

Kunst is een werkwoord

Een onderzoek naar ervaringen van geïnteresseerde niet-bezoekers met betrekking tot smaak en de waarde van kunst rondom hun deelname aan Kunst op de Koffie en daarbuiten

Auteur: Esmée van den Akker
MA Scriptie Kunst- en Cultuurwetenschappen
Specialisatie: Kunstbeleid en Kunstbedrijf
Begeleider: Dr. Yosha Wijngaarden
Tweede lezer: Dr. Helleke van den Braber
Inleverdatum: 1 juni 2022

Samenvatting

Cultuursubsidie staat in Nederland al jaren onder druk. Het draagvlak is laag bij zowel politiek als “belastingbetaler.” Dit is een problematische situatie. Immers is het stimuleren van cultuur én het bereik daarvan een taak die de overheid zichzelf toedeelt. Bovendien hebben de kunsten verschillende positieve effecten. Breed bereik van de kunsten is daarom wenselijk en een gesubsidieerd bestel kan daar aan bijdragen. Daarom richt deze scriptie zich op convicties van een groep mensen die relatief makkelijk overtuigd zouden moeten kunnen worden van de waarde van cultuursubsidie en zouden kunnen overgaan tot cultuurbezoek: de geïnteresseerde niet-bezoekers. Opvallend genoeg blijft deze groep tot nu toe namelijk onderbelicht in zowel wetenschap als cultuurpolitiek.

Om een eerste invulling te geven aan dit hiaat is de casus *Kunst op de Koffie* onderzocht. Deze beeldende kunsttentoonstelling werd vijfmaal georganiseerd in woonkamers van mensen die geïnteresseerde niet-bezoekers zijn. Door middel van semigestructureerde diepte-interviews met zeven van hen is (op kwalitatieve wijze) onderzocht hoe oud-deelnemers reflecteren op de waarde van kunst en de houding van waaruit zij kunst consumeren, zowel binnen als buiten hun deelname. Met Bourdieus distinctietheorie, Jarness’ consumptie modi en Belfiore en Bennets waarde tradities als theoretisch kader is een beeld geschetst van hoe respondenten reflecteren op hun overtuigingen en handelen.

Respondenten onderschreven de abstracte en ideologische functies van kunst in hun algemene reflecties. Waar het de deelname betrof, speelden deze geen enkele rol. De focus lag daar op de actiematige relatie tussen deelnemer, kunstenaar en kunstwerk. De verschoven hiërarchie die *Kunst op de Koffie* teweegbracht, evenals de ontmanteling van de “romantische kunstenaar,” waren voor hen zo “succesfactoren.”

Dit onderzoek biedt voorzichtige handvatten voor culturele instellingen en beleidsmakers die de geïnteresseerde niet-bezoekers willen bereiken, evenals ingangen voor vervolgonderzoek.

Voorwoord

Voor u ligt mijn Masterscriptie *Kunst is een Werkwoord*. Het schrijven van dit voorwoord betekent het einde van een lang schrijfproces. Bij nader inzien was het toch wel erg enthousiast om alvast voortijdig aan een traineeship én een baan te beginnen en ik ben dan ook blij om mijn studententijd aan de Radboud Universiteit (hoewel ik met alleen maar warme gevoelens terugkijk) af te ronden.

Ik wil graag een aantal mensen bedanken zonder wie deze scriptie niet tot stand zou zijn gekomen. Allereerst mijn begeleider dr. Yosha Wijnberg, die altijd met optimistische en verhelderende woorden klaarstond wanneer dat nodig was. Via Zoom, maar ook één keer in het “echt,” wist je me via het “U vraagt, wij draaien” principe altijd te motiveren en te inspireren om de scriptie weer op te pakken.

Ook dr. Marcel van den Haak, mijn allereerste begeleider, wil ik graag bedanken. Hoewel Marcel al redelijk vroeg in mijn schrijfproces de Radboud Universiteit verliet, waren de brainstormsessies via Zoom in een periode waarin iedereen aan huis gekluisterd was altijd iets om naar uit te kijken.

Mijn dank gaat ook uit naar tweede lezer dr. Helleke van den Braber en alle enthousiasmerende werkcolleges die ik onder haar leiding heb gevolgd. De beloftevolle open dag voor de masteropleiding, helemaal terug in 2018, heeft zich meer dan bewezen.

Vanzelfsprekend zou deze scriptie niet hebben kunnen bestaan zonder medewerking van de organisatie van Kunst op de Koffie. Hartelijk bedankt voor het enthousiasme, vertrouwen en geduld. Mijn dank gaat verder uit naar alle oud-deelnemers die zich tijdens de interviews zo hebben opengesteld en mij vol enthousiasme in hun huis ontvingen. Wie weet ontmoeten we elkaar nog eens tijdens een volgende editie!

Als laatste mijn lieve vrienden en familie en in het bijzonder Sybren, die met eeuwig geduld voor me klaarstonden en ik weet niet hoeveel *peptalks* hebben verzorgd het afgelopen jaar. Mijn dank is groot.

Inhoudsopgave

1. Introductie.....	5
1.1 Hoofdvraag.....	12
1.2 Academische en maatschappelijke bijdrage.....	14
1.3 Overzicht.....	16
2. Theoretisch kader.....	17
2.1 Smaak en consumptie modi.....	18
2.1.1 <i>De intellectuele modus</i>	19
2.1.2 <i>De luxueuze modus</i>	20
2.1.3 <i>De educatieve modus</i>	20
2.1.4 <i>De praktische modus</i>	21
2.2 Waarde.....	21
2.2.1 <i>De negatieve traditie</i>	23
2.2.2 <i>De positieve traditie</i>	24
2.2.3 <i>De autonome traditie</i>	27
2.3 Schematische weergave van de theoretische operationalisering.....	28
3. Methode.....	33
3.1 Verzamelen en analyseren van de data.....	33
3.2 Beschrijving van de casus.....	44
4. Resultaten.....	48
4.1 Reflecties op dispositie en waarde-ervaring: kunst in het algemeen.....	48
4.1.1 <i>Kunst vanuit het pragmatisch dispositionele kader</i>	50
4.1.1.1 <i>Mecenaatschap</i>	54
4.1.2 <i>Kunst vanuit het pragmatisch ideologische kader</i>	56
4.1.3 <i>Kunst vanuit het devoot dispositionele kader</i>	59
4.2 Reflecties op dispositie en waarde-ervaring: deelname aan Kunst op de Koffie.....	61
4.2.1 <i>Kunst vanuit het pragmatisch dispositionele kader</i>	61
4.2.2 <i>Veranderingen in (cultureel) gedrag na deelname</i>	65
5. Discussie.....	68
5.1 Conclusie.....	68
5.1.1 <i>Hoe reflecteren deelnemers op de houding van waaruit zij kunst consumeren en de waarde van kunst binnen hun overkoepelende ervaring met kunst?</i>	68
5.1.2 <i>Hoe reflecteren deelnemers op de houding van waaruit zij kunst consumeren en de waarde van kunst binnen hun deelname aan KodK?</i>	74
5.2 Implicaties.....	75
5.3 Beperkingen en aanbevelingen.....	77
5.3.1 <i>Beperkingen</i>	77
5.3.2 <i>Aanbevelingen</i>	80
Literatuur.....	83
Appendix 1.....	89
Appendix 2.....	90

1. Introductie

Cultuursubsidie in Nederland staat al jarenlang onder druk. Kritiek op de subsidies is overvloedig, zowel vanuit de politiek zelf als vanuit “de belastingbetaler.” De straffe bezuinigingen door staatssecretaris voor cultuur Halbe Zijlstra in 2011 en de meer recente traagheid waarmee steunpakketten tijdens de corona pandemie aan de sector werden verstrekt, illustreren dat het ondersteunen van cultuur al lange tijd weinig politieke prioriteit heeft. Ook het publieke sentiment dat cultuursubsidies door een elite worden opgesoupeerd, is niet nieuw. Tien jaar geleden won dit gedachtegoed al sterk aan terrein (Twaalfhoven 2). Daarnaast zetten maatschappelijke ontwikkelingen (zoals individualisering) het model waarbij de overheid experts uit de culturele sector inschakelt om te oordelen over wie subsidie krijgt verder onder druk. Deze experts zouden namelijk vaak voorliefde voor “vernieuwend aanbod” hebben. Oftewel; aanbod dat een (te) beperkt publiek aanspreekt (Zijlstra 2). Bovendien werd vrije tijd de afgelopen jaren steeds schaarser, terwijl de mogelijke invullingen ervan steeds uitgebreider werden. Mensen zijn kritisch over hoe ze deze tijd in delen en noch interesse in kunst, noch het bezoeken ervan is dan ook vanzelfsprekend (Van den Broek 13). Het lage publieke draagvlak voor cultuursubsidies leidt vervolgens weer tot laag politiek draagvlak hiervoor. Ze versterken elkaar namelijk. Andersom sturen straffe bezuinigingen weer een signaal terug de maatschappij in: kunst is onbelangrijk (Van Gastel 76-77). Weinig politiek en burgerlijk draagvlak voor cultuursubsidie is problematisch, want “[d]e overheid rekent het tot haar taak om een hoogstaand cultureel aanbod en een brede publieke belangstelling daarvoor te bevorderen. Het publieksbereik is daarmee een van de twee pijlers van het cultuurbeleid van de overheid” (Van den Broek 13).

Met betrekking tot het publiek dat van gesubsidieerde cultuur gebruikt maakt, bestaan er bezoekers, en niet-bezoekers (20). Bezoekers zijn mensen die cultuur bezoeken omdat ze daarin geïnteresseerd zijn. Niet-bezoekers zijn niet voor één gat te vangen. Er zijn niet-bezoekers die gewoonweg niet geïnteresseerd zijn (zij heten niet-geïnteresseerde niet-bezoekers) (18) en er zijn niet-bezoekers waarvoor op dit moment geen aansprekend aanbod bestaat, of wiens cultuuruitingen niet als “cultuurbezoek” worden gerekend (Brook et al. 82). De sector of het aanbod zijn niet inclusief genoeg om hen te kunnen betrekken. Er zijn echter ook mensen die wel interesse hebben in canonieke cultuur, maar tegen alle verwachting in alsnog niet overgaan tot bezoek. Op de één of andere manier ervaren ze drempels die hen daartoe verhinderen (Van den Broek 14). Naar de niet-bezoeker bestaat wel degelijk

onderzoek (zie bijvoorbeeld *Van de canon en de mug: een inventarisatie van inzichten rondom de culturele niet-bezoeker* (2018) door Van Eijck en Bisschop Boele voor een overzicht), maar dit heeft tot nu toe nog weinig opgeleverd in de zin van het verhogen van interesse voor kunst en cultuur, laat staan draagvlak voor cultuursubsidies.

De aandacht ligt in die onderzoeken vooral op de bezoeker, de geëxcludeerde bezoeker en de niet geïnteresseerde niet-bezoeker. De geïnteresseerde niet-bezoekers zijn in de wetenschap en cultuurpolitiek grotendeels onderbelicht gebleven, terwijl juist deze groep interessant is in het licht van afnemend of laag draagvlak voor cultuursubsidie.

Geïnteresseerde niet-bezoekers zijn namelijk potentieel publiek (17). Ze hebben al culturele interesse en zien en ervaren dus al in ieder geval tot op zekere hoogte de toegevoegde waarde van cultuur. Dit maakt de overgang tot het ervaren van de waarde van het instant houden ervan door middel van overheids gelden eenvoudiger. Verschillende kunstvormen kunnen zichzelf namelijk niet bedruipen, maar de geïnteresseerde niet-bezoekers zien deze wel graag behouden. Over wat de geïnteresseerde niet-bezoeker tegenhoudt, welke drempels ze ervaren, is helaas weinig bekend. We weten niet precies waarom ze hun interesse niet omzetten in bezoek. Veel meer dan verklaringen zoals “het kwam er gewoon niet van” levert huidig onderzoek niet op (81). Maar het in kaart brengen van drempels die conversie weerhouden, is überhaupt niet voldoende; er moet ook duidelijkheid ontstaan over motivaties om wél tot bezoek over te gaan. Op dit moment is kortom nog te veel onduidelijk en onbekend over deze groep om naar “oplossingen” voor het “conversieprobleem” te zoeken.

Als men hier verandering in wil brengen (iets wat vanuit cultuurpolitiek oogpunt wenselijk lijkt), dan is de aangewezen weg tot vergroten van cultuurbereik het verhogen van motivatie (Van den Broek 134). Daartoe zijn al verschillende manieren uitgetoetst en onderzocht. Je kunt bijvoorbeeld publiek proberen “te lokken” met ludieke acties. Zo bekijken Barbosa en Brito in “Do open day events develop art museum audiences?” (2012) of het organiseren van een speciale evenementendag een specifiek museum nieuwe museumbezoekers oplevert. De gehanteerde kwantitatieve aanpak toont de relatie tussen hoe tevreden de (nieuwe) bezoekers over het evenement zijn en de waarschijnlijkheid waarmee ze zullen terugkeren op een gewone dag (deze relatie is overigens zwak (28)). Je kunt ook inzetten op cultuureducatie, maar daar blijken de resultaten vaak beïnvloed door andere factoren zoals het gezin van herkomst (Van Eijck en Bisschop Boele 19). Daarnaast zijn de resultaten tijdelijk, zoals Ineke Nagel et al. illustreren in hun onderzoek naar het effect van het vak CKV1 op participatiegedrag onder middelbare scholieren in Nederland (Nagel et. al 380).

Dan kan nog geprobeerd worden het culturele aanbod aan te passen aan de wens van het publiek. Hier komen termen als inclusie of het democratisch museum om de hoek kijken. Kernzaak bij de tweede is dat musea (of andere culturele instellingen) hun relevantie (weer) kunnen bewijzen door in gesprek te gaan met bestaand én nieuw potentieel publiek. Ook Nina Simon bijvoorbeeld bepleit dit in *The Participatory Museum* (2010). Door bezoekers én niet-bezoekers uit te nodigen om mee te denken en samen invulling te geven aan de museumprogrammering, kunnen ze actief engageren als culturele deelnemers in plaats van passieve consumenten te blijven. In deze zin is het museum dus democratisch; ieders stem wordt gehoord en iedereen maakt actief deel uit van het geheel. Concreet onderzoek naar het *democratic museum* richt zich echter helaas op het museum als socialiserend instrument (bijvoorbeeld Scarpati 6). Het gaat kortom om de functie van het museum, waardoor we niets leren over motieven van (niet-)bezoekers.

Met betrekking tot inclusie (en exclusie) bestaan veel onderzoeken die zich richten op cultuurparticipatie in brede zin, zoals *Culture is Bad for You* (2020). Hierin belichten Brook et al. hoe in het Verenigd Koninkrijk bepaalde groepen mensen niet kunnen participeren, ook al zouden zij dat willen. Zowel degenen die kunst en cultuur produceren, als degenen die het consumeren, als degenen die definiëren wat kunst en cultuur überhaupt zijn, zorgen er (onbedoeld) voor dat sociale ongelijkheid ontstaat en in stand wordt gehouden (2). Deze ongelijkheid wordt in stand gehouden door zowel zichtbare als onzichtbare vormen van discriminatie op basis van geslacht, culturele achtergrond en klasse (5). Bepaalde groepen mensen worden zo uitgesloten. Dan is de door de staat gehanteerde definitie van cultuurparticipatie ook nog erg smal. Een museum bezoeken telt wel, maar een mandala kleuren telt niet als culturele participatie (82). Dat betekent dat veel mensen een heel rijk cultureel leven hebben, maar buiten de statistieken vallen.

