-intrinsieke waarden enerzijds en de economisch-extrinsieke waarden anderzijds.

Voor elk van de waarden die in het theoretisch model worden genoemd zijn een aantal steekwoorden of codes geformuleerd waarop in de analyse van de interviews wordt gezocht. Deze zijn terug te vinden in de appendix¹³⁰.

| | Economisch | Sociaal | Cultureel |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Intrinsiek | | | <ul style="list-style-type: none"> • Uitdagen van perceptuele schema's en het scheppen van nieuwe zinnebeelden¹ • Het gebruik en het hieruit voortkomende plezier van de verbeeldingskracht² |
| Semi-intrinsiek | <ul style="list-style-type: none"> • Bijdragen aan de creatieve kenniseconomie¹⁰ | <ul style="list-style-type: none"> • Aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht (perspectieftransformatie)⁶ • Kennis opdoen/ persoonlijke ontwikkeling (verbondenheid)⁷ | <ul style="list-style-type: none"> • Opwekken van emotie³ • Aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht (verrijken van belevingswereld)⁴ • Kennis opdoen/ persoonlijke ontwikkeling (kritische blik)⁵ |
| Extrinsiek | <ul style="list-style-type: none"> • Directe economische impact¹¹ • 'Culture-led' regeneratie en aantrekkelijkheid van de stad of regio¹² | <ul style="list-style-type: none"> • Sociaal kapitaal⁸ • Faciliteren van nieuwe ontmoetingen⁹ | |

↑ Value

↓ Impact

Figuur 1.

¹³⁰ Bijlage 1.

5. Analyse van de individuele interviews

5.1. Museum P1

5.1.1. Achtergrondinformatie

Museum P1 is een privaat museum voor hedendaagse kunst, gevestigd in een middelgrote stad met 220.000 inwoners. Het museum was oorspronkelijk een kunstverzameling, maar naarmate de bezoekersaantallen groeiden hebben zij uiteindelijk de transitie gemaakt naar een museum. Museum P1 ontvangt jaarlijks circa 110.000 tot 120.000 bezoekers (pre-corona cijfers). Het museum heeft een klein team van in totaal 12 betaalde werknemers, waaronder een directeur en hoofdconservator, een conservator en een hoofd Publieksbereik en Educatie. Het interview werd afgenomen met het hoofd Publieksbereik en Educatie.

5.1.2. Gebruikte codes en taalgebruik

In Figuur 2 is weergegeven welke waarden en termen het hoofd Publieksbereik en Educatie van Museum P1 gebruikte in het legitimeringsvertoog:

| Waardesoort | Waarde | Frequentie | Gebruikte termen |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------|
| Cultureel | Uitdagen van perceptuele schema's en creëren van nieuwe zinnebeelden (CI) | 2 | Inspireren, discours (tussen hedendaagse kunstenaars) |
| Sociaal | Aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht (SSI) | 1 | 'Leren dat andere mensen met andere ogen kijken' |

Figuur 2.

5.1.3. Missie, visie en eigenheid van het museum

Het hoofd Publieksbereik en Educatie omschrijft de belangrijkste missie van het museum als het bevorderen en definiëren van de hedendaagse kunst, 'niet alleen voor het publiek maar ook voor kunstenaars'¹³¹. Ook uit de rest van het interview blijkt dat zij zich van alle musea er het meest op voor laten staan om iets te betekenen voor de kunst zelf, meer dan voor het publiek. Dit is een interessant verschil met de rest van de musea, aangezien zij (al dan niet in verschillende mate) hun grootste belang leggen bij de waarde die zij creëren voor het publiek.

¹³¹ Regel 36.

Wanneer er wordt gevraagd waarin het museum zich onderscheidt ten opzichte van andere musea, noemt het hoofd Publieksbereik en Educatie als eerst hun financiële onafhankelijkheid. De autonome positie van het museum is dus erg bepalend voor hun eigen profiel. Dit wordt hierna ook expliciet benoemd in het interview wanneer ze zegt dat dit terug te zien is in hun tentoonstellingen en de collectie, al wordt verder niet uitgelegd waaruit dit precies blijkt. Als tweede en derde onderscheidende eigenschappen worden het feit dat zij alleen hedendaagse kunst in huis hebben en dat zij ‘in de diepte’ verzamelen genoemd, wat inhoudt dat het museum kunst aankoopt van een selecte groep kunstenaars. Zodoende lijken zij hun uniciteit vooral te zoeken in hun collectie en de duurzame relaties die zij aangaan met ‘hun’ kunstenaars.

5.1.4. Impact en doelgroepen

Zoals ook in de omschreven missie van Museum P1 naar voren komt, waarbij het hoofd Publieksbereik en Educatie aangeeft een ‘definiëring van kunst van nu’¹³² te ambiëren, beoogt Museum P1 vooral impact te hebben op de kunst zelf. Het valt op dat zij dit als enige museum expliciet aangeven bij vraag 5. Om impact te kunnen hebben op de kunst lijken zij zich vooral te richten op het ondersteunen van kunstenaars in hun werk. Wanneer in het interview wordt gesproken over het belang van hun activiteiten hebben deze voorbeelden dan ook vaak betrekking op de manier waarop het museum omgaat met zijn kunstenaars. Hierbij wordt veel waarde gehecht aan het aangaan van een ‘persoonlijke verbinding’¹³³. Dit zou volgens het hoofd Publieksbereik en Educatie ook een belangrijke rol spelen in de publieksbenadering van het museum. Hierna geeft ze een voorbeeld van een activiteit om deze duurzame relatie met het publiek te onderbouwen, namelijk dat het museum elke week een gratis avondopenstelling organiseert waarbij een lokale culturele organisatie de regie over het programma van de avond krijgt. Het museum vertelt over deze avondopenstellingen:

‘[...] zij zijn de hosts van die avond en daarbij bereiken zij ook hun eigen peers, hun eigen publiek, en dat is voor ons uh het uitgangspunt van die persoonlijke, uh die persoonlijke benadering. Op die manier gaan we echt verbinding aan, mensen voelen zich verantwoordelijk voor die avond en uh... nou ze krijgen (naam museum) gewoon, als podium.’¹³⁴

¹³² Regel 37.

¹³³ Regel 61.

¹³⁴ Regel 69-73.

Uit de antwoorden wordt duidelijk dat zij in dit verband het publiek dat op deze avonden afkomt niet beschouwen als 'hun' publiek, maar juist de culturele organisaties en makers voor wie zij hun museum beschikbaar stellen. Hieruit blijkt wederom dat het museum zich vooral richt op makers en kunstenaars, en daarmee op andere culturele instellingen, als hun belangrijkste doelgroep en de groep waarvoor zij van waarde zijn, meer nog dan het bezoekend publiek.

Dit maakt het interessant om na te gaan op welk vlak (sociaal, economisch, cultureel) Museum P1 vooral van waarde wil zijn voor de kunstenaars die zij ondersteunen. Een aantal dingen die in het interview nadrukkelijk genoemd worden in dit verband zijn dat zij een 'discours tussen hedendaagse kunstenaars' op gang willen brengen, een 'inspirerende plek' voor hen willen zijn en dat zij een 'persoonlijke verbinding' met hen aan gaan. Het op gang brengen van een discours tussen kunstenaars onderling kan op het eerste gezicht betrekking lijken te hebben op sociale waarden, zoals het faciliteren van nieuwe ontmoetingen of het vergroten van sociaal kapitaal. In dit geval lijkt het museum dit echter vooral in dienst te stellen van de kwaliteit van het artistieke werk van de kunstenaars. Dit blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat in het interview het faciliteren van een discours in verband wordt gebracht met hun missie om hedendaagse kunst te definiëren.¹³⁵ Ook het bieden van een inspirerende plek dient uiteindelijk het doel om bij te dragen aan het 'bevorderen' van hedendaagse kunst, zo stelt het hoofd Publieksbereik en Educatie.¹³⁶ Vandaar dat hier kan worden geconcludeerd dat deze doelstellingen vooral betrekking hebben op de artistieke kwaliteit van de kunst die makers voortbrengen, en daarmee op de culturele waarde. Over het belang van de persoonlijke verbinding die zij nastreven wordt verder niet uitgeweid. Kijkend naar de andere doelen die zij stellen voor hun samenwerking met kunstenaars lijkt dit voor hen vooral een belangrijke voorwaarde te zijn om een gedegen ondersteuning te kunnen bieden aan makers en hen te kunnen binden aan hun museum.

5.1.5. De waarde van kunst

Over de waarde van kunst in algemene zin worden in het interview niet veel expliciete uitspraken gedaan. Wel is het overduidelijk dat het museum het van belang vindt dat kunst wordt gestimuleerd en dat er instituten zijn, zoals zijzelf, die kunstenaars ondersteunen in

¹³⁵ '[...] dat heeft ook te maken met die eerste definiëring van uh ja uh dat er een discours ontstaat tussen hedendaagse kunstenaars wat ook op dit moment belangrijk is [...]' (regel 81-83).

¹³⁶ '[...] en de missie nu, nu wij daarbij een museum zijn geworden, is uh hedendaagse kunst te bevorderen, niet alleen voor het publiek maar ook voor kunstenaars zelf, kunstenaars die in leven zijn om daar een inspirerende plek voor te zijn' (regel 35-37).

hun werk. Dit is namelijk volgens het hoofd Publieksbereik en Educatie hun belangrijkste missie.

Alleen aan het einde van het interview wordt een uitspraak gedaan die betrekking heeft op het algemene belang van kunst. Wanneer het hoofd Publieksbereik en Educatie stelt dat er meer aandacht geschonken zou moeten worden aan kunst en cultuur in het onderwijs, voegt zij hieraan toe dat '[...] kunst [ervoor] zorgt dat je leert dat andere mensen met andere ogen kijken'. Door te veronderstellen dat kunst blikverruimend werkt, en er vervolgens voor zorgt dat men zich beter kan inleven in de ander, maakt zij aanspraak op de sociaal-semi-intrinsieke waarde van het 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht'. Aangezien deze waarde in het interview als enige expliciet aan kunst wordt toegeschreven lijkt dit voor het museum een belangrijk argument te zijn voor het belang van kunst. Hierbij moet wel worden gezegd dat het niet helemaal duidelijk is of zij deze uitspraak doet als vertegenwoordiger van het gedachtegoed van Museum P1, of meer vanuit haar eigen persoonlijke visie. Wel wordt eerder in het interview ook gezegd dat het museum er sinds de laatste jaren belang aan hecht om een meer 'maatschappelijke functie' te gaan bekleden, wat mogelijk samen zou kunnen hangen met deze sociale waarde. Deze koers zou het museum hebben ingezet toen zij de transitie maakten van een 'reservaat voor de kunst' naar een museum. Wanneer er wordt gevraagd waarom het museum het zo belangrijk vindt om haar tentoonstellingen maatschappelijk in te bedden, lijkt zij daarentegen weer wat afstand te doen van haar standpunt. Hierop zegt ze namelijk dat het sterk afhankelijk is van de tentoonstelling of zij dit wel of niet doen, omdat dit bij sommige tentoonstellingen 'gewenst' is (maar nooit noodzakelijk)¹³⁷ en bij andere niet. Deze maatschappelijke benaderingswijze lijkt dus vooral van belang te zijn voor het museum om de kunst zo goed mogelijk te kunnen presenteren, in plaats van dat zij hiermee vanuit ideologisch standpunt iets willen bereiken bij het publiek. Het biedt dus geen overtuigende aanleiding om te veronderstellen dat sociale waarden een belangrijke rol spelen in de wijze waarop Museum P1 waarde toeschrijft aan de kunst.

5.1.6. Het theoretisch model

Het theoretisch model baseert zich grotendeels op de sociologische perspectieven van Gielen et al. en Van Maanen, waardoor hier vooral waarden worden genoemd die gelden

¹³⁷ Wanneer het hoofd Publieksbereik en Educatie een voorbeeld van een tentoonstelling noemt die zij maatschappelijk inbedden, zegt zij hierbij: '[...] die tentoonstelling kun je niet alleen maar kunstbeschouwend of kunsthistorisch benaderen maar die borgen we in een maatschappelijke discussie' (regel 110-111). Vervolgens stelt de interviewer dat het dus soms 'noodzakelijk' is om kunst maatschappelijk in te bedden, waarna zij haar verbetert: 'Nee gewenst, niet noodzakelijk, gewenst' (regel 127).

voor groepen mensen, zoals het publiek, steden of makers. Museum P1 hecht veel belang aan het ondersteunen van hedendaagse kunstenaars, maar voornamelijk om hen te faciliteren in hun artistieke praktijken. Het belang om een 'inspirerende plek' en een 'podium' te zijn voor de kunstenaars die zij ondersteunen hangt vooral samen met de waarde die zij willen creëren voor de kunst, in plaats van voor de kunstenaars persoonlijk. Hun legitimering lijkt daardoor niet zo 'publieksgericht' te zijn als de theorieën uit het model, waarin op sociaal en cultureel vlak vooral waarden en effecten worden genoemd die betrekking hebben op de ervaring van het publiek. Er kan worden geconcludeerd dat de sociologische bril van het theoretisch model niet helemaal toepasselijk is om het waardevertoog van Museum P1 te analyseren.

Desondanks biedt deze analyse inzichten in het gebruik van de verschillende waardesoorten in de legitimering van Museum P1. De doelen die het museum zich stelt bevinden zich voornamelijk op cultureel vlak, waarbij zij zich focussen op het bevorderen van de artistieke kwaliteit van hedendaagse kunst. Dit proberen zij vooral te doen door een selecte groep makers te faciliteren in hun werk en presentatie. Het museum geeft aan hiermee ook bij te willen dragen aan de ervaring van het publiek, maar in de eerste plaats lijken zij zich meer te richten op het stimuleren van de kunst 'voor de kunst zelf' dan om een bepaalde ervaring te bewerkstelligen voor hun bezoekers.

Over de visie van het museum op de waarde van kunst en cultuur wordt niet veel gezegd in het interview, al hechten zij er in ieder geval een groot belang aan dat kunst wordt gestimuleerd. Naast dat zij hieraan bij willen dragen willen zij ook de hedendaagse kunst 'definiëren'. Dit wordt door Museum P1 gezien als een belangrijk onderdeel van het bevorderen van kunst en als een van hun voornaamste taken. Hun financiële onafhankelijkheid is naar eigen zeggen erg bepalend voor hoe zij deze taken uitvoeren. Door het bevorderen en definiëren van hedendaagse kunst als hun belangrijkste taken te beschouwen impliceert Museum P1 dat zij als autonoom kunstmuseum een waardevol oordeel kunnen vellen over de kwaliteit van kunst. Daarnaast blijkt hieruit dat het museum het noodzakelijk acht dat voor het publiek de kunst wordt 'gedefinieerd' door instituten zoals zij. Het museum lijkt de cultureel-intrinsieke waarde van kunst in mindere mate te zoeken in de 'subjectieve ervaring' die deze voortbrengt, en meer uit te gaan van een artistieke kwaliteit die inherent is aan het kunstobject. Dit maakt het dan ook begrijpelijk dat zij hun waarde niet zozeer uitleggen aan de hand van de ervaring die zij creëren voor de bezoeker, maar voornamelijk middels de wijzen waarop zij bijdragen aan de verdere ontwikkeling van hedendaagse kunstenaars en kunst.

5.1.7. Conclusie

Concluderend lijkt Museum P1 in het legitimeringsvertoog de nadruk te leggen op de cultureel-intrinsieke waarde van kunst. Zij brengen hun waarde vooral in verband met hun belang voor de artistieke kwaliteit en het 'contextualiseren'¹³⁸ van de kunst zelf. Hun begrip van de cultureel-intrinsieke waarde lijkt daarin te verschillen van de opvattingen van sociologen Gielen en Van Maanen. In plaats van te veronderstellen dat de ervaring van het publiek volledig subjectief is, lijken zij meer uit te gaan van een inherente artistieke kwaliteit die zij als kunstmuseum kunnen herkennen en bevorderen, voornamelijk door kunstenaars te ondersteunen.

Over de waarde van kunst en cultuur in het algemeen worden niet veel uitspraken gedaan in het interview. Aan het einde komt deze wel kort ter sprake en gebruikt het hoofd Publieksbereik en Educatie een sociaal-semi-intrinsieke waarde om deze te duiden. De sociale waarde lijkt echter in veel mindere mate een rol te spelen in de eigen legitimering van het museum dan de culturele waarde.

5.2. Museum P2

5.2.1. Achtergrondinformatie

Museum P2 is een privaat museum voor moderne en hedendaagse kunst in het Noorden van het land. Het museum is, vergeleken met de andere kunstmusea, gelegen in een relatief kleine stad met 50.000 inwoners. Het totaal aantal bezoekers lag voor corona rond de 50.000 per jaar. Het team bestaat uit zes betaalde personeelsleden in totaal, de inhoudelijk directeur en de zakelijk directeur meegerekend. Daarnaast hebben zij nog een grote pool aan vrijwilligers. Het interview werd afgenomen met de inhoudelijk directeur.

5.2.2. Gebruikte codes en taalgebruik

In figuur 3 is weergegeven welke waarden en termen de directeur van Museum P2 gebruikte in het legitimeringsvertoog:

| Waardesoort | Waarde | Frequentie | Gebruikte termen |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------|
| Cultureel | Uitdagen van perceptuele schema's en creëren van nieuwe zinnebeelden (CI) | 3 | Communiceren (van het kunstwerk met het publiek), |

¹³⁸ In *How to Study Art Worlds* (2009) stelt Van Maanen dat de 'domeinen van distributie' (p. 143) die kunst beschikbaar maken voor een publiek de ontvangst van kunst beïnvloeden in drie 'fasen': ten eerste door de kunst beschikbaar te stellen en deze op die manier te contextualiseren, ten tweede door er een publiek voor te creëren, en ten derde door de kunst en het publiek samen te brengen.

| | | | |
|------------------|----------------------------------------------------------|---|-----------------------------------------------------------|
| | | | fascinatie/gefascineerd raken, mensen anders leren kijken |
| Cultureel | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (CSI) | 1 | Ideeën uitwisselen |
| Cultureel | Opwekken van emotie (CSI) | 1 | Raken |
| Sociaal | Aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht (SSI) | 3 | 'Kijken met de ogen van de ander', beschaving |
| Sociaal | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (SSI) | 1 | 'Voeling met waar we vandaan komen' |

Figuur 3.

5.2.3. Missie, visie en eigenheid van het museum

De directeur omschrijft de missie van het museum als het delen van moderne en hedendaagse kunst uit de regio met het publiek. Hij geeft aan dat zij het belangrijk vinden om kunstenaars uit de omgeving een podium te bieden en daarmee bij te dragen aan hun bekendheid. Het feit dat Museum P2 als enige museum in Nederland permanent kunstwerken toont van kunstenaars uit de regio, en hier haar hele collectie omheen heeft gebouwd, is naar de mening van de inhoudelijk directeur het voornaamste wat hen onderscheidt van andere musea. Daarbij geeft hij aan dat het museum niet alleen kunst selecteert op basis van de oorsprong, maar er ook gekeken wordt naar andere factoren. Hij noemt hier 'kwaliteitscriteria' als belangrijkste, maar ook in hoeverre het werk bij 'het profiel' van het museum past speelt mee. Dit leidt tot een selecte groep kunstenaars die door het museum wordt vertegenwoordigd.

5.2.4. Impact en doelgroepen

Wanneer wordt gevraagd naar de impact die het museum vooral beoogt te maken, en op welke groep, zegt de directeur het volgende:

*'[...] ik maak tentoonstellingen omdat ik kunstenaars uh ja bepaalde kunstenaars interessant genoeg vind om die te laten communiceren met een publiek en je wil, je wil je publiek of mensen deelgenoot maken van dat wat je belangrijk vindt, en dat wat je als museum wil vertellen, nou ja en dat is eigenlijk het belangrijkste en dan doe je het natuurlijk om die kunstenaars een podium te geven, dat is ons doel, het museum moet dienend zijn.'*¹³⁹

¹³⁹ Regel 71-75.

In dit citaat komt naar voren dat de directeur het museum vooral beschouwt als ‘dienend’ voor twee groepen: het publiek en de kunstenaars. Daarbij benadrukt hij vervolgens nog dat het museum er niet is om zelf statements te maken, maar dat zij zich inzetten om de statements van de kunstenaars die zij vertegenwoordigen kenbaar te maken. In het genoemde citaat wordt daarentegen wel aangegeven dat het museum iets wil ‘vertellen’. Hieruit blijkt dat zij zich toch niet helemaal neutraal opstellen en er blijkbaar wel een bepaalde boodschap of ervaring is die zij willen overbrengen aan het publiek. Deze observatie wordt extra ondersteund door het feit dat de directeur later erkent dat er een bepaald ‘idealisme’ uitgaat van wat het museum probeert te bewerkstelligen middels zijn activiteiten.

[...] weet je het is het is meer dan faciliteren, [...] je raakt onder de indruk van iets je bent gefascineerd door iets, en en... ja [...] als kunst ook in het vak wat ik uitvoer een passie is en je hebt de drive om dat kenbaar te maken aan andere mensen daar gaat het om, het is meer dan alleen faciliteren. Daar zit uh zit ook uh, ja iets van idealisme achter.¹⁴⁰

De idealistische doelstellingen die de drijfveer vormen voor de activiteiten van het museum lijken voor een groot deel te maken hebben met het vergroten van het empathisch vermogen van de toeschouwer. De inhoudelijk directeur noemt het ‘leren kijken met de ogen van de ander’ en het opwekken van empathie meermaals als belangrijke effecten die zij als museum nastreven bij hun publiek. Ook noemt hij later nog expliciet dat hij het als een van de belangrijkste functies van kunstmusea beschouwt ‘dat je mensen leert [om] zich open te stellen voor dingen die ze [...] niet kennen’¹⁴¹. Het is dus duidelijk dat de sociaal-semi-intrinsieke waarde van het ‘aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht’ voor Museum P2 een belangrijk argument vormt binnen hun legitimering. Het feit dat zij als museum in staat zijn om waarde te creëren op dit vlak schrijft de directeur toe aan de ‘oprechtheid en integriteit’ van de kunst die zij presenteren. Dit is een interessante uitspraak die iets zegt over zijn begrip van de artistieke kwaliteit van kunst. Hij is namelijk van mening dat de oprechtheid van de kunstenaar meeweegt in de waarde van zijn of haar werk, en daarmee dus ook voor de mate waarin de kunst uiteindelijk invloed heeft op het publiek.

Algemener gesteld legt de inhoudelijk directeur de waarde van hun activiteiten, en kunst in het algemeen, voor een groot deel uit aan de hand van de ‘bindende kracht’¹⁴² van kunst. Hij

¹⁴⁰ Regel 91-95.

¹⁴¹ Regel 104-106.

¹⁴² Regel 210.

doelt hierbij niet alleen op de verbinding die tot stand wordt gebracht tussen publiek en kunstenaar, of (op een meer indirecte manier) tussen andere individuen doordat zij zich beter in elkaar kunnen inleven: ook zegt hij dat kunst en cultuur fungeert als een bindende ‘basis’ voor de samenleving. Volgens de directeur is het noodzakelijk dat men bereid is om te investeren in deze culturele basis zodat men ‘voeling [houdt] met [...] waar we als samenleving vandaan komen’¹⁴³. Om hieraan bij te dragen en kinderen kennis te laten maken met kunst ontvangt het museum regelmatig scholen, zegt de directeur, maar hij is er niet van overtuigd dat zij hierin als kunstmuseum de grootste bijdrage te leveren hebben. Volgens hem is het vooral van belang dat hier voldoende aandacht aan wordt besteed in het onderwijs, omdat het anders voor hen als kunstmuseum moeilijk blijft om ‘bij die kinderen te komen’¹⁴⁴. Het museum is dus wel overtuigd van het feit dat kunst de sociale waarde van ‘kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling’ voortbrengt en dat dit van groot maatschappelijk belang is. Deze vormt alleen niet de belangrijkste waarde binnen hun eigen legitimering.

5.2.5. De waarde van kunst

Om de waarde van de activiteiten van Museum P2 te onderbouwen verwijst de directeur geregeld naar de waarde van kunst en cultuur in het algemeen. Dit is een vrij opvallend verschil met de andere interviews, waar veel minder vaak expliciet uitspraak wordt gedaan over de waarde van kunst zelf en er meer wordt gesproken over de eigen activiteiten.

Zoals eerder gezegd legt de inhoudelijk directeur sterk de nadruk op de ‘bindende kracht’ van kunst. Voor een groot deel heeft deze betrekking op sociale waarden, maar dit lijkt niet helemaal het geval te zijn wanneer hij het heeft over de communicatie tussen kunstenaar en publiek. In plaats daarvan lijkt zijn beschrijving meer aan te sluiten op een ‘esthetische communicatie’ van het publiek met het kunstwerk, zoals Van Maanen deze noemt, dan een sociale interactie. Hij legt deze namelijk vooral uit aan de hand van de effecten van deze communicatie op het individu, die sterk overeenkomen met de cultureel-intrinsieke waarden uit het theoretisch model. Zo zegt hij bijvoorbeeld dat deze ervoor kan zorgen dat het perspectief van de toeschouwer verandert: ‘[...] dat mensen [...] ineens gefascineerd raken, of dat ze in eerste instantie wel aversie hebben maar [...] door beter te kijken toch begrip tonen voor dat wat ze zien’¹⁴⁵. Hij verbindt dit verder niet aan een instrumenteel doel: blijkbaar is hij van mening dat het feit dat kunst mensen ‘anders [leert] kijken’ waardevol is in

¹⁴³ Regel 146-147.

¹⁴⁴ Regel 204-205.

¹⁴⁵ Regel 106-108.

zichzelf. Zijn omschrijving lijkt daarom overeen te komen met de cultureel-intrinsieke waarde van het 'uitdagen van perceptuele schema's en het scheppen van nieuwe zinnebeelden'.

De directeur van Museum P2 beperkt zich dus niet uitsluitend tot sociale waarden om het belang van kunst en cultuur te onderschrijven, maar deze spelen wel een belangrijke rol in zijn vertoog. In de eerste plaats is hij ervan overtuigd dat kunst zorgt voor verbinding. Hij maakt deze waarde nog wat groter wanneer hij stelt dat 'de beschaving van een land wordt afgemeten met hoe je [...] met kunst en je kunstenaars omgaat' en in hoeverre je '[...] openstaat voor [hun] creativiteit en uitingen'¹⁴⁶. Met deze uitspraak maakt de directeur kenbaar dat kunst naar zijn mening een uniek belang heeft voor onze beschaving en hoe mensen met elkaar omgaan.

5.2.6. Het theoretisch model

Als we het theoretisch model toepassen op de legitimering van de eigen activiteiten van Museum P2 wordt duidelijk dat de directeur hierin dezelfde waarden noemt als wanneer hij de waarde van kunst in algemene zin omschrijft. In beide gevallen worden de sociaal-semi-intrinsieke waarden van het 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht' en 'kennis en persoonlijke ontwikkeling' het meest benadrukt. Daarnaast zijn er ook een paar culturele waarden terug te herkennen in de legitimering van het museum, zoals het 'uitdagen van perceptuele schema's en het scheppen van nieuwe zinnebeelden' en het 'opwekken van emotie'¹⁴⁷.

Wat opvalt is dat Museum P2 de sociale waarden van het 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht' en 'kennis en persoonlijke ontwikkeling' heel nauw in verband brengt met de intrinsieke, unieke waarde van kunst. De directeur van het museum is ervan overtuigd dat kunst een uniek belang voortbrengt voor het empathisch vermogen en het 'beschaven' van de maatschappij. Op die manier lijkt hij sociale (instrumentele) waarden gelijk te stellen aan de unieke (intrinsieke) waarde van kunst. Zoals gezegd stelt Van Maanen dat het verschil tussen intrinsieke en extrinsieke waarden niet zo hard is als de theorie doorgaans suggereert. Binnen het vertoog van Museum P2 lijken deze in ieder geval erg dicht bij elkaar te liggen, en wordt de unieke waarde van kunst in verband gebracht met instrumentele waarden.

¹⁴⁶ Regel 126-127.

¹⁴⁷ De inhoudelijk directeur zegt op een gegeven moment dat je als kunstmuseum altijd hoopt dat bezoekers 'geraakt' worden door wat ze zien.

5.2.7. Conclusie

Aan het begin van het interview stelt de directeur van Museum P2 dat het hun belangrijkste missie is om 'een podium [te zijn] voor moderne, eigentijdse kunst uit het Noorden van Nederland'¹⁴⁸. Het lijkt daarom in eerste instantie alsof het museum zich er vooral op richt om iets te betekenen voor 'zijn' kunstenaars door hen bekend te maken bij hun bezoekers.

Verderop in het interview wordt er daarentegen vooral gesproken over wat het museum hoopt te doen voor het publiek. De inhoudelijk directeur blijkt een groot geloof te hebben in het maatschappelijk belang van kunst en kunstmusea, voornamelijk doordat kunst bepaalde veranderingen of effecten teweeg zou brengen bij de toeschouwer.

Sociale waarden zoals het 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht' en 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling' spelen dan ook een belangrijke rol in de legitimering van Museum P2. De directeur lijkt zelfs van mening te zijn dat kunst een 'unieke' sociale waarde voortbrengt, en dat onze beschaving afhankelijk is van kunst en cultuur. Binnen het vertoog van Museum P2 wordt de intrinsieke, unieke waarde van kunst dus sterk in verband gebracht met sociale waarden. Er wordt regelmatig verwezen naar een mentale verbinding die overeen lijkt te komen met wat vaak als de kunstervaring wordt geduid. De waarde van de mentale verbinding wordt vervolgens vooral uitgelegd aan de hand van het effect dat deze zou hebben op het empathisch vermogen van de toeschouwer.

5.3. Museum G1

5.3.1. Achtergrondinformatie

Museum G1 is een museum in het Noorden van Nederland, gelegen in een stad met ongeveer 200.000 inwoners. Het museum is opgenomen in de BIS en ontvangt daarnaast subsidie van de gemeente en provincie. Jaarlijks ontvangen zij ongeveer rond de 250.000-300.000 bezoekers. Naast een grote collectie van moderne en hedendaagse kunst heeft het museum ook een aanzienlijke collectie van historische voorwerpen, voor een groot deel afkomstig uit de regio. Het museum heeft 24 betaalde personeelsleden in dienst, waaronder een algemeen directeur, een zakelijk directeur en zeven conservatoren. Het interview werd afgenomen met de algemeen directeur van het museum.

5.3.2. Gebruikte codes en taalgebruik

In figuur 4 is weergegeven welke waarden en termen de directeur van Museum G1 gebruikte in het legitimeringsvertoog:

¹⁴⁸ Regel 15-17.

| Waardesoort | Waarde | Frequentie | Gebruikte termen |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cultureel | Uitdagen van perceptuele schema's en creëren van nieuwe zinnebeelden (CI) | 3 | Verwonderen, in een andere wereld duiken |
| Cultureel | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (CSI) | 8 | Meningsvorming, kennis, discussie (over kunst), 'informal learning environment', kritisch kijken/denken, 'spiegel van de maatschappij' |
| Cultureel | Opwekken van emotie (CSI) | 1 | Emotie |
| Sociaal | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (SSI) | 2 | Praten, gesprek, verbinden |
| Economisch | Culture-led regeneratie en aantrekkelijkheid van de stad (EE) | 1 | 'Icoon' van de regio, culturele bestemming, |
| Economisch | Directe economische impact (EE) | 2 | Bezoekers, culturele industrie |

Figuur 4.

5.3.3. Missie, visie en eigenheid van het museum

Wanneer de directeur wordt gevraagd om de missie van Museum G1 te omschrijven verwijst hij naar het officiële missie-statement. Het museum stelt zich ten doel om 'de verbinding tussen bezoeker en museum en de bezoekers onderling te versterken' en om 'een zo breed mogelijk publiek [te] verwonderen, aan [te] zetten tot meningsvorming en uit [te] nodigen tot vaak en gevarieerd gebruik'¹⁴⁹. Hun 'kwalitatief hoogstaande collecties en presentaties' vormen de basis om dit te verwezenlijken. De directeur is ook van mening dat het museum zich voornamelijk onderscheidt ten opzichte van andere musea met hun collectie en tentoonstellingen, wat hij uitlegt aan de hand van de 'vooruitziende blik' in het verzamelgedrag van het museum en het 'tegen de stroom in' verzamelen. Het museum kiest daarbij vaak voor kunstenaars die nog niet zijn doorgebroken en daardoor niet zo bekend zijn. Over het belang dat deze manier van verzamelen heeft voor het museum, of de ideologie die erachter zit, wordt verder niet uitgeweid.

¹⁴⁹ Regel 118-119.

Het museum heeft veel aandacht voor de publieksbenadering en streeft naar een zo groot mogelijke 'outreach'. De directeur geeft aan dat zij zich op een breed publiek proberen te richten door iets te bieden wat interessant, maar vooral ook toegankelijk is voor de 'niet-professional' (in zijn woorden) op het gebied van kunst en cultuur. Hij is van mening dat veel kunstmusea dit niet voldoende proberen en dat hun aanpak hierin dus kenmerkend is voor het museum. Hij omschrijft het verschil als volgt:

'[Veel musea] veronderstellen kennis, en gaan uit van de kennis, en de nieuwsgierigheid die door de kennis al veranderd is, en dan komen ze: nou ik weet die kunstenaar is interessant daar ga ik kijken. Wij draaien het een beetje om, wij veronderstellen geen kennis, wij zeggen nou wij hebben hier iets moois te bieden, [...] uh en daarvan denkt men dan oh wauw dat is interessant, nooit gehoord, nooit eerder gezien, uh en daarna komt de kennis. En meningsvorming [...].'¹⁵⁰

De eigenschappen van Museum G1 die de directeur noemt als kenmerkend sluiten duidelijk aan op de doelen die het museum zichzelf stelt in hun geformuleerde missie.

5.3.4. Impact en doelgroepen

Museum G1 beoogt vooral impact te maken op het bezoekend publiek en de regio. Als vervolgens wordt gevraagd wat voor impact het museum hierin denkt of hoopt te maken noemt de directeur al snel voorbeelden van economisch-extrinsieke effecten die men kan meten om deze impact weer te geven, zoals bezoekersaantallen en gegenereerde omzet. Het lijkt er niet op dat hijzelf gelooft dat dit de meest effectieve manier is om de uiteindelijke impact van het museum weer te geven, maar noemt ze vooral als de meest gangbare manier waarop men dit probeert ('dat doet iedereen hè'). Wel noemt hij als eerst de rol van het museum als 'icoon' van de stad om het belang van Museum G1 voor het publiek en de regio te omschrijven, waarbij hij stelt dat 'publiek, politiek en economie' hier belang bij heeft. Hiermee verwijst hij dus toch naar een economisch-extrinsieke waarde van het museum, namelijk voor de aantrekkelijkheid van de stad. De directeur voegt hier wel aan toe: '[...] of het nou de mensen beter maakt, dat weet ik niet. Dat is natuurlijk altijd wat je wilt'. Met dit citaat verzwakt hij het belang van het economisch-extrinsieke argument dat hij hiervoor gaf, door te stellen dat het er uiteindelijk vooral toe doet wat voor effect het museum heeft op haar bezoekers en wat zij voor hen betekent.

¹⁵⁰ Regel 143-148.

Over hun taak als museum zegt de directeur op een gegeven moment dat zij in de eerste plaats iets proberen te doen voor het publiek: niet voor zichzelf, niet voor de kunst 'en zeker ook niet voor de kunstenaars'¹⁵¹. Hieruit blijkt wederom dat het publiek volgens de directeur van Museum G1 de belangrijkste doelgroep is om te bedienen. Op de in de missie genoemde 'verwondering' en het 'aanzetten tot meningsvorming' wordt in het interview nog een aantal keer teruggegrepen om het effect dat het museum op het publiek hoopt te hebben te omschrijven. Het museum ziet het als een belangrijke verantwoordelijkheid om haar bezoekers iets bij te leren en noemt zichzelf daarom een 'informal learning environment'¹⁵². De directeur spreekt daarnaast over 'drie fases' die de bezoeker doormaakt wanneer hij of zij met een kunstwerk wordt geconfronteerd, waarbij hij de eerste twee fases omschrijft als 'emotie' en 'nieuwsgierigheid'. In zijn omschrijving stelt hij de eerste en tweede fase als het ware in dienst van de derde fase, de uiteindelijke 'kennisvorming'. Zodoende blijkt ook hieruit dat het museum het overdragen van kennis aan de bezoeker uiteindelijk als een van haar belangrijkste doelen ziet. Deze kennisvorming wordt door de directeur ook wel omschreven als 'in een andere wereld duiken': het museum hoopt het publiek kennis te laten maken, of te 'confronteren', met iets wat totaal nieuw voor ze is.