Participeren aan cultuur is overigens niet hetzelfde als cultuur consumeren. Het verschil tussen cultuurparticipatie en cultuurconsumptie zit hem in de verschillende perspectieven. Cultuurparticipatie is iets wat van buitenaf kan worden geobserveerd: je participeert, of je participeert niet. Cultuurconsumptie is een intern proces en gaat over smaak en de houding die iemand aanneemt richting kunst. Ook wordt participatie over het algemeen als actieve deelname beschouwd, terwijl consumptie als iets passiefs wordt benaderd.¹ Onderzoek met betrekking tot cultuurconsumptie richt zich tegenwoordig veelal op de manier waarop men consumeert, niet zozeer op de geconsumeerde kunstwerken. Dit heeft ermee te

¹ In hoofdstuk 2 ga ik hier verder op in en zal blijken dat ook consumptie actief is.

maken dat de “klassieke Bourdieuaanse these” (het denkbeeld waarbij “hoge” klassen van “hoge” cultuur houden, en “lage” klassen van “lage” cultuur) de afgelopen jaren regelmatig is genuanceerd. Onder andere Van den Haak in “Esthetische omnivoren: Een vergelijking tussen hoog- en laagopgeleiden in het gebruik van esthetische repertoires” (2018), maar ook Daenekindt en Roose in “Ways of preferring: Distinction through the ‘what’ and the ‘how’ of cultural consumption” (2017) maken hier notie van. Onderdeel van de Bourdieuaanse these is dat voorkennis vereist is om beeldende kunst te kunnen waarderen (Bourdieu en Darbel 55). In “From Aristocratic to Ordinary: Shifting Modes of Elite Distinction” (2020) bekijken Friedman en Reeves hoe patronen van culturele consumptie van de Britse elite de afgelopen 125 jaar zijn geëvolueerd. Hoewel de objecten van consumptie minder *highbrow* en meer *populair* zijn geworden, is de onderscheidende houding waarmee ze consumeren transporteerbaar van object naar object (341-342). Het maakt kortom weer niet zo heel veel uit wat geconsumeerd wordt, maar de houding van waaruit het consumeren plaatsvindt, is meer van invloed.

Net zoals dat cultuurparticipatie en cultuurconsumptie net hetzelfde zijn, zijn is cultuurparticipatie niet hetzelfde als participatieve kunst. Cultuurparticipatie is een breed begrip en betekent het participeren aan cultuur. Participatieve kunst heeft een veel engere definitie en betreft kunst waarbij de beschouwer actief meewerkt aan of onderdeel uitmaakt van het eindresultaat, meestal een kunstwerk. In het “beste” geval is zelfs helemaal geen sprake meer van kunstenaar en publiek, maar zijn deze rollen vervaagd en wordt op basis van gelijkwaardigheid samen gecreëerd (Trienekens 37). Er zijn namelijk verschillende gradaties van de mate van participatie. Dit onderscheid wordt ook wel aangeduid als “kunst met een participatief element” en “participatieve kunst.” Bij de eerste variant gaat men uit van een romantisch kunstbegrip, waarmee kunst als esthetisch domein “op afstand van en onbezoedeld door ‘het leven’ moet blijven” (39). De kunstenaar houdt de regie in handen en publiek wordt pas in een later stadium uitgenodigd deel te nemen in een helder afgebakende rol (37). Bij de tweede vorm, participatieve kunst (ook *community art* genoemd), is het kunstbegrip veel democratischer. De kunstenaar is een “samenwerker,” het publiek coproducent. Het willen verbreden van de toegang tot kunst speelt hier ook een centrale rol (40).

In “Getting in on the Act” (2011) geven Brown en Novak-Leonard van dit onderscheid een mooie illustratie (4). Ze onderscheiden vijf verhoudingen tussen publiek, kunstenaar en kunstwerk. Dit heet “The audience involvement spectrum.” Van links naar rechts verschuift de hiërarchisch relatie tussen deze drie spelers steeds verder op naar een

gelijkwaardige relatie. Links in het veld is de verhouding compleet hiërarchisch, waarbij het kunstwerk, gemaakt door een kunstenaar, centraal staat en publiek dit van een afstand observeert (16). Rechts is dit onderscheid verdwenen en zijn alle deelnemers tegelijkertijd kunstenaar en publiek. Er kan een eindproduct uit voortkomen, maar het werkproces is het belangrijkste (17). Ongeveer in het midden positioneren ze een vorm die ze *crowd sourcing* noemen. Hierbij is sprake van kunst met een participatief element. Het publiek wordt geactiveerd door de kunstenaar om mee te beslissen of bij te dragen aan het artistieke product. Pas vanaf stap vijf, helemaal rechts, kun je echt over participatieve kunst spreken. Bij *audience-as-artist* neemt het publiek namelijk een substantieel besturende rol aan in het artistieke proces. Dit proces wordt zelfs de focus en het kunstwerk is niet langer het doel waar naar toe wordt gewerkt. Waar de debatten rondom cultuurparticipatie en participatieve kunst zelf raakvlakken vertonen, is in het streven naar een democratisering van de kunsten (11). Ze pogen ook de niet-geïnteresseerde en geïnteresseerde niet-bezoeker te betrekken.

Er bestaat echter nog weinig onderzoek naar eventuele effecten of functies van participatieve kunst. De bestaande literatuur is ofwel kunsthistorisch van aard (zie bijvoorbeeld Bishop, Trienekens), of zo ideologisch en activistisch beladen dat het net manifesten lijken. Zo stellen Gingrich et al. bijvoorbeeld over participatieve (digitale) kunst: “[...] interactive and immersive digital art practices make use of technology in an alternative way to that of capitalism and can be deemed as forms of resistance to the emptying abstracted existence, typical of the individual reduced to data and information” (190). Daarnaast wordt de definitie van participatieve kunst in onderzoeken inconsequent gebruikt of is deze zelfs helemaal afwezig. In “Evaluating the impact of participatory art projects for people with mental health needs” beargumenteren Hacking et al. bijvoorbeeld dat deelname aan participatieve kunstprojecten positieve invloed heeft op de mentale gezondheid van patiënten met psychische problemen. Echter wordt nergens in het onderzoek beschreven aan welk project respondenten hebben meegewerkt of hoe het participatieve element eruit zag, terwijl dat redelijk essentieel is. Hoe kan deze succesformule anders worden herhaald en wellicht worden toegepast door andere psychische hulpverleners? Maar ook: hoe weten we zeker dat de onderzoekers de juiste conclusies hebben getrokken?

Op bovenstaande pagina's is een situatie geschetst waaruit enerzijds laag draagvlak voor cultuursubsidie bleek, zowel vanuit de politiek als vanuit de “belastingbetaler.” Anderzijds werd ook duidelijk dat de geïnteresseerde niet-bezoeker grotendeels uit de aandacht van wetenschap en cultuurpolitiek ontbreekt, in ieder geval op de onderzoeksgebieden van cultuurparticipatie, participatieve kunst en cultuurconsumptie. Dat is

opmerkelijk omdat zowel het bevorderen van het culturele aanbod als het bereik daarvan (c.q. de belangstelling daarvoor onder de bevolking) centraal staan in het cultuurbeleid van de (rijks)overheid (Van den Broek 76). Men zou dus meer aandacht voor de geïnteresseerde niet-bezoeker verwachten; deze groep heeft al interesse en is dus al een stap dichterbij conversie dan de niet geïnteresseerden.

Binnen deze context vinden we in Arnhem een interessante casus. Tot en met 2019 werd hier elke twee jaar *Kunst op de Koffie* (KodK) georganiseerd; een beeldende kunstexpositie in de woonkamers van mensen in het Spijkerkwartier, een wijk in Arnhem Noord. Nieuwe en gevestigde kunstenaars, werkend in verschillende disciplines, worden door de organisatie gekoppeld aan bewoners van de wijk. Tijdens het weekend van de tentoonstelling stellen zij hun huis open en kan publiek daar de tentoongestelde werken komen bewonderen, die speciaal voor deze gelegenheid zijn gemaakt. Dit is voor kunstenaars én publiek een bijzondere ervaring. In 2019 heb ik zelf meegedaan als beeldend kunstenaar. Deze ervaring was anders dan alle exposities waar ik daarvoor aan had meegedaan. In plaats van in een schoongeschrobde *white cube* sta je plots in iemands huis. Kunst en het dagelijks leven vermengen zich. De organisatie streeft dan ook naar een uitwisseling van perspectieven tussen de twee (“Missie en Visie” §2).

Hoewel KodK dus voor kunstenaars een unieke ervaring is, is vooral de positie van de bewoners van de huizen in kwestie bijzonder. Bewoners zijn voorafgaande aan hun deelname namelijk zelden onderdeel van de culturele *scene* in Arnhem (Appendix 1). Sommigen van hen bezoeken heel af en toe wel eens een museum of andere culturele activiteit, maar de meesten doen dat niet al zijn ze wel geïnteresseerd in kunst (Poissonnier et al. 167). De deelnemers aan KodK zijn dus een groep geïnteresseerde niet-bezoekers die zich plots in het hart van een tentoonstelling bevinden. Binnen een hele korte tijdspanne worden ze van *outsider* tot *insider*. Wat beweegt hen dan mee te doen met deze expositie? Deelnemen is immers een ingrijpende gebeurtenis: de kunstenaar komt regelmatig over de vloer, verschuift je meubels, wil in je pas geverfde muur boren of jou zelfs onderdeel maken van het kunstwerk, bijvoorbeeld in een performance. Bewoners zijn dus eigenlijk tegelijkertijd publiek, curator (want: inspraak in de inrichting), soms medemaker, én iets wat te vergelijken is met de rol van galerie eigenaar of gids. Tijdens de tentoonstelling leiden zij immers ook mensen rond en zijn ze samen met de kunstenaar aanwezig om over het werk te praten. Na afloop kopen veel bewoners een werk dat bij hen tentoongesteld werd.

Er is weinig bekend over hoe de geïnteresseerde niet-bezoekers denken over kunst, hoe ze kunst consumeren, en hoe ze denken over deelname aan een kunstproject als deze.

Binnen deze leemte is KodK een hele interessante casus om een aantal redenen. Allereerst vanwege bovengestelde vraag: waarom zetten mensen hun interesse plots wél om in bezoek of deelname? Is het het feit dat de figuurlijke drempel letterlijk wordt weggenomen, of ligt het juist aan de relatie die wordt opgebouwd met de kunstenaar? Als hier meer zicht op komt, kan KodK als *best practice* inspiratie bieden voor andere beeldende kunstinstituten die worstelen om de geïnteresseerde niet-bezoekers te bewegen tot bezoek, als ook voor de overheid die het haar taak ziet om publieksbereik te bevorderen. Nu mensen na de corona pandemie tegen alle verwachting in wegblijven van culturele instellingen (Ligtenberg en Oskam 4-5), is deze informatie extra relevant. Musea hebben de afgelopen jaren grote financiële tekorten opgelopen (Maas §1) en trekken de broekriem strak aan. Met steunpakketten vanuit de overheid wordt een gedeelte van de schade beperkt, maar deze oplossing is niet houdbaar op de lange termijn (Redactie Economie 7). Steunpakketten “verstoren” de verdeling van arbeidskrachten en het belastinggeld komt tevens niet altijd op de juiste plekken terecht (7). Bovendien maakt het musea erg afhankelijk en kunnen criticasters vragen stellen bij de bestaansgrond van musea; immers komen er wel heel weinig mensen op af nu. Het is daarom van belang dat bezoekersaantallen weer aantrekken. Een mogelijke benadering is het actief betrekken van de geïnteresseerde niet-bezoeker; iets wat gebeurt tijdens KodK.

Onderzoek naar KodK kan ook op een andere manier een bijdrage leveren aan het debat rondom de legitimatie van cultuurbeleid. Cultuurbeleid is steeds meer gericht op het “leren van evalueren” (zie bijvoorbeeld *Effectief Cultuurbeleid: Leren van evalueren* (2012) door Van den Hoogen) en de beleidsfocus is sterk kwantitatief (oftewel: meetbaar) van aard (Van den Broek 76). Willen we een beter beeld kunnen vormen van wat bezoekers en niet-bezoekers beweegt, dan kunnen kwalitatieve aspecten juist van belang zijn. Dat past ook beter bij de manier waarop cultuurbeleid daadwerkelijk wordt gevormd en uitgevoerd. Hoewel de uitkomsten namelijk meetbaar moeten zijn, zijn het eigenlijk de argumenten, overtuigingen en het geloof in de waarde van cultuur die doorslaggevend zijn (Belfiore 29). Cultuurbeleid komt kortom als narratief tot stand. Bepaalde effecten van cultuurbeleid kun je inderdaad meten, zoals een stijging of daling van het aantal bezoekers bij een culturele instelling het afgelopen jaar. Maar zijn die gegevens echt de beste manier om het succes van een beleid uit te drukken? Veel passender lijkt het om te kunnen en willen aantonen dat bezoekers hun bezoek waardevol vonden; dat ze cultuur waardevol vinden. Niet op basis van kwantitatieve data maar op basis van kwalitatieve data. Door KodK te onderzoeken kunnen voorheen geïnteresseerde niet-bezoekers worden bevraagd naar hun beleving van de waarde

van de tentoonstelling. Als blijkt dat zij deze inderdaad waardevol vonden, hebben de cultuursector en -politiek er een nieuw onderbouwd argument bij: kunst en cultuur zijn waardevol omdat bezoekers het waardevol vinden, en niet-bezoekers het waardevol *kunnen* gaan vinden.

1.1 Hoofdvraag

Deze casus roept allerlei vragen op. Wat beweegt bewoners bijvoorbeeld om zich op te geven? Hoe vonden ze hun deelname, in het bijzonder om op zo'n actieve manier betrokken te worden bij kunst? Hoe kijken ze naar kunst, hoe consumeren en hoe waarderen ze die? (Hoe) veranderen zij van “buitenstaander” in kunstliefhebber of in ieder geval kunstkoper? Het zijn kortom allemaal vragen waarbij de ervaring van de deelnemer centraal staan. De hoofdvraag van dit onderzoek luidt daarom als volgt: **Hoe reflecteren deelnemers aan KodK op hun deelname aan dit evenement?** Deze scriptie beschrijft de ervaringen van zeven deelnemers aan de afgelopen vijf edities van KodK. Met “deelnemers” worden de bewoners die hun huis openstelden voor kunstenaar en publiek bedoeld. In het bijzonder beschrijft deze scriptie hoe zij kunst waarderen enerzijds, en de houding van waaruit zij kunst consumeren anderzijds. Deze kaders beschrijven samen namelijk: wat vinden ze nou eigenlijk van kunst en hoe handelen ze daarnaar? Antwoord op deze vragen draagt bij aan meer kennis over de geïnteresseerde niet-bezoeker. Meer specifiek draagt dit bij aan meer kennis over hoe deze groep reageert op het actief betrokken worden bij beeldende kunstprojecten. Mogelijk hangt dat samen met verandering in het ervaren van waarde van beeldende kunst enerzijds, en verandering van het ervaren van waarde van cultuursubsidie anderzijds.

Het ervaren van waarde of het waarderen van kunst onderzoek ik vanuit het kader van drie verschillende tradities van waaruit mensen de waarde van kunst beschrijven. Hiervoor baseer ik me op “The ‘transformative power’ of the arts” (2011) door Eleonora Belfiore en *The Social Impact of the Arts: An Intellectual History* (2008) door Eleonora Belfiore en Oliver Bennet. Vanuit dit kader bekeken is kunst functioneel en transformatief. Kunst heeft dus impact, zij het positief, negatief, of autonoom. Kunst is waardevol omdat het een verandering teweegbrengt. Deze invalshoek houdt sterk verband met het meten van succes van cultuurbeleid in kwantitatieve data versus het meten van het succes in kwalitatieve resultaten en is daarom een benodigde “bril” van waaruit de casus wordt bekeken. De toegevoegde waarde van kunst wordt vanuit politiek Nederland vaak geprobeerd cijfermatig te onderbouwen, terwijl de kernwaarden van kunst hebben narratief bewijs nodig hebben

(Van den Hoogen “Over” 15). Kunst is wat dat betreft een uitstekend voorbeeld van een sociaal construct: iets wat alleen waarde heeft omdat mensen het waarde geven. Het is niet voor niets dat culturele producten geen gefixeerde status hebben, maar zich in de loop van de tijd voortdurend door de sociale wereld bewegen (Van Eijck 44).