Museum G1 lijkt vooral bij te willen dragen aan de kennis en persoonlijke ontwikkeling van de bezoeker uit de overtuiging dat dit van belang is voor de maatschappij. Dit belang lijken zij op twee manieren uit te leggen: ten eerste omdat het leidt tot cultureel onderlegde individuen die een eigen mening kunnen vormen, en ten tweede omdat het mensen met elkaar verbindt. Op deze manier benadert het museum deze waarde dus op zowel culturele als sociale wijze en speelt hij op twee manieren een rol in hun legitimering. Uiteindelijk omschrijft de directeur het kunstmuseum als 'een instrument om je kritisch te laten kijken'¹⁵³. Hij hoopt mensen uit te nodigen om het museum niet alleen te bezoeken, maar actief te 'gebruiken', door het in te zetten voor de eigen meningsvorming en het vergaren van kennis.

Het feit dat het museum groot belang hecht aan het overdragen van kennis heeft er mogelijk mee te maken dat Museum G1 naast een kunstcollectie ook een historische collectie heeft. Daardoor bekleedt het museum ook een erfgoedfunctie en zijn zij er ook op gericht om hun bezoekers iets te leren over de geschiedenis (van de regio).

¹⁵¹ Regel 126-127.

¹⁵² Regel 203.

¹⁵³ Regel 214.

5.3.5. De waarde van kunst

De directeur van Museum G1 zegt niet heel veel over wat volgens hem de belangrijkste waarde van kunst is. Wel heeft hij het vaak over de functie en de waarde van 'het (kunst)museum' in het algemeen. Zoals hiervoor ook werd besproken gelooft hij heel sterk in de educatieve kracht van het museum. Hij gebruikt deze dus zowel in de legitimering van de eigen activiteiten als wanneer hij het heeft over het belang van musea in het algemeen.

In het interview zegt de directeur dat kunst en cultuur tegenwoordig onvoldoende wordt gewaardeerd in onze samenleving. Volgens hem heeft dit een zichtbare (negatieve) invloed op de maatschappij die zich bijvoorbeeld laat zien in de media en actuele discussies over corona, waar je 'heel wat mensen heel veel domme dingen [hoort] zeggen'¹⁵⁴. Hij ziet kunst en cultuur dus als een belangrijk onderdeel binnen de scholing en vorming van mensen. Wanneer hij deze waarde benoemt in het interview legt hij meestal de nadruk op het feit dat kunst, en kunstmusea, mensen kritisch leert kijken en hen helpt in hun 'meningsvorming'. Bij deze laatste heeft hij het niet alleen over het helpen van mensen om een genuanceerde mening te vormen, maar ook om eraan bij te dragen dat zij hun mening durven te uiten. Dit blijkt bijvoorbeeld uit het feit dat de directeur zegt dat hij altijd blij is wanneer er in een musea wordt gepraat, want als mensen iets zien 'waarvan ze denken, snap ik niet, ben waarschijnlijk te dom, dan zijn ze stil'. Zowel de kritische blik als de 'empowerment' van de bezoeker zijn voor dit museum dus belangrijke factoren waar zij aan bij te dragen hebben. Daarnaast zien zij het belang voor mensen om een mening te vormen en deze te durven uiten niet alleen uit op individueel niveau, maar ook op gemeenschapsniveau. Het zorgt er namelijk voor dat men met elkaar in gesprek gaat, 'en als je dat bereikt als museum dan heb je [...] impact'¹⁵⁵. Ook uit de missie-statement van Museum G1 blijkt dat zij nastreven om de 'verbinding tussen bezoekers onderling' te versterken. Hieruit blijkt dat zij aan de waarde van 'kennis en persoonlijke ontwikkeling' ook een sociaal doel verbinden.

5.3.6. Het theoretisch model

'Kennis en persoonlijke ontwikkeling' blijkt voor Museum G1 de belangrijkste waarde aan de hand waarvan zij zichzelf legitimeren. In de manier waarop zij deze omschrijven zijn kenmerken van zowel een sociale ('verbinding') als culturele ('empowerment' van het individu, kritische blik) benaderingswijze te herkennen. Het museum is ervan overtuigd zich op dit vlak te onderscheiden van andere kunstmusea, door toegankelijk te zijn voor verschillende groepen bezoekers en een laagdrempelige manier te bieden om hen kennis te

¹⁵⁴ Regel 202-203.

¹⁵⁵ Regel 157-159.

laten maken met kunst en het museum. De directeur ziet het tevens als een belangrijke functie van (kunst)musea in het algemeen om bij te dragen aan het kritisch denken en de meningsvorming van bezoekers. De cultureel- en sociaal-semi-intrinsieke waarde van 'kennis en persoonlijke ontwikkeling' is dus niet alleen belangrijk binnen de eigen legitimering van het museum, maar ook in hun visie op de waarde van 'de kunst' en 'het kunstmuseum' in het algemeen.

Daarnaast wordt er geregeld gesproken over het 'verwonderen' van het publiek, een term die in het theoretisch model in verband wordt gebracht met de cultureel-intrinsieke waarde van het 'uitdagen van perceptuele schema's en het creëren van nieuwe zinnebeelden'. Deze waarde wordt ook genoemd in het missie-statement van het Museum G1. Wel geeft de wijze waarop dit doel wordt besproken in het interview te denken dat voor het museum deze 'verwondering' vooral dient om nieuwsgierigheid op te wekken bij mensen, en ze uiteindelijk aan te zetten om iets te leren van wat hen wordt gepresenteerd. Hetzelfde geldt voor de cultureel-semi-intrinsieke waarde van het 'opwekken van emotie', die wordt genoemd als een voorafgaande fase aan het opdoen van kennis¹⁵⁶. Het museum lijkt deze waarden dus vooral uit te leggen als essentieel onderdeel van de ervaring die uiteindelijk leidt tot kennisvorming en niet zozeer als belangrijk op zichzelf.

Verder lijkt er in de antwoorden van de directeur een spanning te bestaan tussen het gebruik van economische argumenten om het belang van het museum te onderbouwen, en een bepaalde mate van scepticisme tegenover deze argumenten. Zo stelt hij op een gegeven moment dat op beleidsniveau kunst onvoldoende op waarde wordt geschat, omdat zij vaak het onderspit delven bij sectoren die financieel gezien meer opleveren. Dit is naar zijn mening onterecht omdat kunst en cultuur een belangrijke basisbehoefte van de mens is. Om zijn mening vervolgens kracht bij te zetten stelt hij, vrij paradoxaal, dat deze behoefte ook 'economisch meetbaar' is en dat in Duitsland de 'creatieve industrie' meer economische waarde creëert dan de auto-industrie. Er wordt dus een economisch argument gebruikt om te onderbouwen dat de overheid zich te veel fixeert op economische waarde. Het feit dat de economische argumentaties vaak tegenstrijdig zijn met het punt dat de directeur probeert te maken laat zien dat de economische waarde van kunst, voor zowel Museum G1 als voor de directeur persoonlijk, niet van het grootste belang is. De economische 'impact' wordt hier vooral gebruikt om andere waarden te bewijzen of te bestendigen. Waarschijnlijk is de

¹⁵⁶ In het citaat waar de directeur uitlegt dat er drie 'fases' zijn waar de bezoeker doorheen gaat bij het ervaren van een kunstwerk: emotie, nieuwsgierigheid, en kennis.

directeur dus van mening dat deze meetbare waarden de meeste overtuigingskracht hebben, in ieder geval voor externe partijen.

5.3.7. Conclusie

In de missie-statement van Museum G1, die de directeur ook noemt in het interview, worden ‘een zo breed mogelijk publiek verwonderen, aanzetten tot meningsvorming en uitnodigen tot vaak en gevarieerd gebruik’ als voornaamste doelen van het museum gesteld. In het interview komt vooral het ‘aanzetten tot meningsvorming’ naar voren als belangrijkste waarde die het museum te bieden heeft voor zijn publiek. Zodoende legitimeert het museum zichzelf grotendeels aan de hand van zijn educatieve waarde. Het is aannemelijk dat het waardevertoog ook wordt beïnvloed door het feit dat Museum G1, naast een kunstmuseum, ook een museum voor historisch erfgoed is. Zoals besproken in het theoretisch kader wordt door Gielen et al. erfgoed geduid als een ‘sociale categorie’¹⁵⁷ die vormgeeft aan de relaties en verbondenheid binnen een bepaalde samenleving. Het lijkt erop dat Museum G1 zichzelf in die zin ook een sociale functie toeschrijft. Daarbij moet wel gezegd dat zij de waarde van ‘kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling’ niet alleen op sociaal-semi-intrinsieke wijze lijken te benaderen, maar dat hun legitimering ook duidelijk overeenkomsten vertoont met de cultureel-semi-intrinsieke omschrijving uit het theoretisch kader. In het interview schrijft het museum hun bijdrage op dit vlak zelfs voornamelijk toe aan het stimuleren van kritisch denken bij het individu, in plaats van een daaruit voortkomende verbinding met anderen. Dit getuigt van een overwegend culturele benaderingswijze, al blijkt uit de missie van het museum dat het sociale aspect van verbinding voor hen ook een belangrijk deel vormt van de waarde die zij creëren.

5.4. Museum G2

5.4.1. Achtergrondinformatie

Museum G2 is gelegen in Zuid-Holland, in een stad met ongeveer 80.000 inwoners. Het is een museum voor moderne en hedendaagse kunst met daarnaast nog een kleine historische collectie. Het museum ontvangt subsidie van de gemeente alsook van het Rijk. In 2019, het jaar voor corona, trokken zij ongeveer 70.000 bezoekers. Er zijn 27 betaalde personeelsleden in dienst bij het museum, waaronder een directeur, een zakelijk leider en drie conservators. Daarnaast doen zij ook vaak een beroep op vrijwilligers. Het interview werd gedaan met de zakelijk leider van het museum.

¹⁵⁷ Zie p. 31 in het theoretisch kader.

5.4.2. Gebruikte codes en taalgebruik

In figuur 5 is weergegeven welke waarden en termen de zakelijk leider van Museum G2 gebruikte in het legitimeringsvertoog:

| Waardesoort | Waarde | Frequentie | Gebruikte termen |
|-------------------|--------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------|
| Sociaal | Faciliteren van nieuwe ontmoetingen (SE) | 4 | Verbinden/verbintenis, sociale cohesie |
| Sociaal | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (SSI) | 1 | Verbinden door kunst en geschiedenis |
| Economisch | Directe economische impact (EE) | 2 | Bezoekers, verkoop bij lokale ondernemers |

Figuur 5.

5.4.3. Missie, visie en eigenheid van het museum

Over de missie van Museum G2 vertelt de zakelijk leider dat zij in de laatste jaren een grote verandering hebben doorgemaakt. Hierbij wilden zij naar eigen zeggen niet meer het ‘high-brow kunstinstituut’¹⁵⁸ zijn wat zij voorheen waren, en zijn zij zich meer gaan richten op hun betekenis voor de inwoners van de stad. Onderdeel daarvan is dat het museum zich inzet om brede publieksgroepen te trekken, wat volgens de zakelijk leider merkbaar is in alle verschillende facetten van hun bedrijfsvoering en activiteiten: ze noemt de ‘tone of voice’, de programmering, het personeelsbestand en de publieksbenadering als belangrijke aandachtspunten. Het laat zien dat het museum erg publieksgericht is in de waarde die zij creëren, met name op het lokale publiek. De publieksbenadering wordt dan ook genoemd als het meest onderscheidende kenmerk van Museum G2 ten opzichte van andere kunstmusea.

De manieren waarop Museum G2 iets wil betekenen voor de stad spelen zich voornamelijk af op sociaal vlak. Vooral het bevorderen van de sociale cohesie tussen inwoners onderling is voor hen een belangrijk doel, vertelt de zakelijk leider. Ze zegt dat het museum dit probeert te doen door ‘mensen te verbinden door [middel van] kunst en geschiedenis’¹⁵⁹. Hierbij zijn ze enkele jaren geleden ook gestart met een aparte programmalijn waarvan alle activiteiten in het teken staan van deze doelstelling.

¹⁵⁸ Regel 24.

¹⁵⁹ Regel 44-45.

5.4.4. Impact en doelgroepen

De waarde die het museum wil creëren voor de stad en de lokale 'community' wordt door de zakelijk leider steeds opnieuw aangehaald. Als er wordt gevraagd waarop het museum voornamelijk impact hoopt te hebben heeft het antwoord minder eenduidig betrekking op deze doelgroep. De zakelijk leider geeft aan dat er daarin niet echt een keuze gemaakt kan worden:

*'[...] kijk op het moment dat je je uitsluitend met de community bezig gaat houden, ja dan komt er geen cent meer in je kassa want uh dat is, ja dat is daar zit geen verdienmodel dus je moet ook gewoon de landelijke museumbezoeker naar binnen halen want die, ja die koopt een kaartje en die drinkt een kopje koffie en koopt iets in je winkeltje [...].'*¹⁶⁰

De zakelijk leider betreft de vraag meteen op de impact op de verschillende publieksgroepen, wat er weer blijk van geeft dat Museum G2 zich erg richt op hun waarde voor de bezoekers. Daarnaast wordt hier slechts een praktische (economische) reden genoemd die het voor het museum onmogelijk maakt om zich uitsluitend te gaan richten op de 'community'. Hierdoor kan worden verondersteld dat hier in feite wel hun prioriteit ligt, maar dat zij zich niet tot deze doelgroep kunnen beperken. Na dit antwoord begint de zakelijk leider te vertellen over hoe het museum de kunstcollectie inzet om ook stadsinwoners die gewoonlijk niet naar het museum gaan aan te spreken met hun activiteiten. Dit bevestigt dat zij zich er vooral mee bezig houden om waarde te creëren voor de stad. De zakelijk leider voegt hier nog aan toe dat zij natuurlijk ook willen dat 'de landelijke museumbezoeker' blij is, maar ook later in het interview lijkt dit nog steeds voornamelijk in dienst te staan van hun waarde voor de stad, bijvoorbeeld in economisch opzicht.¹⁶¹

Wanneer er wordt verteld over wat het museum probeert te doen voor de stadsinwoners wordt er vaak gesproken over 'het leggen van verbindingen'. De zakelijk leider geeft meerdere voorbeelden van activiteiten en tentoonstellingen waarmee zij hieraan hebben willen bijdragen. Uit deze voorbeelden blijkt dat het museum zich er vooral op richt om mensen die elkaar normaal niet zouden treffen, samen te brengen. Hierbij wordt kunst ingezet als middel om een gesprek tussen hen op gang te brengen. Ook blijkt dat het

¹⁶⁰ Regel 57-61.

¹⁶¹ '[...] maar van de andere kant moet je ook wel je landelijke koers uh recht houden, want als we die verliezen dan verliezen we ook aan waarde voor de stad, want juist omdat er mensen van buiten komen daar heeft ook, en dan komt wel de economie om de hoek kijken, daar heeft de stad ook gewoon baat bij' (regel 270-274).

museum hier vooral een uitdaging ziet in het aantrekken van de inwoners uit de armere stadswijken die over het algemeen geen museumbezoekers zijn. Als gevolg hiervan is de programmering er merkbaar op ingericht om vooral deze mensen te bereiken. Daarnaast lijkt Museum G2 met name voor deze groep niet-museumbezoekers zich te willen inzetten en van waarde te willen zijn. Aan het begin van het interview geeft de zakelijk leider al aan dat zij gevestigd zijn in een ‘arme stad met veel problemen’¹⁶² die zij als museum niet kunnen oplossen, maar dat zij in ieder geval proberen om ‘mensen te verbinden’. Hieruit blijkt dat zij het extra van belang vinden om een bijdrage te leveren voor de sociale cohesie van de stad vanwege het feit dat veel van haar inwoners te maken hebben met armoede of andere moeilijkheden.

5.4.5. De waarde van kunst

De zakelijk leider van Museum G2 is van mening dat er in Nederland op dit moment onvoldoende belang wordt gehecht aan kunst en cultuur. Ze heeft wel hoop dat de coronaperiode en de voorgaande lockdowns hierin een verandering teweeg zullen brengen en ‘dat mensen wel gaan begrijpen dat als je dat (kunst en cultuur) niet meer hebt dat het leven dan wel echt nogal saai wordt’¹⁶³. Blijkbaar is ze van mening dat kunst zou moeten worden als een ‘unieke’ verrijking van het leven.

Het feit dat kunst zo wordt ondergewaardeerd in Nederland heeft volgens haar voor een groot deel te maken met de volksaard, waarbij ze stelt dat Nederlanders toch een ‘volk van handel’ blijven. De Nederlandse handelsmentaliteit zit een passende waardering van kunst en cultuur naar haar idee dus in de weg. Met deze opmerking bekritiseert zij het feit dat er in Nederland een te groot belang wordt gehecht aan economisch effect ten opzichte van andere soorten waarde, waardoor zij zich van deze economische waardering af lijkt te willen zetten.

Doordat er onvoldoende waardering is voor kunst en cultuur in Nederland wordt er volgens de zakelijk leider te weinig aandacht aan besteed in het onderwijs. Dit vindt zij een kwalijk gevolg omdat het een grote ‘culturele tweedeling’¹⁶⁴ in de samenleving in stand zou houden. Deze opvatting is passend bij Museum G2, aangezien zij juist erg veel belang hechten aan het toegankelijk maken van kunst en cultuur voor een zo breed mogelijk publiek. Het is echter niet helemaal duidelijk of zij de culturele tweedeling hier direct in verband brengt met de financiële tweedeling in de maatschappij. In dat geval zou zij mogelijk ook een waarde aan kunst toeschrijven voor het bevorderen van de ‘sociale positie’ van mensen. Doordat de

¹⁶² Regel 43.

¹⁶³ Regel 190-192.

¹⁶⁴ Regel 182.

zakelijk leider hier begint over ongelijkheid in de samenleving op cultureel, maar ook op financieel vlak, lijkt zij hier enigszins te refereren aan de waarde van kunst voor het '(sociaal) kapitaal' van het individu. Als kunst en cultuur voor iedereen toegankelijk wordt gemaakt zou dit een positieve invloed kunnen hebben op de bevolkingsgroepen die een sociale achterstand hebben op de meerderheid. Het kan dus ook zijn dat zij hiermee niet per se doelt op het effect op de sociale positie van sommige groepen mensen die minder cultureel onderlegd zijn, maar puur op het feit dat iedereen evenveel toegang zou moeten hebben tot kunst en cultuur vanwege haar levensverrijkende waarde.

5.4.6. Theoretisch model

Museum G2 legitimeert zichzelf voor een groot deel aan de hand van hun sociale waarde op lokaal niveau. Er worden gedurende het interview veel verschillende voorbeelden genoemd van activiteiten en programma's die erop gericht zijn om bij te dragen aan de sociale cohesie van de stad. Het valt op dat vrijwel alleen de sociaal-extrinsieke waarde van het 'faciliteren van nieuwe ontmoetingen' terug te herkennen is in de manier waarop zij hun bijdrage hieraan omschrijven. Het museum lijkt zich vooral in te willen zetten om mensen met elkaar in contact te brengen, waarbij zij hun museum gebruiken als een soort 'ontmoetingsplek'.

Museum G2 lijkt zich enigszins af te willen zetten tegen een economische benadering van de waarde van kunst. Er wordt maar één keer verwezen naar de directe economische impact van het museum om haar belang aan te tonen. Ook met dit argument wordt gerefereerd aan hun waarde voor de stad, aangezien hier de economische waarde die zij creëren voor de lokale ondernemers wordt besproken.¹⁶⁵ Daarbuiten wordt er nog wel een aantal keer gesproken over economische waarden, maar niet als onderdeel van hun legitimering. Zo noemt de zakelijk leider bijvoorbeeld nog een keer hoe kunst en cultuur tegenwoordig geregeld wordt ingezet voor de regeneratie van steden, in het theoretisch model opgenomen als de economisch-extrinsieke waarde van 'culture-led regeneratie en aantrekkelijkheid van de stad of regio'. Zij zegt hierover dat het 'in ieder geval iets' is, maar dat er ook veel kanttekeningen bij te plaatsen zijn, onder andere dat er vooral sprake is van een commerciële drijfveer¹⁶⁶. Over het algemeen komt de economische waarde meestal ter sprake in het interview wanneer er kritiek wordt geleverd op de huidige gang van zaken en de waardering van kunst.

¹⁶⁵ Regel 273.

¹⁶⁶ Regel 221-223.

Het is opvallend dat de culturele waarde van kunst geen enkele keer direct wordt benoemd in het interview. De zakelijk leider van Museum G2 is wel van mening dat het leven zonder kunst en cultuur 'nogaal saai' wordt, waarmee ze stelt dat kunst noodzakelijk is voor een leuk en volwaardig leven. Hiermee wordt mogelijk verwezen naar de cultureel-intrinsieke waarde, zoals Gielen et al. deze bijvoorbeeld omschrijven wanneer zij spreken over cultuur als 'de enige zingever van een mensenleven'¹⁶⁷. Ook uit het feit dat er wordt gepleit voor een nieuwe, minder instrumentele waardering van kunst (waar 'niks achter zit') blijkt dat ze overtuigd is van de niet-instrumentele waarde van kunst. Deze wordt verder alleen niet onder woorden gebracht en speelt ook vrijwel geen rol in de eigen legitimering, waarin de sociaal-extrinsieke waarde voor de lokale inwoners heel nadrukkelijk de boventoon voert.

5.4.7. Conclusie

Museum G2 legitimeert zich van alle musea veruit het meest aan de hand van hun belang voor de stad, met name op sociaal-extrinsiek vlak, maar ook deels economisch-extrinsiek. Het is aannemelijk dat het feit dat het museum subsidie ontvangt van de gemeente voor hen een belangrijke reden is om voor de stad van betekenis te willen, en deels moeten, zijn, wat ook wordt bevestigd in een uitspraak van de zakelijk leider:

*'Het is een hele rare gedachte, Rosalie dat mijn salaris gewoon betaald wordt door de mensen die hier wonen, terwijl als je daarover gaat nadenken uh dan moet je toch wel, ja dan moet je toch ook wel iets betekenen, en dat is heel veel jaren, zeg meer dan honderd jaar, is dat maar onduidelijk of dat zo was.'*¹⁶⁸

De culturele waarde van Museum G2 wordt eigenlijk niet genoemd in de eigen legitimering. Dit kan ermee te maken dat het interview werd afgenomen met de zakelijk leider van het museum, die onder andere verantwoordelijk is voor de subsidies en fondsenwerving. Vanuit haar functie zal zij het gewend zijn om het belang van de activiteiten van het museum grotendeels aan de hand van instrumentele, meetbare waarde te onderbouwen naar hun financiers. In een interview met de inhoudelijk directeur zou mogelijk meer gerefereerd worden aan de culturele waarde, aangezien zij zich meer bezighoudt met de artistieke missie van het museum dan de zakelijk leider.

¹⁶⁷ 2014: p. 119.

¹⁶⁸ Regel 266-268.

5.5. Museum G3

5.5.1. Achtergrondinformatie

Museum G3 is een museum voor moderne en hedendaagse kunst, gelegen in een stad in Noord-Holland met ongeveer 90.000 inwoners. Hun collectie bevat voornamelijk werken van één moderne kunststroming, waardoor zij zich hier als museum in hebben gespecialiseerd. Het museum wordt gesubsidieerd door de gemeente. In de jaren voor de coronacrisis ontvingen zij rond de 40.000 bezoekers per jaar. In totaal heeft het museum 19 betaalde medewerkers in dienst en is er een groep vrijwilligers bij hen aangesloten. Het interview werd afgenomen met de directeur.

5.5.2. Gebruikte codes en taalgebruik

In figuur 6 is weergegeven welke waarden en termen de directeur van Museum G3 gebruikte in het legitimeringsvertoog:

| Waardesoort | Waarde | Frequentie | Gebruikte termen |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------|-------------------------------------------------------------------|
| Sociaal | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (SSI) | 2 | Verbinden/verbintenis, sociale cohesie |
| Cultureel | Uitdagen van perceptuele schema's en creëren van nieuwe zinnebeelden (CI) | 1 | Dialogoog (tussen werk en het publiek) |
| Cultureel | Gebruik en het daaruit voortkomend plezier van de verbeeldingskracht (CI) | 1 | Genieten (van kunst) |
| Cultureel | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (CSI) | 4 | Leren, kennismaken |
| Cultureel | Geestelijk welzijn (CE)* | 2 | Welzijn, middel tegen depressie |
| Economisch | Culture-led regeneratie en aantrekkelijkheid van stad of regio | 2 | (Inter)nationale aantrekkingskracht, stadsimago versterken |
| Economisch | Directe economische impact (EE) | 5 | Bezoekers(aantallen), verdienmodel/businessmodel, eigen inkomsten |

Figuur 6.

5.5.3. Missie, visie en eigenheid van het museum

Omdat de museumcollectie voornamelijk kunstwerken van één specifieke kunststroming bevat stelt de directeur dat het een belangrijk onderdeel van hun missie is om te werken vanuit het gedachtegoed van deze stroming. Zodoende vormt dit gedachtegoed de rode draad in de tentoonstellingen en activiteiten. Daarbij kiest het museum sinds een aantal jaar voor haar tentoonstellingen altijd voor thema's die op dit moment 'maatschappelijk urgent'¹⁶⁹ en relevant zijn. Dit is volgens de directeur een belangrijk kenmerk waarmee Museum G3 zich onderscheidt van andere musea, evenals het unieke karakter van de collectie.

Wanneer er wordt gesproken over de onderscheidende kenmerken van het museum ten opzichte van andere kunstmusea noemt de directeur ook hun 'goede businessmodel'¹⁷⁰. Dit onderbouwt hij met het feit dat het totale budget van het museum afgelopen jaar voor tweederde uit eigen inkomsten bestond, wat volgens hem voor een museum van hun grootte erg goed is. Hij voegt hier daarna nog aan toe dat hij niet denkt dat dit per se een unieke eigenschap is en dat er wel meer kunstmusea zijn die voor een groot deel op eigen inkomsten draaien. Uit het feit dat hij het verdienmodel zelf opbrengt blijkt dat hij dit wel ziet als een belangrijke indicator voor de prestaties en het karakter van het museum.

5.5.4. Impact en doelgroepen

Wanneer er wordt gevraagd waarop het museum vooral 'impact' hoopt te maken noemt de directeur de bezoekers. In plaats van een beoogd effect op de individuele bezoekers of hun relaties onderling heeft hij het hier in eerste instantie over de bezoekersaantallen, waarvoor het museum zich elk jaar doelen stelt. Om deze te halen vinden zij het belangrijk om nieuwe publieksgroepen aan te trekken en deze 'vast te houden en mee te nemen naar de volgende tentoonstelling'. De wens om een steeds breder publiek te trekken lijkt bij Museum G3 dus in de eerste plaats vanuit een economische motivatie te komen. Later heeft de directeur wel nog een toevoeging op dit economische argument:

'[...] kijk kunst zonder mensen bestaat gewoon niet, heeft geen zin. Het gaat echt om de dialoog tussen het werk en de mensen en met andere mensen als dat zo is. Dus [...] ik denk dat je een, dat je iets kan aanbieden waar mensen wat van leren of waar ze van genieten of

¹⁶⁹ Regel 72.

¹⁷⁰ Regel 84.

*waar ze rijker van worden [...] Ja dat wil je gewoon voor zoveel mogelijk mensen beschikbaar stellen.*¹⁷¹

Het citaat geeft duidelijk weer dat de doelstellingen van Museum G3 omtrent bezoekersaantallen voor hen niet alleen een economisch belang hebben, maar dat deze ook samenhangen met hun wens om zoveel mogelijk mensen te ‘verrijken’ met hun culturele aanbod. De impact die het museum denkt of hoopt te hebben op het individu wordt dus niet als eerste genoemd, maar is wel degelijk een belangrijke drijfveer voor hun activiteiten. De directeur is hierbij ook van mening dat ‘de dialoog tussen het werk en de mensen’ uiteindelijk is waar het om draait. Mogelijk dienen deze bezoekersaantallen voor hen vooral als ‘meetinstrument’ om weer te geven in hoeverre het hen lukt om een grote groep mensen te ‘verrijken’ met hun aanbod, in plaats van dat het hen echt gaat om het economisch nut.

Op lokaal niveau streeft Museum G3 er in de eerste plaats naar om een educatieve functie te vervullen voor kinderen uit de stad, bijvoorbeeld door scholen te ontvangen. De directeur legt hun belang op dit vlak vooral uit aan de hand van de eerste kennismaking met kunst die zij leerlingen kunnen bieden. Daarnaast bieden ze educatieve programma’s aan zodat kinderen actief aan de slag kunnen met de maatschappelijke thema’s van hun tentoonstellingen. Ook de volwassen stadsinwoners willen zij de kans te bieden om ‘met iets nieuws kennis te maken’¹⁷². Wat hij bedoelt met ‘iets nieuws’ wordt niet gespecificeerd, dus het is onduidelijk of de directeur het hier vooral heeft over de kunst die zij presenteren of de maatschappelijke thema’s van hun tentoonstellingen. Wel lijken de rest van de interviewantwoorden erop te wijzen dat zij het vooral belangrijk vinden om bezoekers iets bij te leren over urgente maatschappelijke kwesties en hen aan te sporen tot kritisch nadenken. Om mensen op cultuurhistorisch vlak iets bij te brengen, dus over de oorsprong van de kunst zelf, lijkt hieraan een ondergeschikt doel te zijn.

Hierna stelt de directeur dat het museum ook een ‘economische rol’ te spelen heeft voor de regio, door nationale en internationale bezoekers te trekken en op die manier bij te dragen aan het ‘internationale elan van de stad’¹⁷³. Hij vat hun functie vervolgens samen als ‘[ter] lering en vermaak’, waarschijnlijk doelend op de veronderstelde motivatie van bezoekers om naar het museum komen. In zijn voorgaande antwoorden wordt er feitelijk niks gezegd over de manier waarop zij als museum hun nationale en internationale publiek proberen te

¹⁷¹ Regel 137-139 en regel 148.

¹⁷² Regel 171-172.

¹⁷³ Regel 179.

'vermaken' of hun waarde voor de individuele bezoeker op dit vlak, maar wordt er alleen gesproken over de economische effecten die hiermee worden bereikt.

5.5.5. De waarde van kunst

De directeur omschrijft kunst en cultuur als 'een noodzakelijke aanvulling op het welzijn'¹⁷⁴, maar is van mening dat kunst in Nederland onvoldoende wordt gewaardeerd als zodanig. In plaats daarvan wordt er volgens hem 'heel erg economisch' naar de waarde van kunst gekeken. Hierover zegt hij daarna:

*'[...] en dat [economische] argument moeten wij ook steeds maken bijvoorbeeld wij hadden hier 77.000 bezoekers voor die (naam tentoonstelling) in vier maanden tijd, nou als je dan nagaat dat de slavernijtentoonstelling in het Rijksmuseum was 80, in een langere periode dus dat was een van de meest succesvolle tentoonstellingen van het afgelopen jaar denk ik. Nou ja maar dan uh, dan moet ik het economische argument ook gebruiken want dan hebben we onderzoek laten doen, van nou wat hebben die mensen nou buiten het museumbezoek uitgegeven hier in (naam stad), parkeergarage restaurants shoppen weet ik veel. En dat komt dan toch op ongeveer 4,5 miljoen plus, nou dat is een typisch Nederlands argument.'*¹⁷⁵

Met deze voorbeelden wil de directeur aangeven op wat voor manier het museum steeds gedwongen wordt om hun waarde economisch te onderbouwen. Het is interessant dat hij het blijkbaar belangrijk vindt om hier de uiteindelijke economische resultaten erbij te benoemen, waarbij ook enige trots te bespeuren is. Door de tentoonstelling met 77.000 bezoekers te bestempelen als 'een van de meest succesvolle tentoonstellingen van het afgelopen jaar' vervalt hij tevens in een economisch waardeoordeel. De directeur van Museum G3 bekritiseert de 'typisch Nederlandse' economische benadering van de waarde van kunst, maar lijkt zelf toch ook van mening te zijn dat economische prestaties wel degelijk meewegen.

Ondanks dat de directeur zich in de praktijk niet volledig afzet tegen een economische waardering, kan het nog steeds zijn dat hij van mening is dat andere waarden die kunst voortbrengt belangrijker gevonden moeten worden. Zoals eerder gezegd noemt hij bijvoorbeeld het belang van kunst en cultuur voor het welzijn van mensen. Hij lijkt hiermee vooral te doelen op het geestelijk welzijn, aangezien hij dit onderbouwt met een voorbeeld uit

¹⁷⁴ Regel 239-240.

¹⁷⁵ Regel 212-220.

België, waar mensen met een depressie een museumbezoek 'op recept' kregen. Daarnaast beschouwt hij ook het 'maatschappelijk relevant' zijn als een belangrijke taak voor kunstmusea in het algemeen. Dit ziet hij meer als iets waar kunstmusea zich voor in zouden moeten zetten in plaats van een waarde die kunst op zichzelf voortbrengt. Het feit dat de directeur van mening is dat kunst als onderdeel van een maatschappelijk verhaal moet worden gepresenteerd laat wel zien dat hij gelooft dat kunst op dit vlak een waardevolle bijdrage te leveren heeft. Er wordt niet veel uitgeweid over wat deze bijdrage dan zou moeten zijn, maar hij noemt wel voorbeelden van maatschappelijke kwesties waar naar zijn mening iets mee gedaan moet worden. Een daarvan is de bewustwording in Nederland omtrent seksueel grensoverschrijdend gedrag en de '#MeToo' situatie:

*'[...] hier in Nederland, het is een heel, heel gezapig land die zijn heel uh overtuigd dat ze het allemaal zo goed doen, en ik vind dat die reacties dan heel laat komen. Dus weet je ik vind het heel belangrijk dat je je dan openstelt voor wat, dat zijn de maatschappelijke ontwikkelingen en in hoeverre spelen wij daarop in, zodat je dus ook uh relevant kan zijn.'*¹⁷⁶

Ondanks dat het beoogde effect door maatschappelijk relevant te zijn niet expliciet wordt benoemd, lijkt het voor Museum G3 vooral te maken te hebben met mensen bewust maken van wat er speelt en op die manier meewerken aan positieve maatschappelijke veranderingen.

5.5.6. Het theoretisch model

Het museum legt de eigen waarde voor de stadsinwoners voor een groot deel uit aan de hand van de waarde van 'kennis en persoonlijke ontwikkeling'. Hun missie om tentoonstellingen te organiseren die inhaken op urgente maatschappelijke kwesties houdt hier sterk verband mee. Uit andere uitspraken van de directeur valt namelijk op te maken dat hij op deze manier hoopt bij te dragen aan maatschappelijke veranderingen die hijzelf als positief ziet, of die zich op dat moment al aan het ontwikkelen zijn.¹⁷⁷ Ondanks dat er expliciet niet veel wordt gezegd over het belang voor het museum om maatschappelijk relevant te zijn, getuigt dit van een sociaal doel. Daarnaast streeft het museum er ook naar om mensen kennis te laten maken met kunst, waarbij zij bijvoorbeeld veel aandacht besteden aan het ontwikkelen van educatieve programma's voor scholieren. Op die manier wil het museum bijdragen aan de culturele ontwikkeling van het individu. Hun benadering

¹⁷⁶ Regel 310-314.

¹⁷⁷ Blijkt uit het citaat in regel 310-314.

van de semi-intrinsieke waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling' lijkt dus zowel sociaal als cultureel te zijn.

Verder wordt er geregeld gebruik gemaakt van economisch-extrinsieke argumenten om het belang van het museum te onderbouwen. Het museum lijkt er dus van overtuigd dat hun economische prestaties een belangrijke indicator zijn van hun waarde, wat mogelijk wijst op een 'vereconomiseerde' legitimering. Interessant hieraan is dat de directeur tegelijkertijd van mening is dat er in Nederland in toenemende mate¹⁷⁸ 'te economisch' naar kunst en cultuur wordt gekeken. Het doet denken dat het museum tegenstrijdige opvattingen heeft wat betreft de economische waardering van kunst: enerzijds lijken zijzelf een vrij groot belang te hechten aan economische prestaties, maar anderzijds hebben zij wel kritiek op het feit dat deze tegenwoordig zo zwaar wegen, specifiek voor overheden.

In het interview met Museum G3 wordt onder andere het belang voor het welzijn van mensen genoemd om kunst te legitimeren. Deze waarde is niet opgenomen in het theoretisch model, maar gezien deze wel deel uitmaakt van het waardevertoog van dit museum is het interessant om te kijken waar deze kan worden ingedeeld. Het argument is duidelijk extrinsiek van aard aangezien het een beroep doet op de functionele 'impact' van kunst, in plaats van de niet-instrumentele 'value'. Of het effect moet worden ingedeeld bij sociale, economische of culturele waarden is iets minder duidelijk. Door Gielen et al. wordt het effect van kunst op de gezondheid dan ook besproken in een apart hoofdstuk¹⁷⁹, waarmee zij deze als 'subcategorie' behandelen in hun onderzoeksrapport. De auteurs stellen dat er recentelijk steeds meer wetenschappelijke aandacht is voor de relatie tussen cultureel participatiegedrag en gezondheid, waarbij vooral de mate waarin mensen gezondheid en welzijn 'ervaren' wordt onderzocht. Zodoende hebben een aantal internationale studies al een duidelijke relatie aan kunnen tonen tussen cultuurdeelname en de 'subjectief ervaren gezondheid van mensen'¹⁸⁰, voornamelijk bij vormen van receptieve kunstactiviteiten¹⁸¹.