Het consumeren van kunst, oftewel het handelen naar de ervaring van waarde, benader ik vanuit het kader van vier “modi van consumptie” zoals beschreven door Vergard Jarness in “Modes of consumption: From ‘what’ to ‘how’ in cultural stratification research”(2015) en *Class, Status, Closure. The Petropolis and Cultural Life* (2013), tevens door Jarness. Jarness gaat uit van de distinctietheorie van Pierre Bourdieu en toetst de bruikbaarheid ervan in Noorwegen anno 2015. Hij stelt dat er vier houdingen bestaan van waaruit zijn respondenten kunst consumeren. Hierbij gaat het veel meer om de houding van waaruit geconsumeerd wordt dan het culturele product zelf. Ook deze “bril” (de houding en de smaak van respondenten) is belangrijk bij het beantwoorden van mijn hoofdvraag. Het ervaren van waarde is namelijk één ding; het handelen ernaar is iets heel anders. Dit was dan ook het “kernprobleem” bij de geïnteresseerde niet-bezoekers; de interesse werd niet omgezet in actie, terwijl niet echt duidelijk werd waarom dat zo was.

Binnen dit onderzoek zijn reflectie op waarde en op consumptie door deelnemers van toepassing op twee subonderdelen: hoe krijgen deze vorm binnen de relatie die deelnemers met kunst in het algemeen hebben en hoe zit dat precies binnen hun deelname aan KodK? Het is interessant om te kijken naar deze twee fronten afzonderlijk, omdat het niet vanzelfsprekend is dat deelnemers hier gelijk over denken. Het is juist te verwachten dat ze hier anders op reflecteren: immers zijn ze tijdens KodK overgegaan tot “bezoek,” terwijl ze daarvoor weinig of geen kunst bezochten. Mogelijk kan het vergelijken van de twee reflecties licht schijnen op hun motivaties om nu wél mee te doen. Dit onderzoek hanteert daarom de volgende deelvragen: 1) Hoe reflecteren deelnemers op de houding van waaruit zij kunst consumeren en de waarde van kunst binnen hun overkoepelende ervaringen met kunst?; 2) Hoe reflecteren deelnemers op de houding van waaruit zij kunst consumeren en de waarde van kunst binnen hun deelname aan KodK?

De hoofd- en deelvragen zullen worden beantwoord aan de hand van kwalitatief literatuuronderzoek en vijf semigestructureerde diepte-interviews met zeven oud-deelnemers. De deelnemers zijn geselecteerd op basis van een aantal criteria, die verder worden toegelicht in hoofdstuk 3. Een leidend selectiecriterium was in ieder geval dat zij geen actieve deelnemers waren aan de culturele *scene*. Dit onderzoek richt zich namelijk in het bijzonder op geïnteresseerde niet-bezoekers, dus is het van belang ook daadwerkelijk deze mensen

bevraagd worden op hun ervaringen.

1.2 Academische en maatschappelijke bijdrage

In bovenstaand literatuuroverzicht ontstond langzamerhand een beeld van het speelveld en debat rondom de geïnteresseerde niet-bezoeker. Toch is er tot nu toe nog weinig literatuur besproken over deze groep zelf. Dat heeft te maken met het eerder genoemde wetenschappelijke hiaat. Vooral de niet geïnteresseerde niet-bezoeker en de bezoeker van canonieke cultuur staan in de aandacht van politiek en wetenschap. Het hiaat omtrent de geïnteresseerde niet-bezoeker bevindt zich overigens niet alleen binnen de wetenschap. Ook op het snijvlak van wetenschap en cultuurpolitiek ontbreekt stelselmatig de geïnteresseerde niet-bezoeker uit de aandacht. Zo neemt Maartje Goedhart in de meest recente editie (2019) van de Cultuurindex (een initiatief van de Boekmanstichting) de politieke wens het bestaande culturele publiek te “verbreden” onder de loep. Als het bestaande publiek verbreed moet worden, zo vraagt ze zich af, uit wie bestaat het huidige publiek dan precies? En wie zijn dus de mensen die daarbij betrokken moeten worden? (31-35) Het blijkt vooral om de niet geïnteresseerde niet-bezoekers te gaan.

Daarnaast richten bestaande onderzoeken naar de culturele bezoeker zich op de bezoeker van canonieke cultuur. Het uitgangspunt is daarbij vaak dit publiek moet worden aangevuld door de niet-bezoeker, die verleid moet worden tot deelname aan canonieke gesubsidieerde cultuur. Deze mensen hebben een “zetje nodig om een kaartje te kopen voor het museum of een theater. Bijvoorbeeld omdat ze zich nog niet voldoende herkennen in het aanbod” (Goedhart 33, Van Engelshoven 3). De aanname is dus dat deze mensen (nog) niet geïnteresseerd zijn in canonieke cultuur en dat wel zouden moeten zijn. Hier ontbreekt weer die groep mensen die wel geïnteresseerd is in canonieke cultuur, maar die interesse niet omzet in bezoek. Hetzelfde geldt voor de huidige uitgangspunten van het cultuurbeleid: mensen zijn ofwel geïnteresseerd in canonieke cultuur en bezoeken deze, ofwel niet geïnteresseerd in het bestaande aanbod dat voor hen dus aangepast dient te worden:

“Samen met de andere overheden wil ik in de nieuwe basisinfrastructuur ruimte bieden aan meer genres en nieuwe spelers. Zo versterken we het draagvlak voor cultuur. Door aandacht voor andere kunstvormen en nieuwe generaties makers bereiken we ook groepen die zich misschien minder aangesproken voelen door wat er nu in schouwburgen, concertzalen en musea te beleven is” (Van Engelshoven 6).

Een academische contributie van dit onderzoek is het samenbrengen van participatie en consumptie in één onderzoek en een uitzonderlijke casus waar geïnteresseerde niet-bezoekers aan meedoen. Binnen de casus wordt kunst niet uitsluitend traditioneel geconsumeerd, maar worden mensen actief en (letterlijk) binnen hun eigen wereld geconfronteerd met kunst. Hoewel het aannemelijk lijkt dat er een relatie bestaat tussen of, en vanuit welke houding, iemand kunst consumeert en welke waarde iemand aan kunst toedicht, is dit naar mijn weten echter nooit onderzocht of aangetoond. Ook hier kan mijn onderzoek aan bijdragen.

Een tweede academische contributie is het hanteren van een kwalitatieve aanpak waar voorgaande onderzoeken vooral een kwantitatieve aanpak hanteerden. Op die manier bleven de reflecties van kunstconsumenten of -participanten buiten beschouwing, terwijl deze juist essentieel zijn om iets zinnigs te kunnen zeggen over het beleven van waarde of het kunnen creëren van draagvlak. Een kwalitatieve methode maakt het mogelijk het perspectief van de participant/ consument centraal te stellen. De onderzoeken hierboven beschreven onderzoeken betreffende *cultuurparticipatie* zijn kwantitatief van aard en richten zich op de conversiegraad (hoeveel mensen gingen er voor dit onderzoek naar cultuur, en hoeveel gaan er na dit onderzoek naar cultuur?). Daarom leren ze ons niets over de manier waarop deelnemers kunst consumeren en hoe ze deze waarderen. Dankzij bovenstaande onderzoeken naar *cultuurconsumptie* is het nu goed mogelijk een beeld te schetsen van hoe distinctie precies ontstaat en hoe smaak daarin een onderscheidende rol speelt, maar weten we nog steeds niets over of deze smaak beïnvloed kan worden door mensen actief te betrekken. Mijn onderzoek poogt deze leemte te vullen.

Een maatschappelijke contributie van dit onderzoek houdt verband met de positieve effecten die aan het consumeren van kunst en cultuur worden gerelateerd. Tot nu toe heeft dit onderzoek het lage draagvlak voor cultuursubsidies uitsluitend benaderd door een beleidsmatige bril: het doel is een aanbod voor “iedereen” aan te bieden, wat betekent dat ook niet geïnteresseerde niet-bezoekers en geïnteresseerde niet-bezoekers op de één of andere manier zo ver moeten worden gekregen dat ze tot bezoek overgaan. Maar er is nog een argument van waaruit breedgedragen waardering én gebruik voor en van cultuur wenselijk is: één die met kwaliteit van leven te maken heeft. Zo kan het lezen van literaire fictie bijvoorbeeld empathie vergroten (Koopman 210, Crossick en Kaszynska 50, Kidd en Castano 378) en bestaat er een positieve relatie tussen kunst en cultuur en mentale- en fysieke gezondheid (Brook et al. 37, All-Party Parliamentary Group on Arts, Health and Wellbeing 5). Zo bekeken is laag draagvlak voor cultuursubsidies en het stimuleren van deelname aan cultuur niet alleen een kwestie van het wel of niet uitgeven van belastinggeld, maar één in het

belang van alle inwoners van Nederland. Hoe meer mensen van cultuur gebruik maken, hoe meer mensen van de positieve effecten zullen profiteren.

Als het verhogen van cultuurparticipatie en -consumptie het doel is van het verstrekken van cultuursubsidies² is het creëren van draagvlak een evident noodzakelijk onderdeel. Of dit een wenselijk doel is, is natuurlijk nog maar de vraag. Ook de haalbaarheid staat ter discussie. Ik zal hieraan in hoofdstuk 5 binnen paragraaf 5.2 *Implicaties* dan ook aandacht besteden.

1.3 Overzicht

Deze scriptie is als volgt opgebouwd. In deze introductie werden de casus en de wetenschappelijke en maatschappelijke context waarbinnen deze een positie inneemt beschreven. Ook werd de hoofdvraag geïntroduceerd en werden de contributies van dit onderzoek besproken. In hoofdstuk 2 bespreek ik de theorie die in dit hoofdstuk al kort werd geïntroduceerd uitvoerig. Hoofdstuk 3 geeft meer inzicht in de operationalisering van deze theorie. In dat hoofdstuk zet ik uiteen hoe door middel van semigestructureerde interviews en een thematische analyse de hoofdvraag wordt beantwoord. De resultaten van de thematische analyse zijn terug te vinden in hoofdstuk 4. In hoofdstuk 5 worden de conclusie en implicaties hiervan besproken.

² Iets wat ik denk af te leiden uit verschillende overheidsdocumenten (bijvoorbeeld de notitie van Van Eijck en Bisschop Boele, 2018).

2. Theoretisch kader

Het kader van waaruit ik mijn onderzoeksvraag zal gaan beantwoorden, bestaat uit twee onderdelen. Het eerste onderdeel is de vraag hoe bewoners omgaan met kunst: wat voor culturele consumenten zijn zij? Deze invalshoek geeft helderheid over de manier waarop ze zich tijdens het evenement (en daarvoor en daarna) tot kunst als tastbaar object verhouden; hun dispositie oftewel smaak. Zo kan een beeld worden geschetst van hoe zij als kunstconsumenten uiting geven aan hun waarde opvattingen over kunst. Deze kennis zet een eerste stap richting de leemte die bestaat rondom motieven van de geïnteresseerde niet-bezoeker. Zij zetten hun interesse niet om in cultuurbezoek, zonder dat écht duidelijk was waarom dat zo was. Als we meer weten over wanneer en hoe zij wél met kunst omgaan, zoals tijdens hun deelname aan KodK, zijn we een stap dichterbij het oplossen van dit probleem. Om hiertoe te kunnen komen, geeft dit hoofdstuk eerst een introductie op de distinctietheorie van socioloog Pierre Bourdieu. Hoe iemand cultuur consumeert (smaak), hangt namelijk in sterke mate samen met manieren waarom mensen zich van anderen (willen) onderscheiden.

Als je vervolgens aan verschillende uitingen van smaak concrete kenmerken toedeelt, kun je mensen als het ware categoriseren en overeenkomsten en verschillen waarnemen. Binnen mijn onderzoek maak ik daarom gebruik van Vergard Jarness' classificaties. Uitgaande van Bourdieus distinctietheorie onderscheidt hij bij inwoners van de Noorse stad Stavanger vier verschillende houdingen. Hij noemt deze: "modi van consumptie." Er bleek een sterk verband tussen de modus van consumptie en sociale klasse - of "kapitaal profiel," zoals Jarness dat noemt - van de respondent (Jarness "Modes of" 75). In een later stadium zal ik mijn respondenten tijdens de interviews vragen stellen die gebaseerd zijn op de kenmerken van de verschillende consumptie modi. Door verschillen en overeenkomsten tussen respondenten te noteren, kunnen patronen ontdekt worden (Boeije en Bleijenbergh 29). Die kunnen op hun beurt het begin kunnen zijn van een theorie die kan verklaren waarom geïnteresseerde niet-bezoekers plots overgaan tot bezoek.

Dit onderzoek gaat uit van de veronderstelling dat er een relatie bestaat tussen vanuit welke houding mensen kunst consumeren en wat ze vinden dat kunst waard is. Het tweede onderdeel van het theoretisch kader is dan ook de vraag wat bewoners nou eigenlijk van kunst als idee of waardesysteem vinden. Hierbij is kunst dus een abstracter begrip, waarbij waarde niet te vatten is in cijfers, maar een narratief is. Het toekennen van waarde hangt in dit geval samen met impact: kunst is waardevol omdat het iets doet. Als achterhaald kan worden wat respondenten vinden dat kunst waard is, en waarom, draagt ook dit weer bij aan

het vullen van het hiaat rondom de geïnteresseerde niet-bezoeker. Ook is het wetenswaardig of er verschil bestaat tussen hoe respondenten kunst waarderen in het algemeen en specifiek tijdens hun deelname. Als dit namelijk zo blijkt te zijn, biedt dit concrete handvatten voor vervolgonderzoek. Dit onderzoek is te klein om op basis hiervan universele conclusies te trekken, maar we hebben dan wel een vermoeden welke waarden geïnteresseerde niet-bezoekers (in deze hele specifieke situatie) gerealiseerd willen zien. Tijdens de interviews zullen respondenten daarom vragen beantwoorden die zijn gebaseerd op de kenmerken van de waarde tradities van Belfiore en Bennet. Belfiore en Bennet signaleren door de hele Westerse geschiedenis, vanaf de Griekse filosoof Plato, drie verschillende systemen waarbinnen mensen de kunsten waarderen. Na een korte uiteenzetting over wat culturele waarde nou eigenlijk is, wordt dieper ingegaan op deze tradities.

2.1 Smaak en consumptie modi

Een belangrijk theoretisch kader voor mijn onderzoek is het werk van socioloog Pierre Bourdieu. In misschien wel zijn meest bekende werk, *Distinction* (1984), betoogt hij de relatie tussen status en smaak. Deze relatie werkt twee kanten op: hoe hoger je status, hoe meer invloed je kunt uitoefenen op wat goede smaak - en daarmee waardevolle kunst - is. Tegelijkertijd wordt de smaak die iemand heeft, beïnvloed door de sociale klasse waarin diegene zich bevindt. Er is kortom, een relatie tussen “cultuur” (zoals in kunstzinnige uitingen) en *cultuur* (in de antropologische zin van het woord) (Bourdieu 1984, 1). Op deze manier wordt je culturele smaak tot een soort graadmeter van je status (1-2). Je kunt jezelf ook onderscheiden van mensen die een “lagere” smaak hebben dan jij; jouw smaak is beter en je staat dus hoger op de sociale rangorde (5). Dit heet distinctie. “Taste classifies, and it classifies the classifier,” aldus Bourdieu (6).

De manier waarop ik binnen mijn onderzoek gebruik maak van de term “smaak,” heet bij Bourdieu dispositie. Dispositie is hoe je je tot een kunstwerk verhoudt en hoe je deze benadert of toe-eigent. Hierbij kun je denken aan de vergelijking met een blik soep. Een blik soep is in principe geen kunst, maar de manier waarop iemand een blik soep benadert (iemand's dispositie) kan ervoor zorgen dat het dat wel wordt. De dispositie van pop-art kunstenaar Andy Warhol zorgt er bijvoorbeeld voor dat soep in dit geval kunst kan worden. Smaak is dus de manier waarop je je gedraagt richting een kunstwerk. Niet alleen in het productieproces van een kunstwerk, maar ook in het consumptieproces. Je kunt dit al geproduceerde schilderij bijvoorbeeld consumeren en benaderen met heel verschillende disposities: “Een schilderij van een blik soep? Dat kan geen kunst zijn, wat lelijk.” Het is niet

je smaak. “Een schilderij van een blik soep? Grappig, ik eet ook wel eens soep.” “Een schilderij van een blik soep? Dit geeft me nieuwe inzichten in kapitalisme en de consumptiemaatschappij.”