In de onderzoeken die Gielen et al. bespreken lijkt de nadruk te liggen op de positieve effecten van kunst op het psychologisch welzijn. Deze effecten worden vooral toegeschreven

¹⁷⁸ De directeur zegt dat hij Nederland steeds 'krenteriger' vindt worden in hun waardering van kunst en cultuur, waarmee hij bedoelt dat deze alleen maar meer wordt teruggedrongen tot een economische waarde.

¹⁷⁹ 2014: p. 37.

¹⁸⁰ p. 38.

¹⁸¹ Receptieve kunstactiviteiten zijn 'die activiteiten waarin de deelnemer als 'ontvanger' participeert' (p. 39), waarvan het bezoeken van een museum of tentoonstelling een voorbeeld is. Gielen et al. noemen dat de effecten van receptieve activiteiten vaak worden vergeleken met effecten van creatieve activiteiten, waarbij men actief deelneemt aan het maken van kunst (p. 38).

aan het feit dat kunst zich leent als een ‘betekenisvolle [activiteit] die [de] menselijke vermogens [uitdaagt]’¹⁸², een beschrijving die heel dicht in de buurt komt van de cultureel-intrinsieke waarde uit het theoretisch model. Ook de directeur van museum G3 refereert expliciet aan de positieve effecten van kunst (specifiek het museumbezoek) op het geestelijk welzijn van mensen. Hij lijkt hiervoor vooral een unieke, culturele waarde van de kunst zelf te suggereren, aangezien hij niet verwijst naar sociale neveneffecten van het bezoek die dit effect zouden voortbrengen. De waarde van kunst voor het geestelijk welzijn wordt dus door zowel de directeur van museum G3 als Gielen et al. beschreven als de functionele ‘impact’ van de kunstervaring, of de cultureel-intrinsieke waarde. Daarom wordt deze in het theoretisch model onder ‘cultureel-extrinsieke waarden’ geschaard.

5.5.7. Conclusie

Van alle geïnterviewde musea spelen bij Museum G3 de economische waarden met overtuiging de grootste rol in de legitimering. De economisch-extrinsieke waarden van ‘directe economische impact’ en ‘*culture-led* regeneration en aantrekkelijkheid van de stad’ worden genoemd om de eigen waarde voor de stad te kenmerken. Er is ook enige trots merkbaar bij de directeur wanneer hij spreekt over de economische resultaten, zoals bezoekersaantallen en eigen gegenereerde inkomsten. Hieraan is te merken dat het museum het eigen belang voor een relatief groot deel uitlegt aan de hand van economische effecten en dat zij deze zien als geschikt meetinstrument voor hun waarde. Het is echter niet zo dat er verder geen andere waarden voorkomen in hun legitimering, want ook de semi-intrinsieke waarde van ‘kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling’ blijkt voor hen erg belangrijk. Zij lijken van alle musea ook het meest overtuigd van hun kracht om via deze waarde bij te dragen aan maatschappelijke verandering. Zodoende beogen zij hiermee een sterke sociale waarde te leveren, maar ook cultureel, namelijk door mensen kennis te laten maken met kunst en bij te dragen aan hun kritische blikvorming.

De directeur van het museum omschrijft kunst als ‘noodzakelijke aanvulling op het welzijn’, waarmee hij suggereert dat de unieke waarde van kunst op deze manier een extrinsiek, of instrumenteel, doel dient. Door de wijze waarop deze waarde voorkomt in het vertoog van Museum G3 samen te brengen met de theorie van Gielen et al. werd geconcludeerd dat deze in het theoretisch model kan worden ingedeeld bij cultureel-extrinsieke waarden. Zodoende kan ook worden opgemerkt dat Museum G3 voor het grootste deel extrinsieke waarden gebruikt in de legitimering.

¹⁸² Gielen et al., 2014: p. 42.

6. Vergelijken van de resultaten

In dit deel worden de analyses van de individuele kunstmusea met elkaar vergeleken. Hier wordt eerst een schematisch overzicht gegeven van de codes die zijn gebruikt om de interviews met de gesubsidieerde en private kunstmusea te analyseren, en de termen die hiermee in verband werden gebracht. Daarna wordt kort samengevat in welk opzicht de missies en belangrijkste doelstellingen van de geïnterviewde musea van elkaar verschillen.

6.1. Gebruikte codes en taalgebruik

In de onderstaande figuren is te zien welke waarden en gerelateerde termen voorkwamen in het legitimeringsvertoog van de gesubsidieerde (figuur 7) en private kunstmusea (figuur 8).

| Gesubsidieerde musea | | | |
|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Waardesoort | Waarde | Frequentie | Gerelateerde termen |
| Economisch | Directe economische <i>impact</i> (extrinsiek) | 9 | Bezoekers(aantallen), verdienmodel/businessmodel, eigen inkomsten, verkoop bij lokale ondernemers |
| Economisch | <i>Culture-led</i> regeneratie en aantrekkelijkheid van stad of regio (extrinsiek) | 3 | (Inter)nationale aantrekkingskracht, stadsimago versterken, 'icoon' van de regio, culturele destinatie |
| Sociaal | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (semi-intrinsiek) | 5 | Maatschappelijke ontwikkelingen/urgentie, verbinden (door kunst en geschiedenis), praten, gesprek, omgaan met anderen |
| Sociaal | Faciliteren van nieuwe ontmoetingen (extrinsiek) | 4 | Verbinden/verbintenis, sociale cohesie |
| Cultureel | Uitdagen van perceptuele schema's en creëren van nieuwe zinnebeelden (intrinsiek) | 4 | Dialogoog (tussen werk en het publiek), verwondering, in een andere wereld duiken, ideeën 'uitwisselen' (kunst – publiek) |
| Cultureel | Gebruik en het hieruit voortkomende plezier van de | 2 | Genieten (van kunst), 'rijker worden' |

| | | | |
|------------------|--------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | verbeeldingskracht (intrinsiek) | | |
| Cultureel | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (semi-intrinsiek) | 12 | Leren, ontdekken, kennismaken, meningsvorming, discussie (over kunst), 'informal learning environment', kritisch kijken/denken, 'spiegel van de maatschappij' |
| Cultureel | Opwekken van emotie (semi-intrinsiek) | 1 | Raken, emotie |
| Cultureel | Geestelijk welzijn (extrinsiek)* | 2 | Welzijn, middel tegen depressie |

Figuur 7.

| Private musea | | | |
|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Waardesoort | Waarde | Frequentie | Gerelateerde termen |
| Sociaal | Aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht (semi-intrinsiek) | 4 | 'Kijken met de ogen van de ander', 'leren dat andere mensen anders kijken', beschaving |
| Sociaal | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (semi-intrinsiek) | 1 | 'Voeling met waar we vandaan komen' |
| Cultureel | Uitdagen van perceptuele schema's en creëren van nieuwe zinnebeelden (intrinsiek) | 5 | Inspireren, communiceren (van het kunstwerk met het publiek), fascinatie/gefascineerd raken, mensen anders leren kijken |
| Cultureel | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (semi-intrinsiek) | 1 | Ideeën uitwisselen |
| Cultureel | Opwekken van emotie (semi-intrinsiek) | 1 | Raken |

Figuur 8.

6.2. Missie, visie en eigenheid van het museum

De missies van de kunstmusea zoals deze worden omschreven in de interviews zijn vrij uiteenlopend. Toch is er een duidelijk verschil te merken in de doelgroep, of meerdere doelgroepen, die de private en gesubsidieerde musea betrekken in hun missie. De private musea formuleren hier namelijk allebei een doelstelling die betrekking heeft op de kunstenaars die zij representeren, maar de gesubsidieerde musea doen dit niet. In plaats daarvan ligt in de missies van Museum G1 en G2 de focus duidelijk bij de waarde die zij willen creëren voor de bezoekers en stadsinwoners. De directeur van G3 noemt in zijn eerste antwoord niet concreet een voornaamste doelgroep van het museum, maar verderop in het interview spreekt hij wel over de meerdere 'niveaus' (lokaal, regionaal, nationaal en internationaal) waarop het museum zich doelen stelt. Voor geen van deze niveaus komen doelstellingen die betrekking hebben op de kunstenaars ter sprake.

Vier van de vijf musea noemt 'de collectie' als het kenmerk, of een van de kenmerken, waarmee zij zich het meest onderscheiden. Alleen Museum G2 kiest hier voor de publieksbenadering. Museum G1 geeft wel aan dat zij hier veel aandacht voor hebben, maar zijn niet van mening dat zij hier op een 'unieke' manier mee omgaan. Museum G3 noemt als enige museum nog het 'businessmodel' als kenmerkend. De directeur is er niet van overtuigd dat zij als enige kunstmuseum een goed lopend verdienmodel hebben en zich op die manier onderscheiden, maar vindt het wel kenmerkend voor het museum dat zij op dit vlak goede resultaten boeken.

Aan de manier waarop de kunstmusea hun missies en uniciteit omschrijven is in de meeste gevallen ook al af te leiden welke waardesoort dominant is in hun legitimering. Zo is het eigenlijk niet verrassend dat Museum G2 grotendeels sociale argumenten gebruikt aangezien zij zich in hun missie erg nadrukkelijk richten op hun waarde voor de stad en het lokale publiek, en is het ook te verwachten dat Museum G3 relatief vaak gebruik maakt van economische argumenten aangezien zij als enige museum het businessmodel noemen als onderscheidende eigenschap.

6.3. Legitimering van het eigen museum

6.3.1. Het gebruik van de waardesoorten en doelgroepen

De private kunstmusea noemen geen een keer de economische effecten wanneer zij het hebben over hun beoogde 'impact'. Twee van de drie gesubsidieerde musea verwijzen wel naar hun economisch-extrinsieke 'impact' om hun waarde te onderbouwen, waarbij Museum G3 zelfs het vaakst gebruik maakt van economisch-extrinsieke argumenten in de eigen

legitimering. Er is dus een duidelijk verschil merkbaar in het gebruik van economische argumenten door de private en gesubsidieerde musea.

Wat voor waarden dan wel belangrijk zijn binnen de legitimering van de private kunstmusea is vrij verschillend. Ten eerste leggen zij allebei de nadruk op hun waarde voor een andere doelgroep. Zoals eerder gezegd willen beide musea iets betekenen voor 'hun' kunstenaars en betrekken zij hen daarom allebei in hun missie, maar alleen Museum P1 lijkt zichzelf meer te legitimeren aan de hand van hun waarde voor de kunstenaars dan voor de bezoekers. Bij Museum P2 komt toch vooral de waarde voor het bezoekend publiek ter sprake wanneer het gaat over het belang van het eigen museum. Daarnaast lijkt Museum P1 er vooral op gericht te zijn om de kunst te 'bevorderen' door kunstenaars te ondersteunen in hun werk. Hierdoor leggen zij hun waarde in de eerste plaats uit aan de hand van hun belang voor de kunst zelf in plaats van voor het individu (zoals de kunstenaar) of de samenleving. Het overwegend sociologische perspectief van het theoretisch model blijkt niet helemaal passend om de legitimering van Museum P1 te analyseren. Aangezien zij vooral willen bijdragen aan de ontwikkeling van de kunst blijken zij met name overtuigd te zijn van de culturele waarde die zij voortbrengen.

Museum P2 werkt nadrukkelijk vanuit de overtuiging dat de kunstenaars die zij representeren 'interessant genoeg [zijn] om [hen] te laten communiceren met een publiek' en dat hun collectie van een hoge artistieke kwaliteit is. Door bezoekers te laten communiceren met de werken uit de collectie dragen zij bij aan hun vermogen om te 'kijken met de ogen van de ander' en vervolgens begrip en empathie op te wekken. Op die manier dragen zij naar hun idee vooral bij aan 'verbinding'.

Alle drie de gesubsidieerde musea proberen, naast voor het bezoekend publiek, ook nog iets te betekenen voor de stad of regio. Dit hangt logischerwijs samen met de eisen die aan hen worden gesteld door de gemeente, aangezien zij allemaal gemeentelijke subsidie ontvangen. Alleen Museum G1 ontvangt daarnaast ook nog Rijkssubsidie. Bij dit museum is dan ook te merken dat hun waarde voor de stad het minst prominent naar voren komt in hun legitimering van alle gesubsidieerde musea. Daarbij kan ook worden opgemerkt dat de legitimering van Museum G1 het minst extrinsiek is van aard. Zowel Museum G2 als G3 benoemen geregeld hun extrinsieke 'impact', waarbij G2 dit vooral doet op sociaal vlak en G3 meer op economisch vlak. Museum G1 ervaart met zijn aanvullende Rijkssubsidie mogelijk de meeste vrijheid om zich minder bezig te houden met hun meetbare effect op lokaal niveau.

De private musea lijken wel allebei een connectie te willen behouden met de plaats waar zij zijn gevestigd, met name Museum P2. Zij exposeren en verzamelen namelijk bijna alleen

maar werken van kunstenaars uit de regio. Ondanks dat hun activiteiten dus vrij sterk worden beïnvloed door de plek waar zij gesitueerd zijn, lijken zij zich nauwelijks te legitimeren aan de hand van hun waarde voor de stad of regio. Het zou kunnen dat hun focus op lokale kunstenaars meer verband houdt met de wens van het museum om zich te onderscheiden en iets 'unieks' te bieden, dan om op economisch, sociaal of cultureel vlak van betekenis te zijn voor de stad. Dit wordt in het interview in ieder geval niet genoemd, wat suggereert dat dit voor Museum P2 in ieder geval niet de belangrijkste waarde is die zij voortbrengen.

6.3.2. Verbinding

Zoals eerder gezegd wordt in het interview met Museum P2 veel over 'verbinden' gesproken wanneer men het heeft over de waarde van het eigen museum, maar ook van de kunst zelf. Niet alleen voor hen, maar ook voor Museum G1 en G2 blijkt dit een belangrijk punt te zijn. Wel benaderen alle drie de musea dit thema op een andere manier. Zoals gezegd wil Museum P2 vooral verbinden door bij te dragen aan het empathisch vermogen en het 'begrip' van hun publiek, in eerste instantie richting de kunstenaars, maar uiteindelijk ook naar anderen toe. De sociaal-semi-intrinsieke waarde van het 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht' wordt hierbij het vaakst genoemd. Museum G1 legt de nadruk minder op empathie en meer op kennis- en meningsvorming. Zij willen bijdragen aan de gedeelde kennis van hun bezoekers en hen aansporen om een eigen mening te vormen en deze te uiten, om op die manier communicatie en verbinding tussen mensen onderling te stimuleren. De waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling' staat voor hun centraal: de cultureel-intrinsieke waarde van het 'uitdagen van perceptuele schema's' ('verwondering') en de cultureel-semi-intrinsieke waarde van het 'opwekken van emotie' worden gebruikt om de 'fases' voorafgaand aan deze kennisvorming te omschrijven. In tegenstelling tot de andere twee musea wil Museum G2 een heel specifieke groep verbinden, namelijk de stadsinwoners. Dit proberen zij vooral te doen door nieuwe ontmoetingen te faciliteren, dus door mensen in vrij letterlijke zin dicht bij elkaar te brengen. Zodoende leggen zij de 'verbinding' die zij creëren als enige van deze drie musea uit aan de hand van een extrinsieke waarde. Hiermee hangt ook samen dat Museum G2 in vergelijking met de andere twee musea veel meer concrete voorbeelden noemt van activiteiten om hun effect op dit vlak te onderbouwen. Bij Museum P2 is hier zelfs helemaal geen sprake van, ook niet wanneer andere thema's of doelstellingen worden besproken. In plaats daarvan is hun waardevertoegrotendeels gebaseerd op de artistieke kwaliteit van hun collectie en de waarde van kunst zelf, in plaats van op de kwaliteit van hun eigen bedrijfsvoering of concrete tentoonstellingen of activiteiten. Als enige museum betrekken zij, naast de collectie, vrijwel geen andere kenmerken van hun eigen museum in hun legitimering.

6.2. Legitimering van kunst

Alle kunstmusea lijken, niet geheel verrassend, het erover eens te zijn dat kunst een 'noodzaak' is. Wel zijn er verschillen te merken in de manieren waarop de kunstmusea de waarde van kunst uitleggen, waarvan er een aantal vaker terugkomen in de interviews. Deze worden hieronder uiteengezet. Ook verschilt het per interview hoe vaak, en hoe uitgebreid, er wordt gesproken over de algemene waarde van kunst. Dit is grotendeels afhankelijk van hoe vaak de geïnterviewden hiernaar verwijzen in de legitimering van het eigen museum. De directeur van Museum P2 doet bijvoorbeeld veel uitspraken over wat hij beschouwt als de belangrijkste waarde van kunst en hoe het museum zich hiertoe verhoudt, terwijl de zakelijk leider van Museum G2 het belang van het museum vooral probeert uit te leggen aan de hand van voorbeelden van hun activiteiten.

6.2.1. De 'functies' van kunst

De manieren waarop de kunstmusea de waarde van kunst benaderen worden hier vertaald naar een aantal functies die zij aan kunst toeschrijven. Het woord 'functie' is enigszins misleidend omdat dit een instrumenteel perspectief indiceert. In feite hebben deze benaderingswijzen niet allemaal evenzeer betrekking op extrinsieke 'impact'. Om hierin het verschil aan te geven wordt per 'functie' ook benoemd welke waarde(n) uit het theoretisch model er het meest mee in verband worden gebracht.

A. Kunst als verrijking van het leven

Museum G2 en G3 omschrijven kunst beide als een verrijking van het leven, waarbij zij benadrukken dat het er is om van te 'genieten'. Museum G2 omschrijft kunst zelfs als noodzakelijk voor een leuk leven, want zonder zou het leven 'nagal saai' worden. Op wat voor manier kunst mensen rijker maakt wordt niet geconcretiseerd, maar door de nadruk die zij leggen op genot en plezier lijkt deze benadering vooral een beroep te doen op de cultureel-intrinsieke waarde van 'het gebruik en het hieruit voortkomende plezier van de verbeeldingskracht'.

B. Kunst als medicijn

De directeur van Museum G3 stelt niet alleen dat kunst mensen 'rijker' maakt, maar ook dat het noodzakelijk is voor het geestelijk welzijn. Hij geeft hierbij het museumbezoek als voorbeeld, waaruit blijkt dat hij van mening is dat receptieve kunstactiviteiten bijdragen aan dit belang. Volgens Gielen et al. schrijft wetenschappelijk onderzoek de positieve effecten op het psychologisch welzijn vooral toe aan het feit dat kunst werkt als 'zingever' en de

menselijke vermogens uitdaagt. Op deze manier wordt door de theorie verondersteld dat de positieve werking van kunst op het geestelijk welzijn een effect is van de 'kunstervaring', of dat wat wordt aangeduid als de cultureel-intrinsieke waarde. Zodoende is dit effect op het geestelijk welzijn onder 'cultureel-extrinsieke waarden' geschaard in het theoretisch model. Alleen in het interview met Museum G3 wordt dit effect van kunst expliciet benoemd.

C. Kunst als blikverruimer

In de interviews met Museum P1 en P2 wordt de blikverruimende werking van kunst benoemd. Doordat kunst mensen zou leren 'dat andere mensen met andere ogen kijken' en hen tevens de visie van de ander laat ervaren zou kunst bijdragen aan het empathisch vermogen. Dit is ook de voornaamste eigenschap van kunst waaraan Museum P2 haar 'bindende kracht' toeschrijft. Binnen deze benadering wordt vooral de sociaal-semi-intrinsieke waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling' in verband gebracht met deze functie. Museum G2 spreekt ook over de verbindende waarde van kunst, maar benadrukt in dit verband vooral de inzetbaarheid van kunst en cultuur als middel om groepen mensen samen te brengen. Hier wordt dus niet zozeer aanspraak gedaan op een blikverruimende werking. Museum G2 haalt dan ook vooral de sociaal-extrinsieke waarde van het 'faciliteren van nieuwe ontmoetingen' aan wanneer zij het hebben over de bindende kracht van kunst.

D. Kunst als educatiemiddel

In de interviews met Museum G1 en G3 wordt gerefereerd aan de educatieve functie van kunst, nadrukkelijk door Museum G1. Zoals hiervoor al werd geconcludeerd¹⁸³ leggen zij ook de kracht van kunst om te verbinden voornamelijk uit aan de hand van de gedeelde kennis waar kunst aan bijdraagt. Vanuit de kennis die het publiek opdoet ontstaat namelijk de mogelijkheid om hierover met anderen in gesprek te gaan en uiteindelijk een eigen mening te vormen. De directeur van Museum G1 ziet dan ook een groot maatschappelijk belang in de educatieve functie die kunst vervult, aangezien hiermee een belangrijke bijdrage wordt geleverd aan de scholing en vorming van mensen. Mogelijk verwijst ook de directeur van Museum P2 naar de educatieve functie van kunst wanneer hij zegt dat 'de beschaving van de samenleving [...] wordt afgemeten [aan] hoe je kunst [...] omgaat'. Dit perspectief op het belang van kunst doet vooral een beroep op de cultureel-semi-intrinsieke waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling'. Omdat deze functie ook wordt gerelateerd aan de bindende kracht van kunst wordt deze waarde echter ook op sociale wijze benaderd, dus is ook de gelijknamige sociaal-semi-intrinsieke waarde hier van toepassing.

¹⁸³ Bij 6.3.2. 'Verbinding' (p. 74).

6.3. Economische waarde

De private kunstmusea verwijzen geen enkele keer naar de economische waarde in hun legitimeringsvertoog. Daarom wordt hieronder (figuur 9) alleen getoond welke economische waarden werden gebruikt door de gesubsidieerde musea.

| Economische waarden: gesubsidieerde kunstmusea | | |
|------------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Waarde | Frequentie | Gerelateerde termen |
| Directe economische <i>impact</i> (extrinsiek) | 9 | Bezoekers(aantallen), verdienmodel/businessmodel, eigen inkomsten, verkoop bij lokale ondernemers |
| <i>Culture-led</i> regeneratie en aantrekkelijkheid van stad of regio (extrinsiek) | 3 | (Inter)nationale aantrekkingskracht, stadsimago versterken, 'icoon' van de regio, culturele bestemming |

Figuur 9.

Zoals eerder gesteld lijken economische argumenten alleen bij Museum G3 een prominente rol te spelen in de eigen legitimering. Museum G1 en G2 benoemen ook een paar keer hun economische waarde, maar vergeleken met de andere waardesoorten is deze bij hen veel meer op de achtergrond. Wanneer de geïnterviewde kunstmusea spreken over de algemene waarde van kunst, en daarbij de waarde of doelstellingen van het eigen museum even loslaten, is het opvallend dat de economische waarde nog minder vaak genoemd wordt. Dit blijkt ook uit de hiervoor besproken 'functies' die de musea aan kunst toeschrijven: geen van deze benaderingswijzen maakt aanspraak op de economische waarde.

6.3.1. Kritiek op een 'vereeconomiseerd' discours

Alle musea zijn van mening dat kunst en cultuur in Nederland onvoldoende wordt gewaardeerd. Velen verwijzen hierbij naar het feit dat de cultuursector ook gedurende de coronacrisis weer vaak in het nadeel waren ten opzichte van andere sectoren, bijvoorbeeld toen zij pas als laatste weer open mochten na de lockdown. Daarbij bekritisieren Museum G2 en G3 vooral de overmatige aandacht voor de economische, meetbare waarde van de cultuursector, specifiek vanuit de overheid. In dit opzicht delen zij dus de mening van Belfiore over het huidige *evidence-based* cultuurbeleid. Het is daarom opvallend dat juist deze twee kunstmusea de meeste tekenen tonen van een 'vereeconomiseerd' waardevertoog doordat zij de meeste waarde lijken te hechten aan economisch effect. Vooral bij Museum G3 getuigt dit

van een paradox in de manier waarop zij hun waarde als museum onderbouwen, en wat in hun ogen daadwerkelijk de belangrijkste waarde is die zij als kunstmuseum voortbrengen.

6.4. Sociale waarde

Uit de 'functies' die in de interviews aan kunst worden toegewezen, en de waarden die hiermee in verband worden gebracht, blijkt dat de musea kunst voor een groot deel legitimeren aan de hand van sociale waarden. Onderstaande figuren geven weer welke sociale waarden de gesubsidieerde (figuur 10) en private kunstmusea (figuur 11) gebruiken in het legitimeringsvertoog.

| Sociale waarden: gesubsidieerde kunstmusea | | |
|--------------------------------------------------------------|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Waarde | Frequentie | Gerelateerde termen |
| Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (semi-intrinsiek) | 5 | Maatschappelijke ontwikkelingen/urgentie, verbinden (door kunst en geschiedenis), praten, gesprek, omgaan met anderen |
| Faciliteren van nieuwe ontmoetingen (extrinsiek) | 4 | Verbinden/verbintenis, sociale cohesie |

Figuur 10.

| Sociale waarden: private kunstmusea | | |
|----------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| Waarde | Frequentie | Gerelateerde termen |
| Aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht (semi-intrinsiek) | 4 | 'Kijken met de ogen van de ander', 'leren dat andere mensen anders kijken', beschaving |
| Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (semi-intrinsiek) | 1 | 'Voeling met waar we vandaan komen' |

Figuur 11.

De gesubsidieerde kunstmusea noemen in de legitimering vooral de semi-intrinsieke waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling', die ook vaak door de private musea wordt genoemd, en de extrinsieke waarde van het 'faciliteren van nieuwe ontmoetingen'. Waar de private musea geen sociaal-extrinsieke waarden noemen doen zij wel relatief vaak een beroep op de semi-intrinsieke waarde van het 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht'.

6.4.1. Collectieve of individuele ervaring

Uit de analyse van de interviews blijkt dat de kunstmusea verschillende visies hebben op het belang van de 'collectieve kunstervaring' voor de waarde van kunst, voornamelijk met betrekking tot de sociale waarde. Dit verschil lijkt soms ook verband te houden met hun gebruik van 'digestieve kunst' en 'uitdagende kunst'.

Museum G2 houdt zich heel erg bezig met het bevorderen van de 'sociale cohesie' onder de stadsinwoners. In het interview noemen zij de speciale programmalijn die in het teken staat van deze missie, evenals meerdere voorbeelden van projecten en activiteiten die zij in het kader van dit programma hebben georganiseerd. Hierbij valt op dat voor deze projecten vrijwel nooit gebruik wordt gemaakt van de eigen collectie moderne en hedendaagse kunst. Wel blijkt dat het museum soms samenwerkt met kunstenaars om een programmaonderdeel op te zetten, waarvan de zakelijk leider een voorbeeld noemt. In dit geval was het uiteindelijke project een plaatjesactie, waarbij buurtbewoners plaatjes konden sparen van hun burens bij de lokale ondernemers. Deze plaatjes werden vervolgens ook opgenomen in een tentoonstelling van het museum. Een dergelijk kunstproject zou door Gielen et al. worden omschreven als 'digestieve kunst'¹⁸⁴, waarbij niet of nauwelijks een beroep wordt gedaan op de verbeeldingskracht van de toeschouwer. Volgens de auteurs zouden vormen van digestieve kunst bij kunnen dragen aan sociale cohesie omdat deze tot een gedeelde ervaring leiden. Uitdagende kunst zou, daarentegen, leiden tot 'subjectivering' van het perspectief van het publiek.

De zakelijk leider van het museum omschrijft de kunstenaar in dit voorbeeld van co-creatie als een soort 'social designer' die voor hen een 'project' verzint¹⁸⁵, waarbij het project dan het kunstwerk is. Hierbij maakt zij dus ook een onderscheid tussen het type kunst dat zij inzetten voor deze 'sociale' projecten en wat zij onder 'gangbare kunst' verstaan. Net als Gielen et al. lijkt Museum G2 vooral een sociale waarde toe te schrijven aan digestieve kunst. De collectieve ervaring van de kunstuiting wordt door hen gezien als een vereiste om tot een sociale waarde te kunnen leiden. Het samenbrengen van verschillende groepen is hierbij cruciaal onderdeel. Dit verklaart ook dat Museum G2 de eigen sociale waarde vooral legitimeert aan de hand van de extrinsieke waarde van het 'faciliteren van nieuwe ontmoetingen'.

¹⁸⁴ Zie theoretisch kader (p. 27).

¹⁸⁵ Regel 96-98.

Museum G1 maakt beduidend minder gebruik van sociale waarden in het waardevertoog over het eigen museum en over kunst in het algemeen. De directeur lijkt echter wel een belang te zien in de gedeelde ervaring voor de uiteindelijke waarde van kunst. Dit hangt ook samen met het belang dat de directeur hecht aan de 'begrijpbaarheid' van kunst. In eerste instantie mag de toeschouwer best uitgedaagd worden (wat hij omschrijft als 'fase twee' van de kunstervaring, waar de toeschouwer zich gaat afvragen wat hij ziet), maar uiteindelijk komt een belangrijk deel van de waarde van kunst tot stand in het begrijpen van het werk en de kennis die hieruit voortkomt. Aangezien hij belang hecht aan het feit dat kunst leidt tot 'kennis' schrijft hij de waarde van kunst in de eerste plaats toe aan het feit dat deze een soort 'common ground' biedt voor het publiek. Vanuit hier wordt vervolgens ruimte gemaakt voor 'het gesprek' tussen mensen, wat uiteindelijk leidt tot 'meningsvorming'. De subjectivering van het perspectief vindt volgens de directeur dus pas plaats in de communicatie met anderen. Kunst, en de kennis die men via kunst opdoet, maakt deze communicatie mogelijk. Volgens de directeur van Museum G1 staat subjectivering de sociale waarde van kunst dus niet in de weg, zoals Gielen et al. stellen. In plaats daarvan ziet hij deze als onderdeel van de waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling', die door hem op culturele en sociale wijze wordt benaderd. Hij brengt namelijk zowel het stimuleren van een kritische blik (cultureel) als het versterken van de onderlinge verbinding van het publiek (sociaal) in verband met deze waarde.

De directeur van Museum G3 geeft via zijn antwoorden minder duidelijkheid over zijn visie op het belang van de collectieve ervaring. Wel zegt hij dat kunst niet alleen draait om 'de dialoog tussen het werk en de mensen', maar ook om 'de dialoog [tussen] mensen'¹⁸⁶. Het feit dat kunst in sommige gevallen aanzet tot een gesprek ziet hij in ieder geval als een waardevol effect, net als Museum G1 en G2. Het blijft alleen onduidelijk wat voor waarde hij hieraan toeschrijft, en daarmee ook of de gedeelde ervaring door hem hier wel of niet noodzakelijk wordt geacht.

In het interview met Museum P1 komt de kunstervaring van het publiek nauwelijks ter sprake. Ook voor hen is daardoor niet goed te bepalen hoe er wordt gekeken naar de rol van de collectieve versus individuele ervaring binnen de waarde van kunst. Het kan echter ook als tekenend gezien worden dat zij geen enkele uitspraak doen waaruit blijkt dat zij een bepaald 'perspectief' willen bieden op de kunst die zij tentoonstellen, of dat het voor hen van belang is dat het publiek deze 'begrijpt'. Het suggereert in ieder geval dat zij de waarde van kunst niet in de eerste plaats toeschrijven aan een collectieve ervaring.

¹⁸⁶ Regel 136-138.

De directeur van Museum P2 lijkt niet uit te gaan van het belang van een collectieve ervaring voor de sociale waarde. Uit zijn antwoorden klinkt de overtuiging dat kunst het empathisch vermogen van het individu vergroot via een gevoel van ‘verbondenheid’ met anderen. Op die manier zorgt kunst er naar zijn idee voor dat mensen zich open leren stellen voor ‘dingen die ze niet kennen’. Een gedeelde kennis of ervaring is daarmee geen vereiste voor het sociale effect wat hij toedicht aan kunst. In plaats daarvan lijkt hij te stellen dat het van een bepaald inlevingsvermogen getuigt wanneer men waardering kan opbrengen voor kunst. Dit inlevingsvermogen van het individu is wat hij omschrijft als de sociale waarde die kunst voortbrengt.

Zodoende kan er op dit vlak ook een verschil opgemerkt worden tussen de gesubsidieerde en private kunstmusea. De gesubsidieerde musea lijken over het algemeen een groter belang toe te schrijven aan de collectieve ervaring voor de sociale waarde van kunst. Hierdoor zijn zij van mening dat het publiek de kunst op eenzelfde manier moet kunnen ‘begrijpen’ voordat deze een sociaal effect kan voortbrengen. De private musea lijken zich hier minder op in te stellen, al is het niet helemaal duidelijk hoe Museum P1 kijkt naar de sociale waarde van kunst. De directeur van Museum P2 doet hier wel expliciete uitspraken over: hij legt de sociale waarde in het vergrote empathisch vermogen van het individu, in plaats van verbinding via een collectieve ervaring.

6.4. De culturele waarde

Het gebruik van culturele waarden in het legitimeringsvertoog van gesubsidieerde (figuur 12) en private musea (figuur 13) wordt in de onderstaande figuren weergegeven.

| Culturele waarden: gesubsidieerde musea | | |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Waarde | Frequentie | Gerelateerde termen |
| Uitdagen van perceptuele schema's en creëren van nieuwe zinnebeelden (intrinsiek) | 4 | Dialogoog (tussen werk en het publiek), verwondering, in een andere wereld duiken, ideeën ‘uitwisselen’ (kunst – publiek) |
| Gebruik en het hieruit voortkomende plezier van de verbeeldingskracht (intrinsiek) | 2 | Genieten (van kunst), rijker worden |

| | | |
|--------------------------------------------------------------|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (semi-intrinsiek) | 12 | Leren, ontdekken, kennismaken, meningsvorming, discussie (over kunst), 'informal learning environment', kritisch kijken/denken, 'spiegel van de maatschappij' |
| Opwekken van emotie (semi-intrinsiek) | 1 | Raken, emotie |
| Geestelijk welzijn (extrinsiek)* | 2 | Welzijn, middel tegen depressie |

Figuur 12.

| Culturele waarden: private musea | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Waarde | Frequentie | Gerelateerde termen |
| Uitdagen van perceptuele schema's en creëren van nieuwe zinnebeelden (intrinsiek) | 5 | Inspireren, communiceren (van het kunstwerk met het publiek), fascinatie/gefascineerd raken, mensen anders leren kijken |
| Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (semi-intrinsiek) | 1 | Ideeën uitwisselen |
| Opwekken van emotie (semi-intrinsiek) | 1 | Raken |

Figuur 13.

De cultureel-intrinsieke waarde van het 'uitdagen van perceptuele schema's en het creëren van nieuwe zinnebeelden' komt meermaals terug in de legitimering van zowel de gesubsidieerde als private kunstmusea. In het legitimeringsvertoog van de private musea blijkt deze waarde zelfs het meest nadrukkelijk aanwezig te zijn. Het 'gebruik en het hieruit voortkomende plezier van de verbeeldingskracht' wordt minder genoemd, in de interviews met de private musea zelfs geen een keer. In de interviews met Museum G2 en G3 wordt deze wel genoemd, maar allebei de keren heel kort. De directeur van Museum G3 zegt namelijk dat hij hoopt mensen iets aan te kunnen bieden waar ze van kunnen 'genieten' en 'rijker van worden'¹⁸⁷, maar verder weidt hij hier niet over uit. De zakelijk leider van Museum G2 stelt ook een keer dat het leven zonder kunst maar 'saai' zou zijn, waarmee ze suggereert dat kunst een 'unieke' verrijking van het leven vormt. Hiermee lijkt zij dus te verwijzen naar de cultureel-intrinsieke waarde. Wederom is dit het enige wat over deze waarde wordt gezegd in het interview.

¹⁸⁷ Regel 140-141.

Verder valt op dat de cultureel-semi-intrinsieke waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling' vaak voorkomt in de legitimering van de gesubsidieerde musea. Zij lijken hun culturele waarde voor een groot deel uit te leggen aan hun belang voor de scholing en vorming van mensen.

6.5. De cultureel-intrinsieke waarde

Naast dat deze studie geïnteresseerd is in het gebruik van culturele, sociale en economische waarden in het legitimeringsvertoog van gesubsidieerde en private kunstmusea, moet er ook nog antwoord gegeven worden op de vraag hoe zij de cultureel-intrinsieke waarde van kunst duiden. Om dit te vergelijken met de definitie uit het theoretisch model wordt kort teruggegaan naar de manier waarop Van Maanen deze omschrijft in *How to Study Art Worlds*¹⁸⁸.

6.5.1. De cultureel-intrinsieke waarde volgens Van Maanen

Van Maanen stelt hij dat de cultureel-intrinsieke waarde het 'directe effect is van een persoonlijke mentale verbinding'¹⁸⁹ met het kunstobject. Volgens Van Maanen zit het verschil met de extrinsieke waarde hem in het feit dat de extrinsieke waarde niet direct voortkomt uit deze mentale verbinding. Omdat hij wel van mening is dat er vaak geen hard onderscheid te maken is tussen intrinsieke en extrinsieke waarde spreekt hij ook nog over semi-intrinsieke waarden. Deze waarden zijn niet uniek voor de kunsten, maar als ze door middel van kunst worden gerealiseerd zijn ze wel toe te schrijven aan een mentale verbinding.