Een belangrijke opmerking hierbij is de sterke relatie die bestaat tussen iemands opleidingsniveau en iemands culturele dispositie (Bourdieu en Darbel 14). Om kunst te kunnen waarderen is voorkennis nodig (55), maar die heeft lang niet iedereen. Het schilderij uit het voorbeeld krijgt bijvoorbeeld een hele andere lading en betekenis als je wel iets weet over Andy Warhol en zijn oeuvre dan als je dat niet doet. Mensen die een hoge sociale status hebben, en/of ingewijden in het culturele veld, ontkennen echter vaak (onbewust) deze relatie tussen educatie en het vermogen om kunst te begrijpen en waarderen. De manier waarop musea en de culturele sector zijn ingericht en functioneren, versterken voor ingewijden (mensen met een hoge sociale status en het juiste kapitaal) het gevoel dat ze er thuis horen, terwijl voor alle anderen (mensen met een lage(re) sociale status of onvoldoende kapitaal) juist het gevoel dat ze er niet welkom zijn wordt versterkt (Bourdieu en Darbel 112 Brook et al. 2).

2.1.1 De intellectuele modus

De eerste modus die Jarness onderscheid is de intellectuele modus. Mensen die vanuit deze modus consumeren, behoren tot de groep die niet zoekt naar functie, maar kunst “om de kunst” waardeert (70). Het zijn de meest gretige gebruikers van kunst en cultuur.

Tegelijkertijd, of misschien juist wel daarom, zijn zij ook het meest kritisch tegenover producten die in hun ogen “cliché” of “achterhaald” zijn. Tegenover canonieke cultuur staan mensen in de intellectuele modus dan ook vaak sceptisch: deze culturele producten zijn een te “logische” keuze en zo geen middel tot distinctie meer (71).

“Lage” cultuur schuwen ze echter allerminst. Ze zijn zich heel goed bewust van de scheiding tussen hoge en lage kunst, en gaan hier op zo’n manier mee om dat dit in hun voordeel werkt. Door bijvoorbeeld op “ironische” wijze bepaalde lage cultuur te consumeren, kunnen ze zich onderscheiden van andere mensen in de intellectuele modus. Dit doen ze ook door te zoeken naar “verborgen pareltjes” (producten die nog niet algemeen gewaardeerd worden, maar wel die potentie hebben) te zoeken. Voor een gedeelte speelt satire hierin een rol, maar het is ook oprechte waardering. Ze bewegen vloeiend door verschillende genres en media en geven er graag hun eigen draai aan. Maar zo gretig als mensen in de intellectuele modus culturele producten consumeren, zo kritisch en afwijzend staan ze tegen (in hun ogen) overmatige materiële consumptie. Dat is namelijk “materialistisch,” “verspillend” en

“opzichtig” (71). Wat betreft sociale klasse, is deze groep overwegend homogeen. Het zijn hoogopgeleide mensen, vooral uit de cultuur- en geesteswetenschappen, met veel cultureel kapitaal maar een relatief lager salaris en werkend in de publieke sector.

2.1.2 De luxueuze modus

Ook de luxueuze modus vertrekt vanuit het waarderen van iets “in zichzelf,” maar doet dit op een hele andere manier. Zo heeft deze groep bijvoorbeeld zowel de mogelijkheid als de wens om zich in luxeproducten onder te dompelen (71), terwijl ze terughoudend zijn in het consumeren van culturele producten (72). Ze onderscheiden zich door vaak persoonlijke voorliefde voor bepaalde merken. Enerzijds omdat deze merken garant staan voor een bepaalde kwaliteit, maar anderzijds ook zeker omdat deze merken hen een bepaald imago en bijbehorende status verschaffen. Meegaan met de smaak van de massa, zoals bijvoorbeeld winkelen bij grote ketens als IKEA of H&M, is “the ultimate sign of the undistinguished” (72).

Overigens is het niet zo dat deze groep helemaal geen culturele producten consumeert. Soms is het zelfs zo dat mensen in de luxueuze modus dezelfde culturele producten consumeren als mensen in de intellectuele modus, maar in tegenstelling tot de manier waarop ze luxeproducten consumeren zijn kunstproducten voor hen een middel tot iets anders. Denk hierbij bijvoorbeeld aan ontspanning of vermaak. Of netwerken met klanten op een borrel na de opera. Ook deze groep is, net zoals bij de intellectuele modus, vrij homogeen. Het zijn mensen met hoog economisch kapitaal en hoge inkomens, die ze meestal in de private sector verdienen. Ze hebben vaak veel vastgoed en zijn rond bachelor-niveau opgeleid (72).

2.1.3 De educatieve modus

Mensen die consumeren vanuit de educatieve modus hebben een gretige interesse in cultuur en afkeer tot (overmatige consumptie van) luxeproducten. Kunstconsumptie heeft voor hen een duidelijk doel: ze willen er iets van leren. Dit betreft vooral persoonlijke ontwikkeling; het idee dat kunst je horizon verrijkt of een beter mens maakt staat hier centraal. Mensen in de educatieve modus hebben groot vertrouwen in de smaak van gevestigde “experts” en kijken naar hen op. Ze worden graag begeleid in hun leerproces en sluiten zich bijvoorbeeld aan bij boekenclubs of lezen recensies voor ze hun eigen mening vormen (72). Hoewel ze vaak dezelfde culturele producten waarderen als de intellectuele modus, kijkt men in de educatieve modus met ontzag naar de canonieke (want legitieme)

cultuur. De insteek is veel serieuzer en respectvoller en kunst is het liefst moreel juist en plezierig; de leerervaring moet positief zijn. De kunst moet echter wel begrijpelijk zijn. Tegenover populaire cultuur staat deze groep sceptisch (het is “plat vermaak”) tenzij ze er een les uit kunt leren. Wat betreft sociale klasse is deze groep meer gemixt. Ze hebben verschillende soorten kapitaal in verschillende hoeveelheden en ze scoren gemiddeld op opleidingsniveau en inkomen. Ze werken zowel in de private als de publieke sector (73).

2.1.4 De praktische modus

In deze vierde en laatste modus draait consumptie wederom om nut of functie. Het gaat hier echter veel meer om praktische en technische vaardigheden en feitjes. Huisvlijt is dan ook populair onder de groep die vanuit deze modus consumeert; ze leren bijvoorbeeld graag hoe ze leuke dingen maken voor in huis of voor familie (74). Ook tuinieren is geliefd. Culturele producten moeten vermakelijk, plezierig en (in hun ogen) ambachtelijk van hoge kwaliteit zijn. Kunstwerken die daar niet aan voldoen, bijvoorbeeld omdat ze erg conceptueel of abstract zijn, worden hard afgewezen. Intellectualiteit is verdacht. Mensen in de praktische modus zijn de meest gematigde consumenten van zowel luxe als culturele goederen: dat is “onnodig” en “zonde van tijd en geld” (74). In de culturele producten die ze wel consumeren, gaat de voorkeur uit naar dingen die direct aan hun eigen leven refereren of hen interessante feitjes bijbrengen. Documentaires, bijvoorbeeld over WOII of over dieren, zijn dan ook populair. Dezelfde pragmatische manier van denken gaat op voor de consumptie van materiële producten. Voorkeur voor luxemerken is “overbodig,” kwaliteit, betrouwbaarheid en duurzaamheid zijn belangrijker, evenals goede prijs-kwaliteit verhouding (75). De voorkeur voor praktische en kwalitatieve materiële zaken vertaalt zich ook weer naar de manier waarop ze culturele producten tot zich nemen. Een argument om naar de film te gaan, kan bijvoorbeeld zijn dat de stoelen er erg comfortabel zijn (71). Wat betreft sociale positie, is deze groep weer vrij homogeen. Mensen binnen de praktische modus hebben gemiddeld een laag volume verschillende kapitalen, het laagste opleidingsniveau en de laagste inkomens. Vrijwel allemaal zijn ze werkzaam in de private sector.

2.2 Waarde

In de introductie van deze scriptie zijn indirect al verschillende ideeën rondom kunst en waarde benoemd. Zo kunnen musea hun relevantie (of waarde) weer bewijzen door in gesprek te gaan met bestaand én potentieel publiek en stellen Bourdieu en Darbel dat om beeldende kunst te kunnen waarderen voorkennis vereist is. Wanneer het over waarde en

kunst gaat, is dit debat vaak berust op een onderliggende aanname: actieve of passieve cultuurdeelname is waardevol, of zelfs heilzaam, voor de mens of maatschappij in het algemeen en het moet dus worden gestimuleerd (door de overheid of de sector zelf). “Effecten” van kunst maken “impact” op individu op maatschappij (Belfiore 28), daarom is kunst waardevol. Maar wat *is* waarde? En hoe verhoudt de culturele waarde van een cultureel product zich tot economische waarde? Hoewel er een definitie bestaat van de economische waarde van een cultureel product,³ bestaat er nog geen sluitende definitie van de culturele waarde van een cultureel product. In plaats daarvan bestaan er verschillende definiëringen van de componenten ervan (Angelini en Castellani §3). Een door culturele economen breed geaccepteerde ontleding van die verschillende onderdelen is geformuleerd door Throsby. Hij stelt dat culturele waarde een optelsom is van esthetische waarde, spirituele waarde, sociale waarde, historische waarde, symbolische waarde en authenticiteits waarde (Angelini en Castellani §3, Throsby 279-280) Culturele producten hebben kortom betekenis voor al deze elementen en ontleen hieraan tevens hun waarde.

Om het debat nog wat te compliceren, is waarde daarnaast ook nog eens dynamisch; het kan bijvoorbeeld veranderen over tijd (Angelini en Castellani §4). De enige consensus lijkt te bestaan over dat waarde tot stand komt via een discursief proces (zie bijvoorbeeld Klamer “The lives of cultural goods” (2018)), al zijn ze het er vervolgens niet over eens tussen welke partijen het narratief tot stand komt. In mijn onderzoek volg ik het idee dat waarde een discours tussen verschillende partijen is. De waarde van kunst ligt dus besloten in de blik van de beschouwer van het kunstwerk; welke verhalen hangt hij daaraan op?

Eleonora Belfiore en Oliver Bennett zien drie historische “kapstokken” waaraan deze verhalen worden “opgehangen.” Deze beschrijven ze in *The Social Impact of the Arts* (2008). Deze kapstokken zal ik gebruiken om antwoord te vinden op de vraag: welke waarde(n) dichten respondenten toe aan kunst? Hierbij hangt waarde samen met functie of impact: kunst is waardevol omdat het iets teweegbrengt. Belfiore en Bennett nemen verschillende ideeën hierover waar die in de Westerse wereld en door de eeuwen heen de revue zijn gepasseerd. Al sinds de tijd van de oude Grieken spreekt men over heilzame (en kwalijke) “effecten” of “impact” van kunst (Belfiore 28). Volgens Belfiore gaat men in dit debat niet af op aantoonbare feiten, maar op waardes en overtuigingen. Er bestaat dus een sterk verband tussen welke impact kunst maakt en wat mensen het waard vinden. Op basis hiervan

³ Economische waarde is “[I]ts exchange value or the value that “comprises any direct use values of the cultural good or service in question, plus whatever non-market values it may give rise to” (Angelini en Castellani §3, Throsby 2003, p. 279).

onderscheiden Belfiore en Bennett drie tradities rondom de waarde, functie en impact van de kunsten. Dit zijn: een traditie waarbij mensen overtuigd zijn van positieve effecten die kunst zou hebben op mens en samenleving, een traditie waarbij mensen juist overtuigd zijn van negatieve effecten die kunst bewerkstelligt en een traditie waarbij men ervoor pleit dat de kunsten moeten worden “bevrijd” van eventuele effecten. Argumenten behorende bij deze verschillende tradities kunnen worden vergeleken met de argumenten waarmee de bewoners hun deelname aan KodK en hun overtuiging van de transformatieve krachten van kunst duiden. Op deze manier vormen de waarde tradities een soort rode draad, of speelveld, waarbinnen de bewoners positie nemen (en eventueel bewegen).

In de hedendaagse situatie (oftewel: West-Europa in de 21e eeuw) signaleren Belfiore en Bennett een bijna orthodox of religieus vertrouwen in de kunsten. Vooral de culturele sector zelf steunt sterk op de positieve traditie en het geloof dat de kunsten “transformatieve krachten” hebben, oftewel mens en samenleving kunnen verbeteren (Belfiore en Bennett 2-5). Hoewel het natuurlijk goed denkbaar is dat de culturele sector op deze overtuiging leunt bij wijze van zelflegitimatie, lijkt er meer aan de hand dan dat. De auteurs zien een internationaal verspreid vertrouwen in de positieve effecten van de kunsten op zowel individuen als hele samenlevingen (3). Ondanks dit moet kunst, met name waar het subsidies betreft, steeds harder voor haar bestaansrecht vechten. (Cultuur)beleid wordt meer en meer gebaseerd op concrete resultaten, en juist het “nut” of “effect” van kunst blijkt erg moeilijk te meten.⁴ Er zijn namelijk te veel verschillende mogelijke uitkomsten en beïnvloedende factoren om betekenisvolle conclusies te trekken aan de impact die kunst wel of niet maakt (6). En hoewel tegenwoordig de positieve traditie sterk vertegenwoordigd is, is dat wel eens anders geweest. In het Westen discussieert men al sinds de Oude Grieken over de waarde en impact van kunst. De discussie begon zelfs vanuit het tegenovergestelde: de overtuiging van de negatieve effecten van kunst. In de volgende paragrafen beschrijf ik kort de verschillende tradities en kenmerkende argumenten die Belfiore en Bennett daarmee associëren.

2.2.1 *De negatieve traditie*

Lang voordat er zoiets als cultuursubsidie bestond, betoogde Griekse filosoof Plato de negatieve invloed die de kunsten zouden hebben op zowel individuen als de maatschappij als geheel (Belfiore en Bennett 40). Zo zou kunst een nabootsing of representatie van de

⁴ Hoewel de auteurs schrijven over cultuurbeleid in het Verenigd Koninkrijk, gaat dit ook voor Nederland op. Zie bijvoorbeeld Van den Hoogen *Effectief Cultuurbeleid: Leren van evalueren* (2012).

werkelijkheid zijn, terwijl die werkelijkheid vervolgens weer een nabootsing of aftreksel is van de ware “idee:” de meest pure vorm, de essentie van alle dingen. Kunst is dus eigenlijk een aftreksel van een aftreksel en zo per definitie onvolmaakt. Doordat mensen zich echter focussen op de kunst, dus op de kopie van de kopie, zouden ze afgeleid raken van dat waar het werkelijk om gaat in het leven. Een voorbeeld hiervan (uit een latere tijd) is de Christelijke afwijzing van idolatrie: in plaats van waar het werkelijk om gaat (verering van God), vereert men een afbeelding. Ook zouden mensen zich vervolgens niet bewust zijn van het misleidende karakter van kunst, waardoor zij kunstwerken als waarheid of als boodschappers van de waarheid interpreteren. Plato is zeer stellig: van kunst kun je niks leren (43) en het is dus een kwalijke zaak dat mensen erdoor belazerd worden.

Hij gaat nog een stap verder. Omdat kunst impact heeft op het “emotionele gedeelte” van het brein wordt het “rationele gedeelte” onderdrukt of zelfs gecorrumpeerd. Daarom zouden mensen worden verleid om wat zij in de kunsten zien na te doen, wat vervolgens weer tot moreel onwenselijk gedrag leidt. Deze redenering kent overigens nog aanhangers in de 21e eeuw, wat zich bijvoorbeeld uit in leeftijdsindicaties voor bepaalde films en games. Beïnvloedbare geesten zouden zo beschermd worden tegen onaangenaam beeld én de (moeilijk bewijsbare) overtuiging dat bijvoorbeeld gewelddadige videogames aanzetten tot gewelddadig gedrag (Belfiore en Bennett 66, Harold 174). De negatieve traditie kreeg een nieuwe impuls na WOII. Hitler sprak in zijn speeches immers vaak over kunst als middel in zijn ideologische missie (Belfiore en Bennett 76), iets waar miljoenen mensen de consequenties van hebben moeten ervaren. De kunsten, kortom, maken ongelukkig.

Samenvattend passen de argumenten ten gunste van de negatieve traditie (en dus tegen kunst) in twee categorieën. Op cognitief niveau zouden de kunsten onterecht pretenderen kennis te verschaffen in de menselijke natuur. Op ethisch niveau zouden de kunsten negatieve invloed hebben op moreel geloof en gedrag, en afleiden van de deugden die daadwerkelijk belangrijk zijn in het leven (78).

2.2.2 De positieve traditie

Plato had een leerling: Aristoteles. Aristoteles draaide Plato’s argument - dat de kunsten verderfelijk zijn omdat ze zo’n sterk effect hebben op menselijk gedrag - om. In de ogen van Aristoteles waren de kunsten juist een sterk stuk gereedschap voor het onderwijzen van normen en waarden aan het “gewone volk” (Belfiore 29-30). Door de tijd heen is de positieve traditie steeds prominenter en uitgebreider geworden. Tegenwoordig zijn drie interpretaties leidend en worden de positieve “gevolgen” van kunst opgevat als emotioneel,

intellectueel of ethisch proces (Belfiore 31). De argumenten die bij de positieve traditie horen zijn daardoor behoorlijk divers en uitgebreid.

Kunst als emotioneel proces roept heftige emoties op in de toeschouwer. De toeschouwer kan helemaal opgaan in het kunstwerk, waardoor hij een soort emotionele ontlading ervaart. Alle “onwenselijke” emoties, zoals woede, jaloezie, of heftig verdriet, kunnen in een veilige setting worden ervaren, zodat ze daarna zijn verdwenen. Je lichaam en geest zijn zo als het ware gereinigd en je kunt als optimaal functionerende burger terug de maatschappij in (Baumeister 73). Ook kan de toeschouwer de gevolgen van bepaalde (wan)daden ervaren, waardoor hij ze minder snel in het echte leven zou toepassen (Belfiore en Bennett 81-82). Als de hoofdpersoon in een toneelstuk bijvoorbeeld wordt verstoten of bestraft vanwege moord, diefstal, of een andere misdaad, zouden toeschouwers wel twee keer nadenken voordat ze dezelfde fout maken. Kunst biedt dus een soort morele opvoeding.

Ook argumenten die met persoonlijk welzijn samenhangen horen binnen het emotionele proces. Kunst, of een esthetische ervaring, zouden bijvoorbeeld plezier en genot bieden, wat weer heilzaam werkt op zowel fysiek als mentaal welzijn. Ook kunstzinnige therapie vertegenwoordigt het idee dat de kunsten gunstig voor de gezondheid zijn (Belfiore en Bennett 92-93). Hier kan nog onderscheid gemaakt worden tussen kunst *als* therapie en kunst *in* therapie, waar bij de eerste kunst in zichzelf als helend wordt beschouwd en bij de tweede kunst wordt geïnstrumentaliseerd door bijvoorbeeld therapeuten als middel voor diagnosticering én genezing (Belfiore en Bennett 104, Campo 139). Kunst biedt ook troost, of zelfs escapisme, zodat het leven weer een stukje dragelijker wordt (Belfiore en Bennett 93-96). Bovendien geldt dit alles zowel voor het *maken* van kunst (actief) als het *consumeren* ervan (passief) (96-97) en geeft kunst een gevoel van voldoening: het geeft nut aan het leven (97-98).

Interactie met kunst zou menselijke ervaringen ook verdiepen, in tegenstelling tot de vele oppervlakkige ervaringen die men gedurende de dag heeft (98-99). Kunst is ook sterk verwant aan “spel;” wat een essentiële oerbehoefte zou zijn (99-100). Als laatste emotionele argument zien filosofen en wetenschappers een verband tussen kunst en evolutie en overlevingsdrang van het menselijk ras. Hierbij zijn kunst en creativiteit belangrijk in het selecteren van een partner. Ook leert kunst maken en consumeren belangrijke lessen, en leren is het “menselijke overlevingsmechanisme” (102). Samenvattend zijn argumenten die vanuit het emotionele proces redeneren de argumenten die er vanuit gaan dat kunst de levenskwaliteit verhoogt, zowel betreffende (fysieke en mentale) gezondheid als “gewoon” plezier en voldoening.

Kunst als intellectueel proces werkt op de menselijke cognitie. Het uitgangspunt in deze argumentatie is dat mensen het best leren door te kopiëren (88). Kunst stimuleert zo cognitieve ontwikkeling. Je kunt je dit ook voorstellen bij het lezen van een gedicht. De eerste drie of vier keer dat je het leest snap je misschien totaal niet waar het over gaat, de vijfde keer “zie je plots het licht” en openbaart de boodschap zich aan je. Dit is een plezierige ervaring, en hier komt dan ook de notie vandaan dat kunst het individu zowel “verbetert” (meer intelligent, meer ontwikkeld) als plezier biedt. Kunst als intellectueel proces heeft ook een onderrichtend randje; na verloop van tijd werd het beleven van plezier een voorwaarde om van kunst te kunnen leren, en de twee raakten met elkaar vervlochten (113). Dit kreeg nog meer voet in de aarde dankzij de eind 18^e-eeuwse Duitse Bildung-denkers. De kern van het Bildungsideaal is dat je als mens zelf de individuele verantwoordelijkheid neemt om je (intellectueel) te ontwikkelen en te ontplooien. Dit doe je zowel voor jezelf, als ten bate van de samenleving (119), maar het is geen collectief proces. Bildung doe je alleen. Kunst wordt hier beschouwd als de ultieme *tool* om je individuele horizon te verbreden, waardoor het een bij uitstek geschikte drager is voor Bildung (120). Hier moet natuurlijk de opmerking gemaakt worden dat hoewel Bildung bedoeld was om uiteindelijk de hele samenleving naar een volgend niveau te tillen, alleen de elite genoeg tijd, geld en toegang tot kunst en literatuur hadden zich hiermee bezig te houden.

Tegenwoordig kunnen we alle argumenten die uitgaan van de (intrinsieke) educatieve functie van kunst onder de noemer van kunst als intellectueel proces verstaan. Belfiore en Bennett noemen hier geen directe voorbeelden, maar ik denk bijvoorbeeld aan de volgende motivering: kunst stimuleert het brein, kunst verbreedt je horizon, kunst laat je kennismaken met andere culturen/ ideeën/ etc., kunst verdiept, muziek maken/ lezen/ tekenen is goed voor de cognitieve ontwikkeling van kinderen, kunst houdt je nieuwsgierig en zo nog veel meer.

Ook kunst als ethisch proces gaat uit van het idee van menselijke ontwikkeling en ontplooiing. Het verschil zit hem echter in de focus op morele opvoeding versus cognitieve ontwikkeling, en de focus op de samenleving als geheel versus het individu. Kunst als ethisch proces is een plechtige aangelegenheid. Het is niet alleen leuk en leerzaam om kunst te consumeren, je hebt ook een (maatschappelijke/ religieuze) verplichting om er morele lessen uit te leren (125). Je dient jezelf niet alleen cognitief te onderwijzen, het doel is een samenleving die goed van kwaad kan onderscheiden, die weet wat zonde en wat deugd is en daarnaar leeft. Kunst is echt een moraliserend en opvoedkundig stuk gereedschap. Ook tijdens de Franse Verlichting zag men de publieke bruikbaarheid van het morele aspect: de rijke aristocratie zou op een frivool dwaalspoor geraakt zijn en diende door middel van kunst

weer op het juiste morele pad te geraken (127). Filosofen betoogden dan ook dat kunsten gefundeerd zouden moeten zijn in “permanente” waardes, zoals “the true, the good, and the beautiful” (Belfiore en Bennett 127, Saisselin 202). Schoonheid wordt onlosmakelijk verbonden aan morele juistheid of goedheid, lelijkheid aan slechtheid (Belfiore en Bennett 129). Een leuke illustratie hiervan vind ik zelf hoe in Disneyfilms de helden altijd knap zijn en de schurken lelijk.

Kunst als ethisch proces kende zijn hoogtepunt tijdens de romantiek. Kunstenaars werden hier besproken als een soort tussenpersonen, of communicators van een goddelijke schoonheid en waarheid, die deze vervolgens naar de gewone man kan overbrengen. “Het volk” wordt via kunst weer herinnerd aan zijn verheven pad, aan hoe empathisch en eerlijk te zijn (133). Zo kan de “perfecte” samenleving bereikt worden, onder de voorwaarde dat niet het individu, maar het collectief vooraan staat (136). Dit alles moet begrepen worden vanuit een soort angst voor de “domme massa,” die de intellectuele elite zogenaamd omver zou willen werpen (137). Door middel van kunst kon deze domme massa weer “opgroeien” tot goede burgers. Een samenleving die toegang heeft tot kunst en cultuur zou een letterlijk meer “gecultiveerde” of geciviliseerde samenleving zijn. “The arts are conceived of as a means to educate and improve the whole of humankind,” zo luidt de onbescheiden leus (Belfiore 32).

Samenvattend zijn argumenten vanuit dit perspectief gericht op de bruikbaarheid of het nut van kunst als ethisch of moreel opvoedkundige *tool*, die ingezet kan worden om de gehele samenleving op het juiste pad te houden. Moreel en esthetisch oordeel raakt vervlochten (Belfiore en Bennett 140): schoonheid representeert het goede, lelijkheid staat voor slechtheid. (Hedendaagse) argumenten in deze categorie zijn bijvoorbeeld: kunst zorgt ervoor dat je je kunt inleven in anderen, kunst kan je een gevoel van sublimiteit geven/ je nederig doen voelen, kunst leert je wat goed en slecht is, kunst cultiveert en zo nog verder. Ook hier is een notitie weer op zijn plaats, want het ethische argument kent een keerzijde. Kunst als “cultivator” werd namelijk ook gebruikt om 19^e-eeuws kolonialisme te rechtvaardigen. Immers kwam Europa letterlijk “cultuur” brengen naar de “ongecultiveerde” koloniën. Het was de “white man’s burden” om beschaving over de wereld te verspreiden (Belfiore 32).

2.2.3 *De autonome traditie*

Er is nog een derde traditie waarbinnen kunst gewaardeerd kan worden: de autonome traditie. In deze traditie wordt elke mogelijke relatie tussen middel en doel en tussen ethiek en esthetiek ontkend. Deze worden als gescheiden beschouwd, en moeten dat ook blijven. De

autonome traditie zet zich af van de geïnstrumentaliseerde interpretaties van de positieve traditie, waarbij kunst een maatschappelijk doel dient (Belfiore en Bennet 180). De waarde van een kunstwerk hangt daarin tot op zekere hoogte samen met de mate waarin dat werk zijn “functie” vervulde. In de autonome traditie gaat men er juist vanuit dat de waarde van kunst intrinsiek is. Deze waarde kan dan ook niet gemeten kan worden door praktisch of andersoortig nut aan te tonen. Goede kunst is zelfs per definitie nutteloos. Men refereert vaak naar deze traditie onder de noemer *l’art pour l’art*, immers betreft het kunst om de kunst. Deze traditie heeft gedeeltelijk zijn wortels in de industriële revolutie en de opkomst van (culturele) massaproductie. Kunstenaars vreesden voor kunstwereld die alleen de wensen en grillen van de markt bediende, want die markt zou alleen onoriginale en onbehouwen wensen hebben (183). Ze verzetten zich door zich te richten op onverkoopbare kunstwerken en maakte kunst die expres niet in de smaak van de massa viel.

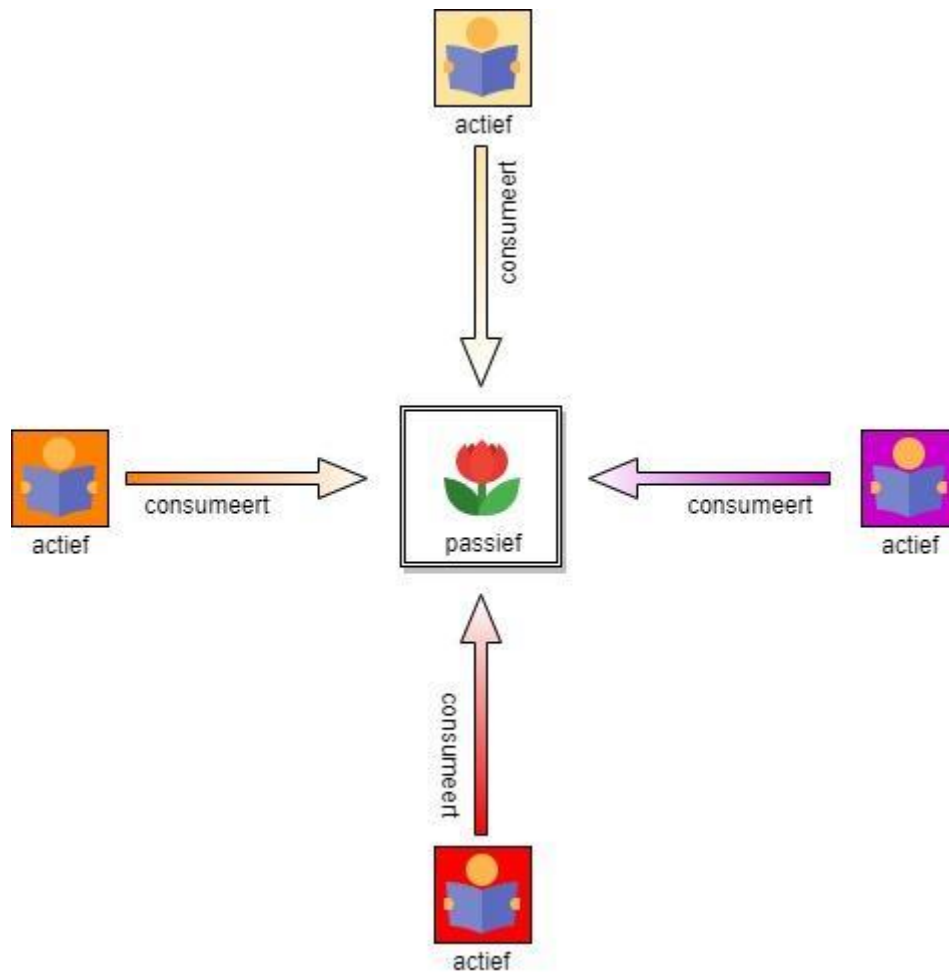
Hoewel de connectie tussen ethiek en esthetiek afgewezen wordt, heeft de autonome traditie in de kern nog wel een verbinding met schoonheid; namelijk tussen nutteloosheid en schoonheid. Deze connectie komt vooral tot stand omdat functie (of nut) als lelijk wordt beschouwd (182). Kunstwerken zijn volledig autonoom, daarmee vrij van functie en zo weer onbezoedeld of puur. Op die manier kunnen ze écht mooi zijn. Ware schoonheid dient geen doel en kan alleen in nutteloosheid bestaan. Als er sprake is van een morele boodschap of ander soort doel, leidt dat al dusdanig af van de schoonheid dat ze niet meer kan bestaan (181). Je zou dus kunnen zeggen dat schoonheid het doel is bij de autonome traditie en kunstwerken dus niet meer zonder doel zijn. Het verschil is inderdaad subtiel, maar waar bijvoorbeeld ethiek een maatschappelijk nut heeft, heeft schoonheid dat niet. Het is er gewoon, en we kunnen er weliswaar plezier aan beleven, maar het blijft in principe een zelfstandig gegeven.

Argumenten vanuit de autonome traditie zijn voornamelijk argumenten tegen de instrumentalisatie van de kunsten (niet zelden vanuit een soort nostalgie naar “vroegere tijden,” waar de situatie veel “beter” zou zijn dan deze nu is), maar ook argumenten die zich richten op intrinsieke aspecten van kunst. Dit zijn bijvoorbeeld argumenten die zich baseren op de (artistieke) kwaliteit van een kunstwerk, de waarde van schoonheid (als autonoom gegeven) of leunen op woorden als “vrij,” “puur” en “vorm” (181).

2.3. Schematische weergave van de theoretische operationalisering

Het theoretisch kader is uiteengezet. In de overgang naar het methode hoofdstuk

wordt vast een schematische weergave uiteengezet die illustreert hoe deze theorie precies dient als kader van waaruit de onderzoeksvraag beantwoord kan worden.