Intrinsieke waarden zijn niet verbonden aan enig instrumenteel nut, want het effect van deze mentale verbinding is al van waarde in zichzelf. De twee manieren waarop de kunstervaring kan worden omschreven noemt hij het 'uitdagen van perceptuele schema's en het scheppen van nieuwe zinnebeelden' en 'het gebruik en het hieruit voortkomende plezier van de verbeeldingskracht'.

Volgens Van Maanen kan de cultureel-intrinsieke waarde, of 'de kunstervaring', worden omschreven als de unieke waarde die kunst voortbrengt. Deze is namelijk geheel afhankelijk van de esthetische kwaliteiten van het kunstobject. Lijken de kunstmusea deze 'unieke waarde' op een andere manier te duiden?

¹⁸⁸ 2009.

¹⁸⁹ p. 150.

6.5.2. De definiëring van de kunstmusea

Zoals eerder werd verondersteld is ‘verbinding’ een terugkerend thema in de interviews die door drie van de vijf kunstmusea nadrukkelijk wordt besproken. Blijkbaar wordt er over het algemeen dus een groot belang toegedicht aan het verbindende effect van kunst. Ook twee van de vier ‘functies’ die de kunstmusea toeschrijven aan kunst hebben hier betrekking op.¹⁹⁰ Dit geeft aanleiding om te denken dat ‘verbinding’ ook een rol speelt in hun begrip van de unieke waarde van kunst.

Om hier inzicht in te krijgen is het relevant of de musea waarden die meer intrinsiek of extrinsiek van aard zijn noemen wanneer zij het hebben over de verbindende kracht van kunst. In onderstaand schema (figuur 14) wordt weergegeven welke waarden er in de analyse naar voren kwamen wanneer er in de interviews over kunst als verbindend middel werd gesproken. Van boven naar beneden zijn de waarden ingedeeld van meer intrinsiek naar meer extrinsiek van aard.

| Waardesoort | Waarde | Museum P2 | Museum G1 | Museum G2 |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| Cultureel | Uitdagen van perceptuele schema's (intrinsiek) | 1 | | |
| Sociaal | Aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht (semi-intrinsiek) | 4 | | |
| Cultureel/sociaal | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (semi-intrinsiek) | 3 | 3 | 1 |
| Sociaal | Faciliteren van nieuwe ontmoetingen (extrinsiek) | | | 4 |

Figuur 14.

De sociale en culturele benadering van de semi-intrinsieke waarde van ‘kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling’ blijkt in de interviews erg dicht bij elkaar te liggen. Vaak was het

¹⁹⁰ ‘Kunst als blikverruimer’ en ‘kunst als educatiemiddel’.

moeilijk te onderscheiden of deze in een uitspraak meer op sociale of culturele wijze werd benaderd, of volgde er kort na een meer sociale uitspraak ook een overwegend culturele als aanvulling. Vandaar dat er in bovenstaande tabel voor is gekozen om deze samen te voegen als een sociaal-culturele semi-intrinsieke waarde.

De interviews gaven ook aanleiding om het 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht' te kenmerken als 'intrinsieker' dan de waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling'. Deze eerstgenoemde werd vaak sterker in verband gebracht met een 'unieke' mentale verbinding met de kunst. Er werd hierbij gesuggereerd dat de kunstervaring, en het op kunnen brengen van waardering voor kunst, een positieve invloed heeft op de algehele 'levenshouding' van het individu. Deze ervaring zou een verandering in het individu teweegbrengen waardoor hij of zij zich beter kan openstellen voor creativiteit van anderen en het voor hen onbekende.¹⁹¹ Wanneer de waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling' terugkwam in de interviews werd hiermee geregeld bedoeld op kennis opdoen over kunst en maatschappelijke kwesties. Voor de totstandkoming van deze waarde spelen de unieke esthetische kwaliteiten van het kunstobject, en de mentale verbinding die deze mogelijk maken, dus minder een rol. Een gevoel van 'verbondenheid' is in deze benadering ook geen direct effect, maar komt tot stand doordat deze gedeelde kennis leidt tot gesprek en discussie met anderen. In bovenstaande tabel wordt het 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht' dus boven 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling' geplaatst.

Uit het schema blijkt dat Museum P2 de verbinding die kunst teweegbrengt het meest relateert aan intrinsieke waarden. De directeur schrijft de ervaring van 'verbondenheid' als direct effect toe aan de mentale verbinding van het publiek met het werk. Deze komt bijvoorbeeld tot stand doordat mensen 'gefascineerd raken' door iets waar ze in eerste instantie aversie tegen voelen.¹⁹² Vervolgens heeft dit een effect op het empathisch vermogen van het individu, wat aansluit op de sociaal-semi-intrinsieke waarde van het 'aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht'. De 'bindende kracht' en het blikverruimende effect zijn naar zijn idee unieke waarden die door middel van kunst tot stand worden gebracht. In deze benaderingswijze wordt de cultureel-intrinsieke waarde van kunst, 'de kunstervaring', heel nauw in verband gebracht met sociale waarden.

¹⁹¹ Regel 104-106 en regel 125-127: '[...] ik vind een van de belangrijkste functies van beeldende kunst en musea, tentoonstellingen is dat je mensen leert zich open te stellen voor, ja dingen die ze niet kennen' [...] ik denk dat de beschaving van de samenleving van een land wordt afgemeten met [...] hoe je met kunst en je kunstenaars omgaat, hoe je openstaat voor de creativiteit en uitingen van kunstenaars'.

¹⁹² Regel 106-108.

Het verschil met de benaderingswijzen van Museum G1 en G2 van 'verbinding' is dat zij deze niet direct toeschrijven aan de kunstervaring. De directeur van Museum G1 maakt dit expliciet wanneer hij zegt dat de 'ervaringsfasen' van 'emotie' en 'nieuwsgierigheid' voorafgaan aan 'kennis'. De verbinding komt pas wanneer mensen, na het opdoen van kennis, met elkaar in gesprek gaan. Deze komt dus indirect voort uit de kunstervaring. Zijn omschrijving van 'de kunstervaring' als 'emotie' en 'nieuwsgierigheid' is dan ook meer semi-intrinsiek van aard, aangezien deze beiden niet uniek zijn voor de kunsten en bijdragen aan een instrumenteel doel: kennis vergaren. Museum G2 stelt dat kunst leidt tot verbinding wanneer zij wordt ingezet als middel om mensen samen te brengen en tot nieuwe ontmoetingen leidt. Hier wordt verbinding dus duidelijk benaderd als een extrinsiek effect van kunst.

7. Conclusie

In dit laatste deel van het onderzoek wordt een antwoord geformuleerd op de onderzoeksvraag: 'hoe verhoudt de financieringsmix van Nederlandse kunstmusea zich tot de wijze waarop, en de mate waarin, zij zichzelf en de kunsten legitimeren aan de hand van sociale, economische en culturele waarden?' Daarbij wordt ook geconcludeerd in hoeverre het theoretisch model bruikbaar is gebleken om de legitimering van de kunstmusea te analyseren.

In de introductie en de status quaestionis werd het onderzoek van Eva Hekman naar de legitimering van particuliere en gesubsidieerde kunstmusea al genoemd. De resultaten van Hekman worden hier ook nog kort besproken en vergeleken met de resultaten uit dit onderzoek.

In haar onderzoek gebruikt Hekman onder andere de theorie van de 'zes werelden' van Bolthanski en Thévenot om de legitimering van gesubsidieerde en private musea met elkaar te vergelijken. In dit opzicht wijkt het onderzoek van Hekman te veel af van deze studie om de resultaten te vergelijken. Haar bevindingen omtrent het spanningsveld tussen economische en artistieke (of culturele) waarden zijn wel relevant om te vergelijken met de resultaten van deze studie en worden hieronder besproken.

7.1. Het theoretisch model

Het theoretisch model dat door dit onderzoek werd voortgebracht is over het algemeen een bruikbaar instrument gebleken om de legitimering van de kunstmusea te analyseren. Het onderscheid tussen culturele, sociale en economische waarden op intrinsiek, semi-intrinsiek en extrinsiek niveau, hoofdzakelijk gebaseerd op de theorie van Gielen et al. en Van Maanen, kon worden toegepast op de praktijk. De meerderheid van deze waarden was namelijk terug te herkennen in de interviews met de kunstmusea: alleen de waarden van 'sociaal kapitaal' en 'bijdragen aan de creatieve kenniseconomie' kwamen niet voor in de legitimering. De termen en steekwoorden die voorafgaand in verband werden gebracht met de verschillende waarden bleken meestal een goed hulpmiddel om de waarden te herkennen. Uit de interviews bleek wel dat er vaak nog extra termen in verbinding gebracht konden worden met de waarden. In bijlage B van de appendix wordt een overzicht gegeven van de in verband gebrachte termen uit de theorie versus de praktijk.

Daarnaast kwam in het theoretisch model twee keer de waarde van 'kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling' voor. De theorie gaf namelijk te denken dat deze op een culturele en sociale manier benaderd kon worden. In de praktijk bleek er echter moeilijk onderscheid te maken tussen een culturele en sociale benadering.

Op basis van de interviews werd het theoretisch model aangevuld met de cultureel-extrinsieke waarde van het 'geestelijk welzijn'. In de analyse van het interview met Museum G3¹⁹³ is besproken waarop deze keuze is gebaseerd.

Het theoretisch model is grotendeels gebaseerd op theorieën uit de sociologie. Het model bleek daardoor minder geschikt om het interview met Museum P1 te analyseren. In plaats van zich te richten op het creëren van een bepaalde ervaring voor het publiek houdt dit museum zich in de eerste plaats bezig met hun waarde voor de kunst en de sector zelf. De 'ervaringsgerichte' waarden uit het model waren daarom nauwelijks van toepassing op het vertoog van Museum P1. Dit vormt dus ook een belangrijke limitatie van het onderzoek.

Het aangepaste theoretisch model (figuur 15) wordt hieronder weergegeven.

| | Economisch | Sociaal | Cultureel |
|------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Intrinsiek | | | <ul style="list-style-type: none"> • Uitdagen van perceptuele schema's en het scheppen van nieuwe zinnebeelden¹ • Het gebruik en het hieruit voortkomende plezier van de verbeeldingskracht² |
| Semi-intrinsiek | <ul style="list-style-type: none"> • Bijdragen aan de creatieve kenniseconomie¹¹ | <ul style="list-style-type: none"> • Aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht (perspectieftransformatie)⁷ • Kennis opdoen/ persoonlijke ontwikkeling (verbondenheid)⁸ | <ul style="list-style-type: none"> • Opwekken van emotie³ • Aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht (verrijken van belevingswereld)⁴ • Kennis opdoen/ persoonlijke ontwikkeling (kritische blik)⁵ |
| Extrinsiek | <ul style="list-style-type: none"> • Directe economische impact¹² • 'Culture-led' regeneratie en aantrekkelijkheid van de stad of regio¹³ | <ul style="list-style-type: none"> • Sociaal kapitaal⁹ • Faciliteren van nieuwe ontmoetingen¹⁰ | <ul style="list-style-type: none"> • Geestelijk welzijn⁶ |

↑ Value

↓ Impact

Figuur 15.

¹⁹³ p. 66-67.

7.2. Economische, sociale en culturele waarden

Zowel de gesubsidieerde als de private kunstmusea maken veel gebruik van sociale en culturele waarden, niet alleen om zichzelf te legitimeren, maar ook wanneer zij het hebben over de waarde van kunst. Kijkend naar de rol van economische, sociale en culturele waarden in de legitimering van gesubsidieerde en private kunstmusea is het grootste verschil dan ook merkbaar bij de economische waarde. In het legitimeringsvertoog van de private musea werd deze geen enkele keer genoemd. De gesubsidieerde musea verwezen wel een aantal keer naar economische resultaten, voornamelijk de 'directe economische impact'.

Aan de hand van het onderzoek kan worden verondersteld dat de economische waarde een belangrijkere rol speelt in de legitimering van de gesubsidieerde dan de private kunstmusea. Dit kan inderdaad wijzen op een 'vereconomiseerd' discours bij de gesubsidieerde musea. Een belangrijke noot hierbij is dat bij slechts een van de drie gesubsidieerde musea, Museum G3, economische waarden een wezenlijk onderdeel van de eigen legitimering vormden. Bij Museum G1 en G2 bleven deze sterk op de achtergrond in vergelijking met andere (culturele en sociale) waarden. Hiermee leek alleen Museum G3 de economische prestaties te zien als waardevolle indicator voor hun algehele belang. Deze overtuiging werd echter verderop in het interview afgezwakt toen de directeur stelde dat er tegenwoordig 'te economisch' wordt gekeken naar de waarde van kunst. Al met al lijken de gesubsidieerde kunstmusea het economische argument vooral te gebruiken omdat ze denken dat deze voor andere partijen, zoals de overheid, het zwaarst weegt. Dit verklaart ook waarom de economische waarde wel werd gebruikt om het eigen museum te legitimeren, maar niet wanneer de waarde van kunst in het algemeen werd besproken.

Daarnaast bleek het vertoog van de gesubsidieerde musea meer extrinsiek van aard te zijn dan dat van de private musea, zowel op sociaal als cultureel vlak. Het was merkbaar dat de gesubsidieerde musea zich er bewust voor inzetten om sociale waarde te creëren, door hun programmering en activiteiten te richten op het aansnijden van 'maatschappelijke kwesties' of om 'sociale cohesie' te bevorderen. Met deze sociale programmering werd vaak een meetbaar effect nagestreefd. Om de terminologie van Belfiore te gebruiken spraken de gesubsidieerde musea dus meer over de door hun voortgebrachte sociale 'impact' dan 'value'. Dit hangt waarschijnlijk samen met de eisen van subsidiërende overheden, waarbij sociale waarde vaak een rol speelt. Bij de private musea was hier dan ook minder sprake van. Museum P1 gaf wel aan dat zij tegenwoordig proberen om hun tentoonstellingen maatschappelijk in te bedden als de kunst 'daar om vraagt', maar niet per se om een sociaal doel na te streven. Ook bij Museum P2 kwam dit niet ter sprake, al bleek uit het interview met de directeur wel een sterk geloof in de sociale waarde van kunst.

De manier waarop de gesubsidieerde kunstmusea hun sociale waarde uitlegden leek meer overeenkomsten te vertonen met de benaderingswijze van Gielen et al. dan met het 'sociaal kapitaal' van Bourdieu¹⁹⁴. Zij hechtten vaak wel belang aan het overdragen van culturele kennis, maar vooral om 'verbinding' te creëren tussen mensen in plaats van 'sociale kansengelijkheid'. Dit werd in ieder geval niet expliciet genoemd, ook al was bij alle gesubsidieerde musea merkbaar dat zij er sterk op gericht waren om een inclusief instituut te zijn en zoveel mogelijk verschillende bevolkingsgroepen te bedienen. Wat betreft sociale effecten op gemeenschaps- of individueel niveau werd er door geen van de musea expliciet onderscheid gemaakt. In hun vertoog vloeiden deze effecten daarentegen vaak in elkaar over, zoals McCarthy et al. ook veronderstelden in hun onderzoeksrapport¹⁹⁵. Een voorbeeld is hoe Museum P2 het vergroten van het empathisch vermogen van het individu verbond aan het de 'bindende kracht' van kunst op gemeenschapsniveau.

Niet alleen de gesubsidieerde, maar ook de private musea (met name Museum P2) noemden de 'verbinding' die kunst teweegbrengt vaak in combinatie met culturele en sociale waarden. Er was een interessant verschil te zien in het belang wat de kunstmusea toeschreven aan de 'collectieve ervaring' voor de totstandkoming van verbinding. Dit verschil leek verband te houden met de mate waarin de musea deze verbinding toeschreven aan intrinsieke of extrinsieke waarden. Zodoende leek Museum G2 ervan overtuigd dat de collectiviteit van de ervaring hierin een belangrijke rol speelde. Zij maakten vooral gebruik van wat door Gielen et al. 'digestieve kunst' wordt genoemd om sociale cohesie in de stad te bevorderen. Het vertoog van Museum G2 geeft te kennen dat zij eenzelfde verband leggen als de auteurs tussen digestieve kunst, die geen 'mentale verbinding' van de toeschouwer vereist, en sociale cohesie. Bij Museum P2 en G1 kwam daarentegen de overtuiging naar voren dat (ook) uitdagende kunst positieve sociale effecten tot gevolg zou hebben. Hun standpunt wijkt dus af van de theorie.

Omdat de bindende kracht van kunst voor veel musea een belangrijke waarde bleek te zijn werd nagegaan of, en hoe, zij deze uitlegden aan de hand van cultureel-intrinsieke waarden. Zo werd verondersteld dat de directeur van Museum P2 het gevoel van 'verbondenheid' in direct verband bracht met de 'kunstervaring', waarmee hij een alternatieve kijk biedt op de cultureel-intrinsieke waarde van kunst die niet wordt besproken door Van Maanen. Deze kijk lijkt deels aan te sluiten bij Scruton's idee van de 'liefdeservaring', zoals hij de (in zijn ogen) belangrijkste waarde die kunst voortbrengt omschrijft. Volgens Scruton wekt deze ervaring

¹⁹⁴ 2014: p. 62-63.

¹⁹⁵ Zie p. 30-31 van het theoretisch kader.

onder andere een gevoel van verbondenheid met anderen op, wat bijdraagt aan het gevoel ergens 'thuis te horen'. Meerdere musea vonden het van belang om mensen voeling te geven met hun gedeelde geschiedenis, vooral de musea die ook een erfgoedfunctie bekleden. In de andere interviews werd deze waarde echter niet in direct verband gebracht met de kunstervaring of de intrinsieke waarde van kunst, waardoor er bij hen niet zozeer een overtuigende overeenkomst te herkennen is met het idee van Scruton. Hoe dan ook lijken geen van de musea zijn visie op 'artistieke kwaliteit' (of 'schoonheid') te delen. Kenmerkend voor het gedachtegoed van Scruton is immers zijn sterke geloof in het belang van klassieke esthetische tradities.