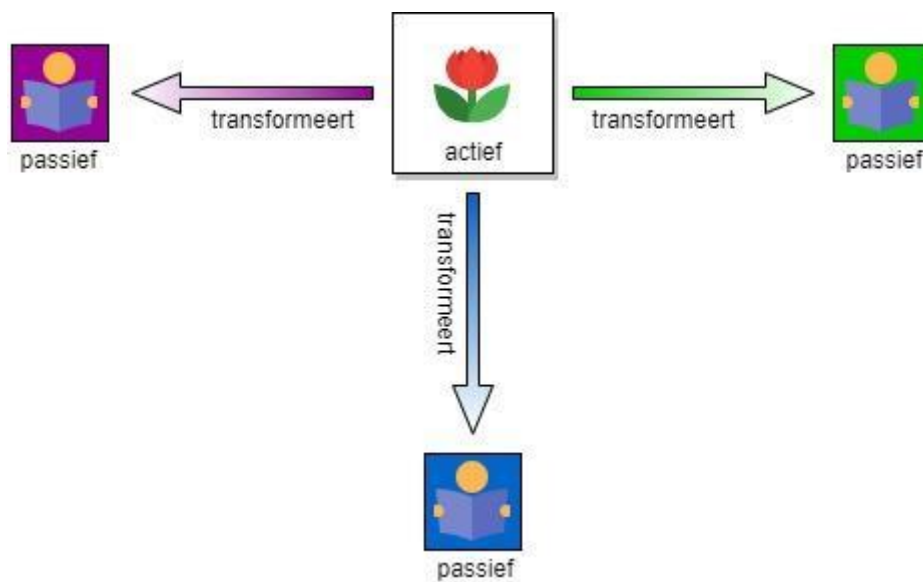


Figuur 1. Illustratie van de actieve toeschouwer die het passieve kunstwerk kan consumeren vanuit verschillende houdingen.

Jarness formuleerde vier modi van waaruit de toeschouwer een kunstwerk kan benaderen (consumeren). Uit bovenstaande figuur blijkt dat de kunstconsument het kunstwerk benadert vanuit een bepaalde startpositie: een houding richting het kunstwerk. Oftewel: een consumptie modus. Het initiatief komt hier vanuit de toeschouwer, die vanuit zijn bepaalde modus het kunstwerk tot zich neemt. Door mijn respondenten vragen te stellen die gebaseerd zijn op de kenmerken die bij de verschillende consumptie modi horen, verwacht ik de deelnemers aan KodK te kunnen classificeren. Zo zal blijken vanuit welke houding zijn kunst consumeren.

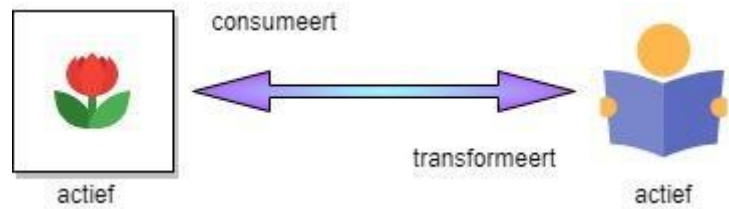
Uitgaande van de waarde tradities van Belfiore en Bennett zoals zij die beschrijven in “The ‘transformative power’ of the arts” (2011) en *The Social Impact of the Arts* (2008) kan

het kunstwerk (actief) verschillende resultaten bewerkstelligen bij de toeschouwers (passief). Het kunstwerk is in dit figuur niet daadwerkelijk actief, maar krijgt actieve, transformatieve krachten toebedeeld door de beschouwers. Het kunstwerk is dus “actief,” de toeschouwer “passief.” Tijdens de interviews stel ik respondenten vragen die gebaseerd zijn op de verschillende functies die kunst kan hebben conform de waarde tradities. Hierdoor verwacht ik deelnemers te kunnen classificeren. Zo bepaal ik welke waarde(n) deelnemers toedichten aan kunst.



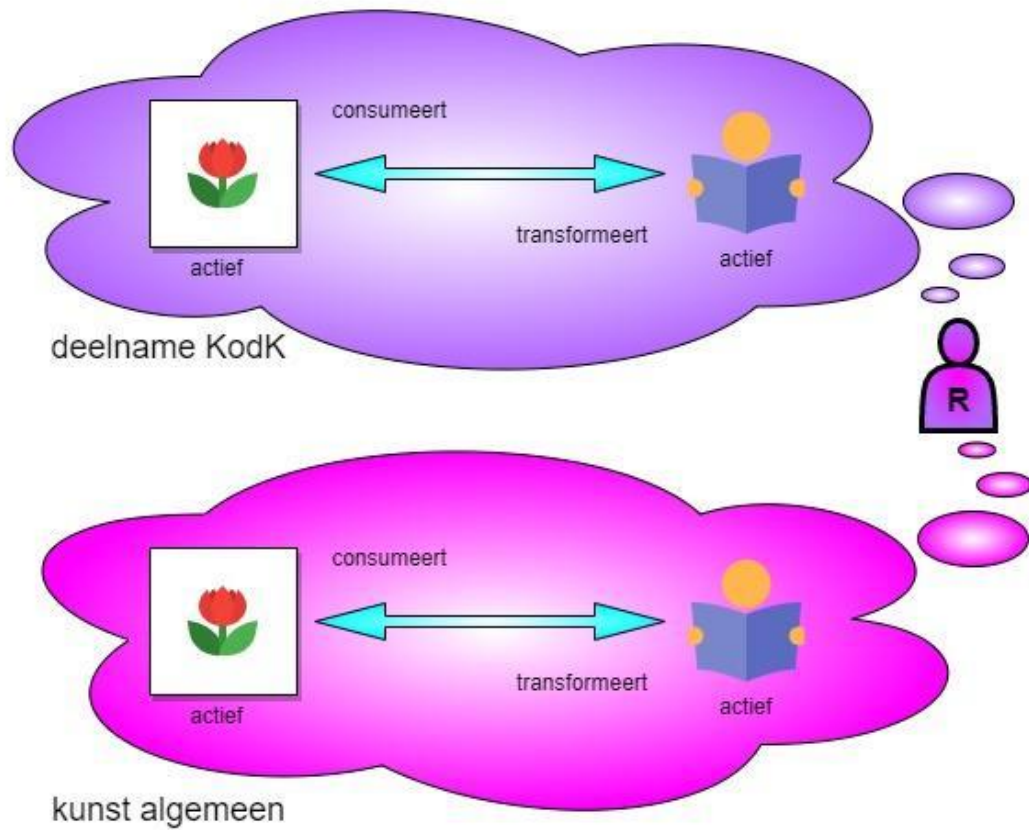
Figuur 2. Illustratie van hoe het “actieve” kunstwerk impact heeft op de “passieve” toeschouwer.

De hoofdvraag wordt zo dus eigenlijk vanuit twee gezichtspunten beantwoord: het perspectief van de deelnemer (vanuit welke houding consumeert deze?) en vanuit het kunstwerk (welke transformatieve waarde heeft deze volgens de respondent?). Hierbij is het perspectief van het kunstwerk natuurlijk eigenlijk ook het perspectief van de deelnemer; de deelnemer projecteert zijn visie op het kunstwerk. Toch wordt het kunstwerk als actieve partij benaderd. Dit heeft te maken met het diepe geloof dat mensen in de functies van de kunsten hebben. Het is in die overtuiging echt het kunstwerk dat effect heeft, niet de benadering van de toeschouwer. Als je deze perspectieven samenvoegt, geven ze onderstaand beeld:



Figuur 3. Illustratie van de twee “actieve” partijen.

Er zijn in dit scenario dus twee actieve partijen: zowel het kunstwerk als de respondent. Zoals in het volgende hoofdstuk zal blijken, heeft KodK participatieve elementen. Het vermoeden is dat deze elementen, waarbij de “traditionele” hiërarchie tussen kunstwerk en publiek verschuift, bijdragen aan het aanzetten van de geïnteresseerde niet-bezoeker tot cultuurbezoek. Het is binnen het theoretisch kader dat dit gereflecteerd wordt en dat alle partijen als actief worden geïnterpreteerd. De organisatie van KodK onderschrijft de kunst als actieve speler: “Voor ons gaat kunst om wat kunst ‘doet’” (“Missie en Visie”). Binnen mijn onderzoek zijn de houding van waaruit geconsumeerd wordt en de transformatieve krachten van het kunstwerk even belangrijk. Ook de beschouwing van respondenten op hun deelname aan KodK en de beschouwing op kunst in het algemeen zijn van even groot belang. Schematisch weergegeven zoekt dit onderzoek dus naar onderstaand beeld om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden:



Figuur 4. Schematische weergave van het onderzoeksveld van deze scriptie.

Respondenten zullen zowel binnen hun deelname als daarbuiten reflecteren op hoe zij kunst consumeren en waarderen. Met de classificaties die hieruit volgen, kunnen de hoofd- en deelvragen beantwoord worden.

3. Methode

3.1 Verzamelen en analyseren van de data

Het doel van dit onderzoek was om inzicht te verkrijgen in hoe deelnemers reflecteren op hun deelname aan KodK. Om dit te onderzoeken is een kwalitatieve benadering gehanteerd. Bij kwalitatief onderzoek staan namelijk de ervaringen van deelnemers en de betekenissen die deelnemers daaraan geven centraal (Boeije en Bleijenbergh 25). Deze betekenissen zijn niet abstract, maar heel concreet. Ze worden namelijk weerspiegeld in tastbaar gedrag (25-26), in dit geval het wel of niet bezoeken van cultuur en het consumeren vanuit een bepaalde consumptie modus tijdens deelname aan KodK een daarbuiten. Door vervolgens verschillen en overeenkomsten op te merken tussen respondenten, is naar patronen gezocht. Deze patronen kunnen vervolgens licht schijnen op de vraag waarom geïnteresseerde niet-bezoekers plots overgaan tot bezoek (29).

Ter voorbereiding op deze scriptie is een telefoongesprek gevoerd met KodK's artistiek leider. Het doel was een globaal beeld te krijgen over hoe KodK wordt georganiseerd en een inschatting te maken van de geschiktheid van deze casus als onderwerp voor een masterscriptie. Aantekeningen van dit telefoongesprek zijn toegevoegd als Appendix 1. Na een verkenning van bestaande literatuur is aan de hand van het theoretische kader een vragenlijst opgesteld die de basis vormde voor semigestructureerde interviews met deelnemers aan KodK.

Met betrekking tot dataverzameling is voor semigestructureerde diepte-interviews gekozen omdat deze vorm er voor zorgt dat de interviewer zo dicht mogelijk bij de persoonlijke leefwereld van deelnemers kan komen (Hermanowicz 480). Er zijn tijdens vijf interviews zeven respondenten geïnterviewd, waaronder twee koppels. De interviews duurden tussen 60 en 90 minuten. Onderstaande profielschets is beknopt en meer algemeen van aard omdat individuele kenmerken voor dit onderzoek minder relevant zijn. Zo is bijvoorbeeld een eventuele relatie tussen iemands sociale of monetaire situatie en diens smaak in dit onderzoek buiten beschouwing gelaten. De profielschets is daarom alleen bedoeld ter contextualisering.

In verband met privacy van de respondenten zijn namen gefingeerd.

Interview 1: "Martinus" en "Neel"

Interview 2: "Eva"

Interview 3: "Sabine" en "Gerard"

Interview 4: “Ida”

Interview 5: “Pepijn”

Onder de respondenten zijn twee stellen samen geïnterviewd. De overige drie mensen zijn zonder hun partners geïnterviewd. Informatie over bijvoorbeeld in welke sector de respondenten werkzaam zijn, of dat ze met pensioen zijn, is bij de interviewer bekend. Leeftijden zijn bij de interviewer bekend. Dergelijke informatie is hier weggelaten in verband met privacy en gebrek aan relevantie voor de onderzoeksvraag. Respondenten zijn in ieder geval niet werkzaam in de culturele sector. Ten tijde van hun deelname woonden respondenten (vanzelfsprekend) in de Arnhemse wijk “Het Spijkerviertel.”

Deelnemers zijn geselecteerd door middel van *snowball sampling* en *criterion sampling*, ook wel *purposeful sampling* genoemd (MacNealy 157, Koerber en McMichel 459). Bij *snowball sampling* begint de onderzoeker met één of een klein aantal mensen die eenvoudig te bereiken zijn en die een groter aantal geschikte respondenten kan aanraden (Higgingbottom 12, Koerber en McMichel 463). In geval van deze scriptie is samen met de artistiek leider en een bestuurlid van KodK een namenlijst opgesteld. Deze kwam vervolgens tot stand op basis van *criterion sampling*, waarbij vooraf een aantal criteria worden vastgesteld waaraan respondenten moeten voldoen (Palinkas et al. 535). Deze criteria luiden als volgt:

- Respondenten hebben ten minste één keer meegedaan aan KodK als bewoner, tussen 2009 en 2019 (dus aan een van de vijf edities). Er is gestreefd naar een 50/50 mix van respondenten die één keer hebben meegedaan en respondenten die meermaals hebben meegedaan, om binnen deze groep een zo compleet mogelijk beeld te kunnen vormen van hoe zij zich tot de vragen van dit onderzoek verhouden.
- Respondenten zijn niet werkzaam in de culturele sector. Dit criterium is onderdeel van het gewenste onderscheid tussen mensen die waarschijnlijk wel en waarschijnlijk niet ingewijd zijn in de culturele *scene* van Arnhem. Zo zijn bijvoorbeeld mensen die werkzaam zijn als kunstenaar, medewerker van een galerie etc. buiten beschouwing gelaten, omdat juist de mensen die misschien wat minder in contact komen met kunst interessanter zijn voor dit onderzoek. In het kader van deze scriptie ben ik namelijk vooral geïnteresseerd in wat in aanraking komen met kunst (of in het geval van KodK: er volledig worden in ondergedompeld) betekent voor mensen die dat in hun normale leven niet of wat minder doen (de niet-bezoeker).

- Met betrekking tot oorspronkelijke woonplaats is gestreefd naar een 50/50 verhouding tussen mensen die in het Spijkerviertel, in Arnhem, of in de directe regio zijn geboren en mensen die van verder weg komen (West-Nederland, Zuid-Nederland, Noord-Nederland). Ook dit weer om een zo compleet mogelijk beeld te kunnen vormen van hoe respondenten zich verhouden tot het onderwerp van deze scriptie.

De vragenlijst die is gehanteerd tijdens de interviews is bijgevoegd als Appendix 2. Hiervoor is eerst onderstaande operationaliseringstabel opgesteld. Links staan de uit het theoretisch kader afgeleide begrippen of onderwerpen waar ik de respondenten op wilde laten reflecteren. In het midden staat een korte bepaling van de betekenis. Rechts staat een selectie van bijbehorende interviewvragen. De vier modi van consumptie van Jarness zijn op zo'n manier naar vragen vertaald dat patronen van consumptie van respondenten boven water gekregen konden worden. Gaan zij bijvoorbeeld naar musea? Waar gaan ze dan heen en vooral; waarom gaan ze daar dan heen? En hoe gedragen zij zich daar? Gaan ze samen of alleen, lezen ze zich vooraf juist wel of niet in, kijken ze graag zelf of laten ze zich rondleiden? Hierbij waren wat zij wel of niet leuk vinden, en de redenen waarom ze dat wel of niet leuk vinden, leidend. De waarderegimes volgens Belfiore en Bennett werden vertaald naar vragen die voorbij gaan aan smaak en te maken hebben met functies die respondenten eventueel aan kunst bededen. Denken respondenten bijvoorbeeld dat kunst functies heeft? En wat dan? Zijn die positief of negatief? Kunnen ze voorbeelden van concrete situaties noemen waaruit dat blijkt, of is het meer een "gevoel" of een overtuiging? Ook de vragen over de deelname aan KodK zijn hierin verwerkt, op gelijke manier. Veel van die vragen passen bij alle begrippen; het antwoord van de respondent is dan bepalend. Bijvoorbeeld: "Hoe vond je het om tijdens je deelname kunstenaars over de vloer te hebben?" Als het antwoord is: "Fantastisch om zo dichtbij zulke bijzondere mensen te mogen zijn," is dat heel iets anders dan als het antwoord klinkt in de trant van: "Leuk maar ook spannend; ik was bang dat ze mijn mooie dure meubels zouden beschadigen." De vragen over KodK zijn daarom in de operationaliseringstabel minder veelvoorkomend maar in de interviews gelijkwaardig aanwezig.

Begrip	Betekenis	Interviewvragen
Dispositie	Smaak: de manier waarop je je tot een kunstwerk verhoudt en de manier waarop je deze benadert	Hoe ga je met kunst om: zou je jezelf bijvoorbeeld omschrijven als kunstliefhebber? Waarom wel/ niet? Wat vond je van de *soort kunst* die bij jou in huis was tijdens KodK? Waarom?
De intellectuele modus van consumptie	Een houding van waaruit mensen kunst benaderen of consumeren. Deze houding kenmerkt zich onder andere door groot vertrouwen in het eigen artistiek oordeel, spelen met de grenzen tussen hoge- en lage cultuur (en sterke distinctie), intellectualiteit en een afkeer voor overmatig materieel bezit.	Lees je wel eens recensies over tentoonstellingen of bijvoorbeeld films? Vind je dat belangrijk/ wat vind je daarvan? Hoe is jouw culturele smaak in vergelijking tot die van je vrienden/ omgeving? Wat vind je daarvan? Ga je wel eens naar openingen van tentoonstellingen? Waarom? Ken je kunstenaars persoonlijk? Hoe vond je het om tijdens je deelname kunstenaars over de vloer te hebben?

De luxueuze modus van consumptie	Een houding van waaruit mensen kunst benaderen of consumeren. Deze houding kenmerkt zich onder andere door de behoefte aan en financiële mogelijkheid tot groot materieel bezit, sterke voorkeur voor bepaalde merken en bijbehorend imago. De consumptie van kunst heeft vaak een “doel,” zoals: kunnen netwerken, vermaak, een winstoogmerk.	Ga je wel eens naar openingen van tentoonstellingen of galeries? Waarom? Is er een bepaald merk, of een bepaalde kunstenaar, waarvan je denkt dat deze goed aansluit bij wie je bent als persoon of wat je wil uitstralen? Waarom? Zijn er uberhaupt bepaalde producten of merken waar je dit gevoel bij hebt? <i>Bijvoorbeeld: vind je het belangrijk een bepaald merk auto te rijden?</i> Hoe vond je het om tijdens je deelname kunstenaars over de vloer te hebben? Heb je wel eens een kunstwerk gekocht? Wat, waarom?
De educatieve modus van consumptie	Een houding van waaruit mensen kunst benaderen of consumeren. Deze houding kenmerkt zich o.a. door groot vertrouwen in gevestigde experts, de behoefte “te leren” van kunst	Vind je het leuk of leerzaam om over kunst te lezen? Heb je wel eens een cursus over kunst gevolgd, of ga je wel eens naar lezingen over culturele onderwerpen, of zit je bijvoorbeeld in een

	(vooral op gebied van ethiek/ esthetiek, moraliteit, (kunst)geschiedenis) en respect voor de canon.	boekenclub e.d.? Wat dan? Waarom doe dat? Hoe vond je het om tijdens je deelname een kunstenaar in je huis te hebben? Wat denk je ervan dat bepaalde kunstwerken als het ware hoger staan aangeschreven dan andere kunstwerken? Bijvoorbeeld de David van Michelangelo versus porseleinen hummeltjes?
De praktische modus van consumptie	Een houding van waaruit mensen kunst benaderen of consumeren. Deze houding kenmerkt zich o.a. door de behoefte praktische “knowhow” of “skills” op te doen d.m.v. kunstconsumptie, wantrouwen jegens de canon, kunstexperts, en “overbodige” luxe.	Zou je een zelf een kunstwerk willen kopen? Waarom? Heb je een kunstwerk gekocht n.a.v. je deelname? Waarom? Hoe kijk je naar mensen die veel over kunst weten, bijvoorbeeld recensenten? Vertrouw je hun mening?
De positieve traditie	Stroming binnen het gedachtegoed dat kunst veranderingen in mens en/ of maatschappij teweeg kan	Vind je het belangrijk dat kunst en cultuur bestaan? Waarom?

	brengen: in dit geval gunstige veranderingen	Wat denk je van het idee dat kunst goed is voor de gezondheid? Dat het je horizon verbreedt etc? Kun je dat toelichten? Beleef je plezier aan kunst?
De negatieve traditie	Stroming binnen het gedachtegoed dat kunst veranderingen in mens en/ of maatschappij teweeg kan brengen: in dit geval nadelige veranderingen	Wat denk je van het idee dat kunst negatieve effecten zou kunnen hebben? (bijvoorbeeld: onwaarheden verspreiden) Hoe was dit voor de kunst die tijdens KodK in huis hing?
De autonome traditie	Stroming binnen het gedachtegoed dat kunst veranderingen in mens en/ of maatschappij teweeg kan brengen, in dit geval de overtuiging dat esthetiek en ethiek twee verschillende terreinen zijn die zich niet met elkaar moeten bemoeien. Kunst moet niet geïnstrumentaliseerd worden.	Wat vind je van het idee dat kunst gebruikt zou kunnen worden om iets te bereiken, bijvoorbeeld mensen iets leren? Kan dat? Wat is denk je de functie van kunst? Hééft kunst een functie? Hoe was dit voor de kunst die tijdens KodK in huis hing?

Tabel 1. Operationalisering van dispositie, modi van consumptie en waarderegimes.

De opbouw van de interviews zag er als volgt uit. Eerst zijn vragen gesteld over de houding van de respondent tegenover kunst in het algemeen, waarna specifieker over deelname aan KodK werd gesproken. De veronderstelling was dat door eerst het gesprek over kunst te

openen het gesprek over KodK meer diepgang zou kunnen krijgen. Respondenten en interviewer konden dan teruggrijpen op wat respondenten eerder vertelden over hoe zij zich tot kunst verhouden. In de praktijk liep dat natuurlijk anders en begonnen sommige respondenten al direct naar hartenlust over hun ervaringen te spreken. Dat bleek geen belemmering.

De interviews vonden plaats bij mensen thuis en zijn met toestemming van de respondenten geregistreerd middels audio-opname. Naderhand zijn ze getranscribeerd, geanonimiseerd en gecodeerd. Het transcriberen is grotendeels handmatig gedaan, deels met behulp van een transcribeer programma (Amberscibt). Door het handwerk kon ik me de data nog meer eigen maken en vast nadenken over codes. Het coderen is gedaan in *Atlas.ti*. Het codeerproces zag er als volgt uit. Op basis van het theoretisch kader zijn eerst deductieve codes opgesteld, gebaseerd op negen categorieën die wederom uit de theorie volgden. Er is voor een deductieve basisset codes gekozen omdat zo de theorieën van Jarness en Belfiore en Bennett getoetst konden worden tegen mijn dataset. De deductieve basisset zag er als volgt uit:

Begrip	Codes
Dispositie	Smaak Woorden die respondenten daarvoor gebruiken ("wel leuk") Woorden die respondenten daarvoor gebruiken ("niet leuk") Kunstliefhebber ja/ nee Hoe/ waar consumeren respondenten (thuis, buiten, alleen samen etc)
Intellectuele modus	Vertrouwen in eigen artistiek oordeel Spelen met grenzen hoge/ lage cultuur Eigen smaak t.o.v. smaak omgeving Intellectualiteit Afkeer materieel bezit Relatie tot/ met kunst(enaar/ wereld)
Luxueuze modus	Behoeft en mogelijkheid tot (groot) materieel bezit Sterke voorkeur bepaalde merken en bijbehorend imago Doelmatige consumptie (netwerken, vermaak, winst)
Educatieve modus	Eerbied voor/ vertrouwen in 'experts' Behoeft te leren van kunst (moraliteit, esthetiek, ethiek, kunstgeschiedenis) Respect voor de canon Lezen, cursussen, lezingen etc.
Praktische modus	Doelmatige consumptie (praktische skills, know-how) Wantrouwen canon, intellectualiteit en 'experts' Wantrouwen (groot) materieel bezit
Positieve traditie	Overtuiging dat kunst positieve verandering teweegbrengt Woorden die respondenten daarvoor gebruiken
Negatieve traditie	Overtuiging dat kunst negatieve verandering teweegbrengt Woorden die respondenten daarvoor gebruiken
Autonome traditie	Overtuiging dat ethiek en esthetiek gescheiden moeten blijven Woorden die respondenten daarvoor gebruiken
Tradities algemeen	Beschrijvingen of voorbeelden functies van kunst Beschrijvingen of voorbeelden van of respondenten kunst belangrijk vinden

Tabel 2. Deductieve basisset.

De deductieve codes zijn tijdens het codeerproces aangevuld met inductieve codes om ruimte te kunnen geven aan onderwerpen die belangrijk waren in de interviews, maar die in de theorie ontbraken. In verschillende codeer rondes zijn de inductieve codes uitgebreid met drie categorieën. De inductieve aanvulling zag er als volgt uit:

Begrip	Codes
"Algemeen"	Beschrijving of voorbeelden van relaties met kunst(-enaar/ -wereld) Voorbeelden van wel of geen kunstkoop en redenen daartoe Beschrijving of voorbeeld van mecenaat Functie van kunst: verhalen, (familie)geschiedenis, herinneringen. Raakvlak kunst met eigen leven
KodK	Beschrijvingen of voorbeelden van verwachtingen van deelname Beschrijvingen of voorbeelden van ervaringen als 'host' Beschrijvingen of voorbeelden van ervaringen als bezoeker Beschrijvingen of voorbeelden van verandering in cultuurconsumptie gedrag Beschrijvingen of voorbeelden van verandering in ervaring waarde kunst
Productie	Beschrijvingen of voorbeelden van productie (kunst) Beschrijvingen of voorbeelden van productie ('huisvlijt') Beschrijvingen of voorbeelden van productie (m.b.t. KodK)

Tabel 3. Aanvulling van codes. Inductieve basisset.

Door middel van een thematische analyse is vervolgens gezocht naar patronen binnen en tussen de codes. Thematische analyse is een methode om de dataset gestructureerd en in detail te kunnen beschrijven (Braun en Clarke 79). Hierbinnen heb ik de thema's op semantisch niveau geïdentificeerd (84). Op het semantische niveau wordt gekeken naar de oppervlakte van de data (wat staat er, wat gebeurt er?) en wordt dit vervolgens geïnterpreteerd en aan literatuur gelinkt. Dit past binnen het kader van mijn onderzoek, waarin ik wil weten *wat* en *op wat voor manier* respondenten spreken, niet *waarom* ze iets zeggen. Dit laatste vraagt om een analyse op latent niveau en valt buiten de scope van mijn onderzoek.

Als onderdeel van de thematische analyse zijn alle citaten die gekoppeld waren aan een bepaalde code verzameld en geëxporteerd naar Miro: een online *whiteboard* waar je digitale *post-its* op kunt "plakken." Elke respondent kreeg een andere kleur *post-it* toebedeeld zodat ze goed onderscheiden konden worden en duidelijk werd hoeveel van de citaten binnen een categorie afkomstig waren van specifieke respondenten. In eerste instantie gingen alle citaten per code op een grote hoop. Nadat deze verschillende verzamelingen uitvoerig waren bestudeerd, bleek dat binnen de individuele verzamelingen sprake was van

tegenstrijdigheden. De verzamelingen onderling hadden juist weer inhoudelijke overeenkomsten. Dit leidde tot een eerste voorzichtige poging overkoepelde thema's op te stellen, die de individuele discrepanties en onderlinge overeenkomsten konden vatten. In verschillende rondes waarin de codes werden geordend, zijn uiteindelijk verschillende thema's gedefinieerd, die – zoals zal blijken – een aanvulling vormen op de bestaande theorie. Het betreft de ontwikkeling drie verschillende abstractie kaders van conversaties over kunst, waarbinnen naast de bestaande consumptie modi en waarde tradities ook een nieuwe modi een nieuwe traditie zijn gepositioneerd. Dit wordt uitgebreid besproken in de volgende hoofdstukken. Onderstaande figuur geeft op schematische wijze de verschillende doorlopen stappen van de thematische analyse weer.



Figuur 5. Schematische weergave van de opzet van de thematische analyse.

3.2 Beschrijving van de casus

In de inleiding is al kort besproken wat de casus van deze scriptie is. Als onderdeel van de methode wordt hier dieper ingegaan op het evenement. Kunst op de Koffie is een tweemaaljaarlijkse tentoonstelling in de wijk “Het Spijkerkwartier” in Arnhem. De gelijknamige stichting, die de tentoonstellingen organiseerde, werd opgericht in 2011, en vierde met de vijfde editie in 2019 haar lustrum. Dit is tot nog toe de laatste editie. Tijdens elke editie worden kunstenaars (zowel “nieuw” als gevestigd, lokaal, regionaal en nationaal) uitgenodigd om in een wijk in Arnhem (het Spijkerkwartier) hun werk tijdens een weekend in november bij mensen thuis tentoon te stellen. KodK heeft een duidelijk gedachtegoed:

“Kunst op de Koffie gelooft dat kunst ons rijker maakt. Voor ons gaat kunst om meer dan betekenisgeving, om meer dan de boodschap die overgedragen kan worden.

Voor ons gaat kunst om wat kunst ‘doet’. Kunst geeft ons de mogelijkheid om contact te maken en verbindingen te leggen. Met elkaar en met de wereld om ons heen. Kunst kan onze manier van kijken kantelen, prikkelt onze nieuwsgierigheid en heeft zo

de kracht om ons denken te verrijken, te verbreden én te verdiepen” (“Missie en Visie”).

Geïnspireerd door het idee van de “Chambre d’Amis”⁵ wil KodK mensen en kunst met elkaar verbinden. Door een tentoonstelling in het privédomein te organiseren wordt gestreefd een uitwisseling van perspectieven en ervaringen tussen kunstenaar, publiek en bewoner bewerkstelligen. Motto is: “de kunst staat voorop, maar niet op zichzelf” (“Missie en Visie”). De bewoners van de woningen kunnen zichzelf en hun huis opgeven, maar worden ook vaak door KodK benaderd met de vraag of ze hun huis zouden willen openstellen. Dat openstellen gaat verder dan een het ophangen van een schilderij boven de bank. De kunstenaars krijgen veel vrijheid en gebruiken heel verschillende ruimtes in huis, en er is werk in alle denkbare media te zien. Tijdens het weekend zelf zijn de bewoners een soort “expositieruimte eigenaren:” de voordeur staat het hele weekend open en publiek loopt constant in en uit. Het doel van KodK is een dialoog op gang te brengen tussen kunstenaars, bewoners en publiek. De kunstenaars zijn dan ook het hele weekend bij hun werk aanwezig. Door de laagdrempelige setting en de sterke focus op gastvrijheid wordt actief verbinding gezocht met publiek, zonder dat de kunst aan kwaliteit hoeft in te doen. De kunst wordt naar de mensen gebracht op een manier die ook voor de kunstenaars(praktijk) interessant moet zijn.

KodK heeft verschillende onderdelen en elke editie is net weer even anders. Het evenement ontwikkelt zich. Een constant onderdeel is getiteld *Site-specific*. De daarvoor gevraagde kunstenaars laten zich tot nieuw werk inspireren door de directe omgeving waarin ze het werk tentoon zullen stellen; de woning én de bewoners. Dit werk is bijvoorbeeld geïnspireerd op de architectuur of de leefstijl/-situatie van de bewoners, of die laatste maken misschien zelfs deel uit van het werk en worden performers in hun eigen huis. Bewoners zijn dus langer betrokken dan alleen dat ene weekend en hebben daarvoor al veel uitwisselingen met de kunstenaar; ze maken voor een groot gedeelte het maakproces actief mee. Er vinden veel uitwisselingen plaats tussen bewoners en kunstenaar(s). Ze komen overleggen, koffiedrinken, blijven eten, opbouwen en afbouwen, et cetera. Ook zijn de kunstenaars het hele weekend aanwezig bij hun werk. Teruggrijpend op “The audience involvement

⁵ Chambres d’Amis was een tentoonstelling, gecureerd door Jan Hoet, die liep van 21 juni tot 21 september 1986 in Gent. Kunstwerken werden in privéwoningen van de Gentse binnenstad getoond, waarbij de gastenkamer (chambre d’amis) vaak het vertrekpunt van de werken was. De tentoonstelling was een tegenreactie op de museale *white cube* en een poging nieuwe verbindingen te vinden met publiek en stad (“Chambre d’Amis”).

spectrum” door Brown en Novak-Leonard (4) wordt duidelijk dat KodK wel degelijk participatieve elementen heeft, maar er geen sprake is van volledig participatieve kunst. De situatie bij de respondenten van mijn onderzoek (de bewoners) het meest op *crowd sourcing*: het publiek wordt actief en kiest er (wel of niet) voor om bij te dragen aan het artistieke product, maar het artistieke product blijft leidend. En hoewel het activistische doel er niet zo dik bovenop ligt als bijvoorbeeld bij *community art*, streeft de organisatie van KodK er wel degelijk naar de hiërarchie tussen kunstenaar en publiek om te vormen. Zo willen ze de dialoog openen en kan kunst verrijken, verbreden en verdiepen (“Missie en Visie”).