Uit de interviews bleek tevens dat de unieke, intrinsieke waarde van kunst vaak in heel nauw verband wordt gebracht met sociale waarden, zo ook bij de verbindende werking van kunst waaraan duidelijk een instrumenteel sociaal doel kan worden toegeschreven. Hiermee wordt de veronderstelling van Gielen et al. bevestigd dat positieve sociale effecten vaak in het verlengde van intrinsieke waarden liggen.¹⁹⁶

De manieren waarop in de andere interviews werd gerefereerd aan de cultureel-intrinsieke waarde toonden meer overeenkomsten met de waarden uit de theorie van Van Maanen. Deze hadden vaak betrekking op de 'verrijking' en het 'genot' dat kunst voortbrengt. De cultureel-intrinsieke waarde toont zich vooral van belang in de legitimering van private kunstmusea, meer dan bij de gesubsidieerde musea. Aangezien het algehele vertoog van gesubsidieerde kunstmusea meer extrinsiek van aard bleek is dit niet meer geheel verrassend.

7.4. Het onderzoek van Eva Hekman

Hekman concludeert dat zowel de private als gesubsidieerde kunstmusea uit haar casusstudie een spanningsveld tussen economische en artistieke waarden ervaren. Enerzijds is het voor hun bedrijfsvoering noodzakelijk dat zij zich bezighouden met economische prestaties. Daarbij moeten de gesubsidieerde musea deze ook verantwoorden aan de financierende overheden en kunnen aantonen dat zij een ondernemende, succesvolle organisatie zijn. Uit haar onderzoek blijkt dan ook dat zowel private als gesubsidieerde musea aandacht hebben voor hun economische resultaten, maar dat tegelijkertijd merkbaar is dat het niet hun voorkeur heeft om zich hier heel erg mee bezig te houden.

¹⁹⁶ 2014: p. 66.

In de huidige studie wordt dit spanningsveld vooral zichtbaar bij de gesubsidieerde kunstmusea. Uit het feit dat zij hun waarde als kunstmuseum gedeeltelijk uitleggen aan de hand van economische waarden blijkt dat deze voor hen zeker een rol speelt. Tegelijkertijd maken alle drie de musea op een bepaalde manier kenbaar dat zij het economische argument in feite liever niet gebruiken. Vooral bij Museum G3 wordt deze paradox goed zichtbaar. In het interview komt het goed werkende 'businessmodel' van het museum vaak ter sprake en zegt de directeur dat zij als museum veel aandacht hebben voor de bedrijfsvoering. Tegelijkertijd maakt hij ook kenbaar dat hij het frustrerend vindt dat hij constant het 'economische argument' moet maken naar subsidiërende instanties, in dit geval de gemeente. Het feit dat de private musea geen frustraties uiten over deze 'vereconomiseerde' waardering van kunst laat ook zien dat dit voor hen een minder groot probleem is, zoals Hekman ook concludeerde. Wel blijkt uit de interviews met beide musea dat zij ook van mening zijn dat kunst onvoldoende wordt gewaardeerd in Nederland, maar in tegenstelling tot de gesubsidieerde musea brengen zij dit niet in verband met een te economisch of instrumenteel cultuurbeleid.

7.5. Aanbevelingen

Het theoretisch model dat door dit onderzoek werd voortgebracht bleek een waardevol hulpmiddel om de legitimering van kunstmusea te analyseren. Het onderscheid tussen economische, sociale en culturele waarden op basis van hun intrinsiciteit gaf een extra dimensie aan de analyse van het gebruik van deze waarden. Hierdoor werd bijvoorbeeld inzicht verkregen in een verschil in de intrinsieke en extrinsieke aard van de legitimering van gesubsidieerde en private kunstmusea. Ook kon hierdoor worden herkend dat Museum P2 de ervaring van 'verbinding' toeschreef aan de cultureel-intrinsieke waarde van kunst. Op die manier heeft het onderzoek een nieuw inzicht kunnen geven in hoe kunstmusea de unieke waarde van kunst omschrijven.

Wel gaf de praktijk aanleiding om het theoretisch model nog verder aan te vullen, niet alleen met een cultureel-extrinsieke waarde, maar ook met gebruikte termen die de theorie in eerste instantie niet met de waarden in verband bracht. Door dit theoretisch model opnieuw toe te passen in een volgend onderzoek, en met een andere casusselectie, zou het model mogelijk nog verder aangevuld kunnen worden. Op die manier kan worden toegewerkt naar een completer beeld van de legitimering van kunstmusea (of andere culturele instellingen) waarmee de verschillen tussen gesubsidieerd en privaat beter in kaart kunnen worden gebracht. Daarbij is ook gebleken dat het overwegend sociologische kader dat het theoretisch model biedt niet altijd passend is om de legitimering van kunstmusea te

analyseren. Het zou daarom ook waardevol kunnen zijn om het model verder aan te vullen met theorieën van andere disciplineaire achtergronden.

Het onderzoek heeft getracht een stapje dichterbij de cultureel-intrinsieke waarde van kunst te komen. In zekere zin is het gelukt om een aanvulling te leveren op de omschrijving uit de theorie, maar het blijft nog steeds een vrij ambigu begrip. Uit de interviews blijkt dat de kunstmusea graag zouden zien dat er een hernieuwde waardering komt voor kunst en cultuur die zich niet beperkt tot extrinsieke waarden. Toch blijkt dat een groot deel van de kunstmusea uit deze casusselectie zelf ook voornamelijk extrinsieke argumenten aandragen voor hun belang, ook al zijn zij vaak zelf niet van mening dat dit uiteindelijk is 'waar het om draait'. Het blijft dan ook waardevol om nader onderzoek te doen naar de intrinsieke waarde van kunst en de discussie te blijven voeren, zodat de ontastbare, unieke waarde van kunst niet uit het oog wordt verloren.

Bibliografie

Abbing, H. (1998). De symbiotische verhouding tussen overheid en beeldende kunstmarkt. In T. Gubbels & G. Voolstra (Eds.), *Visies op beleid en markt*, pp. 25-39.

Abbing, H. (2003). Poverty and support for artists. In R. Towse (Ed.), *A Handbook of Cultural Economics*, pp. 344-349.

Abbing, H. (2008). *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*. Amsterdam, NL: Amsterdam University Press.

Bacchi, C. (2009). *Analysing Policy: What's the problem represented to be?* Melbourne, AU: Pearson Education Australia.

Belfiore, E. (2015). 'Impact', 'value' and 'bad economics': Making sense of the problem of value in the arts and humanities. *Arts and Humanities in Higher Education*, 14(1), pp. 95-110. DOI:10.1177/1474022214531503

Blommaert, J. & Bulcaen, C. (2000). Critical Discourse Analysis. *Annual Review of Anthropology*, 29(1), pp. 447-466. DOI:10.1146/annurev.anthro.29.1.447

Bolthanski, L. & Thévenot, L. (2006). *On Justification: Economies of worth*. (C. Porter, Trans.) Princeton, NJ: Princeton University Press.

Bottero, W. & Crossley, N. (2011). Worlds, fields and networks: Becker, Bourdieu and the structures of social relations. *Cultural Sociology*, 5(1), pp. 99-119. DOI: 10.1177/1749975510389726

Bourdieu, P. (1984) *Distinction. A social critique of the judgement of taste* (6th Ed.). London, UK: Routledge & Kegan.

Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, pp. 241-258. New York City, NY: Greenwood Press.

Bourdieu, P. & Wacquant, L. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology* (1st Ed.). Chicago, IL: University of Chicago Press.

Code Diversiteit & Inclusie. 2020. Via: <https://codedi.nl/wp-content/uploads/2021/12/Code-Diversiteit-en-Inclusie-NL.pdf>

Drosterij, G. (1999). Politieke hoogmoed in het Nederlandse cultuurbeleid: Over de precare verhouding tussen paternalisme en autonomie. *Boekmancahier 42*, pp. 395-407. Via: <https://www.boekman.nl/tijdschrift/boekman-42-de-vlaamse-en-nederlandse-cultuurpolitiek/#71f51e75>

Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Cambridge, UK: Polity Press.

Gielen, P., Elkhuisen, S., Van den Hoogen, Q., Lijster, T. & Otte, H. (2014). *De Waarde van Cultuur*. Groningen, NL: Rijksuniversiteit Groningen.

- Guyer, P. (1978). Disinterestedness and Desire in Kant's Aesthetics. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 36(4), pp. 449-460. DOI: 10.2307/430485
- Heilbrun, J. & Gray, C. (2001). *The Economics of Arts and Culture*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Hekman, E. (2019). *Legitimizing in (on)afhankelijkheid*. Nijmegen, NL: Radboud Universiteit Nijmegen.
- Holden, J. (2009). How We Value Arts and Culture. *Asia Pacific Journal of Arts & Cultural Management*, 6(2), pp. 447-456. Adelaide, SA: University of South Australia. Via: <http://www.ojs.unisa.edu.au/index.php/ARTMJ>
- Klamer, A. (1997). *The Value of Culture: On the relationship between economics and arts*. Amsterdam, NL: Amsterdam University Press.
- McCarthy, K., Ondaatje, E. Zakaras, L. & Brooks, A. (2004). *Gifts of the Muse: Reframing the Debate about the Benefits of the Arts*. Santa Monica, CA: RAND Corporation.
- Meewis, V. & Van den Bulk, L. (2016). *10 jaar onderzoek cultuureducatie en cultuurparticipatie. Terugblik op 10 jaar Nederlands en Vlaams onderzoek én een agenda voor onderzoek*. LKCA. Via: https://www.lkca.nl/wp-content/uploads/2020/01/10_jaar_onderzoek.pdf
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (2018). *Cultuur in een open samenleving*. Via: <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2018/03/12/cultuur-in-een-open-samenleving>
- Mommaas, H. (2012). *De Waarde van Cultuur. Naar een nieuw cultureel zelfbewustzijn in Brabant*. Tilburg, NL: Telos. Via: <https://studylibnl.com/doc/1297603/de-waarde-van-cultuur>
- Oosterbaan Martinius, W. (1990). *Schoonheid, welzijn, kwaliteit. Kunstbeleid en verantwoording na 1945*. Den Haag, NL: Gary Schwartz / SDU.
- Raad voor Cultuur (2017). *Cultuurbeleid van Rijk en regio: een geschiedenis in vogelvlucht*. In Raad voor Cultuur, *Toekomst Cultuurbeleid*. Via: <https://toekomst-cultuurbeleid.cultuur.nl/>
- Røyseng, S. (2019). The Social Contract of Artists in the Era of Cultural Industries. *International Journal of Cultural Policy*, 25(2), pp. 154-170. DOI: 10.1080/10286632.2016.1229313
- Schrijvers, E., Keizer, A. & Engbersen, G. (red.) (2014). *Cultuur herwaarderen*. Den Haag, NL: Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid.
- Scruton, R. (2016). Beauty and Desecration. *Analysis. Claves De Pensamiento Contemporáneo*, 19(2), (pp. 1-11). DOI: 10.5281/zenodo.1184690
- Scruton, R. (2018). Why Beauty Matters. *The Monist*, 101(1), pp. 9-16. Oxford, UK: Oxford University Press. DOI: 10.1093/monist/onx031

Smetsers, H. (2022). *Kunst mag behagen, maar moet rebelleren*. Cultuurmarketing.
Via: <https://cultuurmarketing.nl/onderzoek-waarde-van-cultuur-coronacrisis/>

Throsby, D. (1994). The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics. *Journal of Economic Literature*, 32(1), pp. 1-29. Via:
<http://www.jstor.org/stable/2728421>.

Twaalfhoven, A. (2008). Het raadsel rond de intrinsieke waarde. *Boekman 77*, pp. 13-17. Amsterdam, NL: Boekmanstichting.

Van Maanen, H. (2009). *How to Study Art Worlds. On the Societal Functioning of Aesthetic Values*. Amsterdam, NL: Amsterdam University Press.

Vuyk, K. (2010). The arts as an instrument? Notes on the controversy surrounding the value of art. *International Journal of Cultural Policy*, 16(2), pp. 173-183. New York City, NY: Routledge Taylor & Francis Group.

Appendix

A. Theoretisch model: steekwoorden en terminologie bij de waarden **Cultureel-intrinsieke waarden**

1: Uitdagen van perceptuele schema's en het scheppen van nieuwe zinnebeelden

- Nieuwe betekenissen, betekenisgeving
- Uitdagen
- Spel (met perceptie van de toeschouwer) (Van Maanen, 2009: p. 158)
- (Esthetische) communicatie (Van Maanen, 2009: p. 158)
- Verrijking/verruiming (van denkkaders) (Gielen et al., 2014: p. 46)
- (Culturele) verwondering (Mommaas, 2012: p. 27)

2: Het gebruik en het hieruit voortkomende plezier van de verbeeldingskracht

- Spel (van verbeelding) (Van Maanen, 2009: p. 179)
- (Esthetische) communicatie (Van Maanen, 2009: p. 158)
- Dialoog (tussen het kunstobject en de toeschouwer)
- Fantasie
- Verrijken van belevingswereld

Cultureel-semi-intrinsieke waarden

3: Opwekken van emotie

- Emotioneren
- Ontroeren
- Raken
- Mentale bevrijding (Van Maanen, 2009: p. 150)

4: Aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht

- Creativiteit (bevorderen) (Gielen et al., 2014: p. 22)
- Fantasie
- Verrijken van belevingswereld

5: Kennis opdoen/persoonlijke ontwikkeling

- 'Empowerment' (van het individu) (Gielen et al., 2014: p. 72)
- Kennis overdragen
- Kritische blik (op cultuuropvattingen, normen, waarden, gewoonten) (Gielen et al., 2014: p. 72)

Sociaal-semi-intrinsieke waarden

6: Aanspreken en stimuleren van de verbeeldingskracht

- Perspectieftransformatie (Gielen et al., 2014: p. 73)
- Ruimdenkendheid
- Empathie/empathisch vermogen

7: Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling

- 'Empowerment' (van het individu) (Gielen et al., 2014: p. 66)
- Kennis overdragen
- Verbinding, verbondenheid (met de rest van de maatschappij)

Sociaal-extrinsieke waarden

8: Sociaal kapitaal

- Sociaal netwerk
- Culturele smaak (Gielen et al., 2014: p. 67)
- Sociale mobiliteit (Bourdieu, 1984: p. 131-132)

9: Faciliteren van nieuwe ontmoetingen

- Samenbrengen (van mensen)
- Ontmoeten

Economisch-semi-intrinsieke waarden

10: Bijdragen aan de creatieve kenniseconomie

- Kenniseconomie (Mommaas, 2012: p. 22)
- Culturele of creatieve industrie
- Netwerksamenleving (Mommaas, 2012: p. 27)
- 'Wicked problems' (Mommaas, 2012: p. 27)
- Innovatie (Mommaas, 2012: p. 32)

Economisch-extrinsieke waarden

11: Directe economische impact (Gielen et al., 2014: p. 49)

- Werkgelegenheid
- Omzet
- 'Multiplier'
- Economische impact
- Bezoekersaantallen

12: 'Culture-led' regeneratie en aantrekkelijkheid van stad of regio

- Regeneratie (van steden/gebieden) (Gielen et al., 2014: p. 51)
- Cultureel imago (van de stad of regio) (Gielen et al., 2014: p. 53)
- Aantrekken van toeristen/bezoekers (Gielen et al., 2014: p. 53)
- Leefcomfort (Gielen et al., 2014: p. 56), leefbaarheid

B. Theoretisch model: terminologie uit de theorie en interviews vergeleken

| Terminologie van de verschillende waarden | | | |
|-------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Waardesoort | Waarde | Terminologie gebaseerd op de theorie | Terminologie uit de interviews |
| Economisch | Directe economische <i>impact</i> (extrinsiek) | <ul style="list-style-type: none"> - Werkgelegenheid - Omzet - <i>Multiplier</i> - Economische impact - Bezoekersaantallen | <ul style="list-style-type: none"> - Bezoekers(aantallen) - Verdienmodel/businessmodel - Eigen inkomsten - Verkoop bij lokale ondernemers |
| Economisch | <i>Culture-led</i> regeneratie en aantrekkelijkheid van stad of regio (extrinsiek) | <ul style="list-style-type: none"> - Regeneratie (van steden/gebieden) - Cultureel imago (van de stad of regio) - Aantrekken van toeristen/bezoekers - Leefcomfort, leefbaarheid | <ul style="list-style-type: none"> - (Inter)nationale aantrekkingskracht - Stadsimago versterken - 'Icoon' van de regio - Culturele destinatie |
| Sociaal | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (semi-intrinsiek) | <ul style="list-style-type: none"> - Empowerment' (van het individu) - Kennis overdragen - Verbinding, verbondenheid (met de rest van de maatschappij) | <ul style="list-style-type: none"> - Maatschappelijke ontwikkelingen/urgentie - Verbinden (door kunst en geschiedenis) - Praten - Gesprek - Omgaan met anderen |
| Sociaal | Faciliteren van nieuwe ontmoetingen (extrinsiek) | <ul style="list-style-type: none"> - Samenbrengen (van mensen) - Ontmoeten | <ul style="list-style-type: none"> - Verbinden/verbintenis - Sociale cohesie |
| Cultureel | Uitdagen van perceptuele schema's en creëren van | <ul style="list-style-type: none"> - Nieuwe betekenissen, betekenisgeving - Uitdagen | <ul style="list-style-type: none"> - Dialoog (tussen werk en het publiek) - Verwondering - In een andere wereld duiken |

| | | | |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | nieuwe zinnebeelden (intrinsiek) | <ul style="list-style-type: none"> - Spel (met perceptie van de toeschouwer) - (Esthetische) communicatie - Verrijking/verruiming (van denkkaders) - (Culturele) verwondering | <ul style="list-style-type: none"> - Ideeën 'uitwisselen' (kunst – publiek) |
| Cultureel | Gebruik en het hieruit voortkomende plezier van de verbeeldingskracht (intrinsiek) | <ul style="list-style-type: none"> - Spel (van verbeelding) - (Esthetische) communicatie - Dialoog (tussen het kunstobject en de toeschouwer) - Fantasie - Verrijken van belevingswereld | <ul style="list-style-type: none"> - Genieten (van kunst) - 'Rijker worden' |
| Cultureel | Kennis opdoen en persoonlijke ontwikkeling (semi-intrinsiek) | <ul style="list-style-type: none"> - 'Empowerment' (van het individu) - Kennis overdragen - Kritische blik (op cultuuropvattingen, normen, waarden, gewoonten) | <ul style="list-style-type: none"> - Leren - Ontdekken - Kennismaken - Meningsvorming - Discussie (over kunst) - 'Informal learning environment' - Kritisch kijken/denken - 'Spiegel van de maatschappij' |
| Cultureel | Opwekken van emotie (semi-intrinsiek) | <ul style="list-style-type: none"> - Emotioneren - Ontroeren - Raken - Mentale bevrijding | <ul style="list-style-type: none"> - Raken - Emotie |
| Cultureel | Geestelijk welzijn (extrinsiek)* | | <ul style="list-style-type: none"> - Welzijn - Middel tegen depressie |