Er is niet eerder onderzoek uitgevoerd naar de deelnemende bewoners. Wie ze zijn (hoe oud zijn ze, waar komen ze vandaan, kenden ze KodK al, hoe is hun deelname tot stand gekomen etc.) is daarom niet precies bekend. Wel kon de artistiek leider vooraf al toelichten welk beeld er over de deelnemers bij de organisatie bestaat. Ze beschreef hen als nieuwsgierige en sociale mensen die het spannend en leuk vinden dat er zoiets bij hen in huis gebeurt. Ze zijn over het algemeen wat beter bedeed en voor veel van hen is de kunst *scene* een “ver-van-mijn-bedshow” (Appendix 1). Juist bijzonder aan KodK is dan ook de geschiedenis van de wijk waarin het wordt georganiseerd. Het Spijkerviertel kent namelijk een berucht verleden. Lange tijd bevond zich hier de op één na grootste rosse buurt van Nederland; alleen die op de Amsterdamse Wallen was omvangrijker (“Spijkerviertel Arnhem” §6). De aanwezigheid van de rosse buurt betekende veel overlast. Onder andere liquidaties, geweld op straat en drugshandel maakten de buurt tot notoire woonplek. Pas in 2006 werd prostitutie er verboden, waarmee het tij voor de wijk langzaam keerde. Nu, 16 jaar na dato, staat het Spijkerviertel bekend als echte “yuppenwijk” met op iedere straathoek een Tesla. De huizenprijzen stijgen jaarlijks significant. Toch is deze reputatie niet de hele waarheid. Veel van de inmiddels wat oudere “oorspronkelijke” bewoners zijn er nog steeds gevestigd, en ook een flinke groep studenten is er neergestreken. Over veel winkeltjes in de wijk gaan geruchten de ronde dat het witwas *frontjes* zijn en ook geweld op straat is nog actualiteit (Barendregt en Van Gelder §1). Het Spijkerviertel blijft, kortom, een plek in beweging en haar bewoners een bonte mix mensen.

Omdat de meest recente editie van KodK al even geleden is (namelijk 2019), was de verwachting dat de deelnemers geen duidelijk onderscheid meer konden maken tussen hoe zij voor, tijdens en na hun deelname met kunst omgingen en erover nadachten. Dit onderzoek maakt dan ook alleen onderscheid tussen hoe ze spreken over kunst in het algemeen en hoe ze spreken over hun herinneringen aan KodK. De vraag of deelnemers zich door hun deelname anders zijn gaan gedragen waar het cultuurconsumptie betreft, kan niet beantwoord worden

omdat er geen nul-, een- en tweemeting zijn uitgevoerd. Ook is het aantal respondenten daarvoor te laag. Wel zullen respondenten gevraagd worden te reflecteren op hoe ze dit eventueel bij zichzelf ervaren. Daar wordt in hoofdstuk 4 en 5 op ingegaan.

In 2019 heb ik zelf meegedaan aan KodK. Ik was als beeldend kunstenaar uitgenodigd om in iemands woonkamer een performance te geven. Zo heb ik KodK dus meegemaakt van binnenuit. Daardoor was er al sprake van een gemeenschappelijke basis tussen mijn respondenten en ikzelf. Ook woon ik zelf in het Spijkerkwartier, net als de respondenten (in ieder geval ten tijde van hun deelname). De band die hierdoor ontstond, hielp bij het overbruggen van “de kloof tussen interviewer en respondent” die het tijdens de interviews vergemakkelijkte om voorbij de sociaal wenselijke antwoorden te raken (Gerson en Horowitz 216).

4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de onderzoeksresultaten op basis van vijf interviews onder zeven respondenten besproken. Eerst komt aan bod hoe respondenten reflecteren op kunst in het algemeen. Daarna bespreek ik hoe zij reflecteren op hun deelname aan Kunst op de Koffie. Deze structuur volgt de opbouw van de interviews.

4.1 Reflecties op dispositie en waarde-ervaring: kunst in het algemeen

Tijdens de analysefase zijn drie kaders van conversaties over kunst ontwikkeld. Deze kaders illustreren hoe kunst opereert volgens deelnemers en hoe zij daar zelf naar handelen. Deze kaders zijn opgesteld omdat binnen de theoretische kaders wel onderscheid gemaakt wordt tussen verschillende tradities en modi, maar niet gerept werd over de mogelijkheid dat deze vermengen in verschillende situaties. Respondenten blijken kunst echter niet uitsluitend vanuit één traditie te bekijken, waarbij ze consumeren vanuit één modus. Ze reflecteren juist vanuit veel verschillende én tegenstrijdige perspectieven, waarbij alle tradities en modi door elkaar lopen. Dit gebeurde niet willekeurig. De theorie (modi en waarden) worden door respondenten gebruikt als puzzelstukjes, waarmee ze opvallend overeenkomstige puzzels legden. In totaal stelden respondenten drie van deze puzzels samen, waarbinnen ze de waarde tradities en consumptie modi naar eigen inzicht toepasten en waarbinnen kunst op verschillende manieren werkt en wel of niet geconsumeerd wordt. Deze “puzzels” zijn de nieuwe kaders van conversaties over kunst.

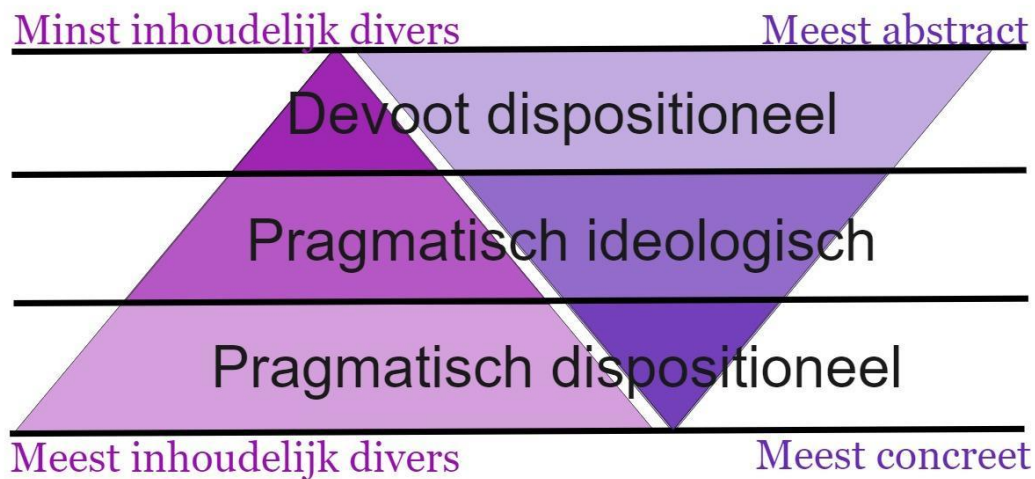
Zoals zo zal blijken, benaderen respondenten kunst vanuit al deze kaders, afhankelijk van de context van de kunst, terwijl ze binnen hun deelname aan KodK unaniem vanuit hetzelfde ene kader acteren. “De context van de kunst” kun je hier vergelijken met een fictieve voetbalwedstrijd. Afhankelijk van of je vanaf de tribune de wedstrijd volgt, die avond de overwinning viert met je vrienden in de kroeg of de volgende dag de nabeschouwing op t.v. terugkijkt, zul je je anders verhouden tot de wedstrijd. Je hanteert ander vocabulaire, andere waarden en je focust je op andere aspecten van de wedstrijd. Vanaf de tribune en in de kroeg vier je de goals, tijdens de nabeschouwing analyseer en bekritiseer je de gevoerde tactiek. Het gaat dus steeds dezelfde voetbalwedstrijd, maar afhankelijk van de context betekent de wedstrijd iets anders voor je. Dit geldt ook voor de context van de kunst. Wat de drie “voetbal scenario’s” voor de kunst zijn, wordt hieronder besproken.

De drie opgestelde kaders zijn: 1) het pragmatisch dispositionele kader; 2) het pragmatisch ideologische kader; 3) het devoot dispositionele kader. Vijf van de zeven

respondenten spreken op al deze niveaus over kunst en in ongeveer gelijke mate. Eén koppel (Neel en Martinus) spraken niet binnen het pragmatisch ideologische kader. Ze reflecteerden tevens het minst van alle respondenten binnen het devoot dispositionele kader.

Vanuit het eerste kader (het pragmatisch dispositionele) spreken respondenten over concrete kunstwerken of kunstenaars in relatie tot persoonlijke smaak of overtuigingen. Als kunst hier al een doel zou hebben, dan zou dat zijn dat het moet plezieren of interesseren (op een prettige manier). Bovendien is het consumeren van kunst aan (persoonlijke) voorwaarden verbonden. Het tweede kader, (het pragmatisch ideologische), staat iets verder af van persoonlijke smaak en maakt van kunst een middel tot een maatschappelijk ideologisch doel. Het gaat nog wel vaak over concrete kunstenaars of kunstenaars, maar er wordt een ideologische functie aan kunst toebedeeld. In het derde kader (het devoot dispositionele) wordt kunst tot abstract concept. Het gaat niet meer over concrete kunstwerken of kunstenaars, maar over Kunst met een grote “K,” over “het idee” Kunst. Het wordt ook een idee waar je in kunt geloven, bijna alsof kunst een religie is. In ieder geval wordt Kunst beschouwd als noodzakelijk of zelfs een basisvoorwaarde voor het leven. Opvallend genoeg ligt dit weer dicht bij het persoonlijke element van het pragmatisch dispositionele kader omdat respondenten dit volledig vanuit hun persoonlijke belevingswereld beschrijven.

Onderstaand figuur illustreert de drie nieuwe kaders. De paarse piramide (links) toont de inhoudelijke complexiteit of diversiteit. Hoe breder de piramide, hoe meer uiteenlopend de argumenten of voorbeelden waren die respondenten gebruikten om hun ervaringen te omschrijven. Hoe smaller de piramide, hoe minder divers deze voorbeelden en argumenten waren. Zowel per respondent, als tussen respondenten onderling. De blauwe piramide (rechts) toont de mate van abstractie. Hoe smaller de piramide, hoe concreter en persoonlijker de argumentatie van de respondenten was. Hoe breder de piramide, hoe meer abstract en minder grijpbaar de argumenten werden. Zo illustreert onderstaande figuur hoe binnen het pragmatisch dispositionele kader de respondenten reflecteerden door middel van een enorm scala aan verschillende argumenten (paarse piramide), die concreet en tastbaar van aard waren (blauwe piramide). Binnen het devoot dispositionele kader gebruikten de respondenten juist heel weinig verschillende argumenten, die wel enorm abstract van aard waren. Het pragmatisch ideologische kader zit hier als het ware tussenin. In de volgende paragrafen worden de hierboven beschreven drie niveaus verder toegelicht. Citaten uit de interviews worden door de theoretische brillen van Belfiore en Bennett en Jarness bekeken.



Figuur 6. Schematische weergave van de drie kaders.

4.1.1 Kunst vanuit het pragmatisch dispositionele kader

Allereerst wordt het pragmatisch dispositionele kader besproken omdat deze het meest concreet is. Om het voor de lezer zo helder mogelijk te houden, wordt vanuit het concrete naar de abstractie toegewerkt. Een belangrijk onderwerp binnen dit eerste kader is kunstsmaak. Kijkend naar de interviews wordt dit bijvoorbeeld geïllustreerd door uitspraken zoals: “Daar draait volgens mij ook de hele kunst om, eh... je vindt het mooi, of je vindt het niet mooi” (Martinus). Of: “Maar ik vond deze heel mooi, vanwege de vogeltjes” (Eva). Het zijn uitspraken die illustreren dat kunst iets is waar je een mening over kunt hebben, zonder dat je daar meer argumenten voor hoeft aan te dragen dan dat het je eigen overtuiging is. Het begrip *smaak* is in de interviews dubbelzinnig. Enerzijds gaat smaak over hoe respondenten over hun smaak praten. Anderzijds gaat het erover of hoe ze met hun smaak omgaan er wel of niet voor zorgt dat distinctie optreedt. Dus, dat de respondenten hun smaak gebruiken als middel om zich te onderscheiden van anderen, op zo’n manier dat zij zelf beter uit de verf komen.

Eerst wordt het praten over smaak behandeld; wat houdt deze smaak precies in? Hierin ga ik voorbij aan door respondenten genoemde kunstenaars of kunstwerken en zoek ik naar de onderling gedeelde voorwaarden voor kunstconsumptie. Plezier is hierin een grote factor; als het vermoeden bestaat dat een zeker kunstwerk niet op de één of andere manier pleziert, wordt het per voorbaat afgeschreven. Plezier als voorwaarde doet sterk denken aan de praktische consumptie modus (Jarness “Modes off” 74), maar omdat bijvoorbeeld Neel en Martinus aangaven dat “prettig” in hoge mate verwant is aan “niet grensoverschrijdend” (c.q.

bloederig, schieten, “enge dingen”) kun je ook beargumenteren dat het binnen de educatieve modus valt (73). Andere voorwaarden die respondenten noemden waren bijvoorbeeld dat de kunst mooi moest zijn of dat ze de kunst begrijpen. Deze categorie zal ik zo dadelijk bespreken aan de hand van Bourdieus distinctietheorie en Jarness’ consumptie modi.

Een ander terugkerend smaakpatroon binnen het pragmatisch dispositionele is een voorliefde die doet denken aan een stukje raakvlak tussen een kunstwerk en het eigen leven. Hier bestaat een duidelijke connectie met Jarness’ praktische consumptie modus. Voorkeur van respondenten ging daarbinnen uit naar kunst waarbij de “boodschap” van het kunstwerk direct aan hun belevingswereld gerelateerd kan worden (74). Maar waar deze relatie bij Jarness vooral gaat over feitjes of “praktische *knowhow*,” heeft die relatie in dit onderzoek meer te maken met “verhalen,” of het etaleren van een gewenst zelfbeeld. In de (cultuur)sociologie bestaat een lange traditie die consumptie en consumentisme in verband brengt met het vormgeven of etaleren van identiteit.⁶ Hier is het product in kwestie (het kunstwerk) niet puur een kunstwerk meer.⁷ Het object wordt de drager van een narratief: “Ja en dat we zelf ook nog wel verzot zijn op een flesje, eh, ja, vond ik die dus ook héél mooi (wijst naar schilderij van wijnflessen aan de muur). *lacht*” (Martinus). Het kunstwerk valt in de smaak omdat het iets verbeeldt wat de respondent naar de buitenwereld wil tonen. Het kunstwerk hangt bewust op een prominente plek in huis zodat het goed opvalt. Op deze manier bekeken, lijkt de reactie van de respondent beter te passen binnen het hedonistische consumeren en de wens een bepaald imago naar de buitenwereld te demonstreren, dat de luxueuze modus typeert. Opvallend is dat deze (en andere) respondent(en) verder geen raakvlakken met deze modus lijken te hebben.

Kunst als middel waarmee je iets van jezelf naar de buitenwereld kunt etaleren, introduceert het volgende thema: kunst als middel waarmee je jezelf kunt onderscheiden van anderen. Respondenten deden dit regelmatig, zowel direct als indirect. Hoewel hierbinnen twee “soorten” distinctie voorkwamen (distinctie op basis van nabijheid, en distinctie op basis van eigendom), wil ik me gezien mijn onderzoeksvraag richten op de eerste. Nabijheid heeft hier namelijk te maken met de manier waarop de respondenten zich tot kunst, kunstenaars en de kunstwereld verhouden. In veel gevallen doen de respondenten uitspraken die de mogelijkheid tot (exclusieve) toegang illustreren; zij hebben iets wat anderen niet

⁶ Zie bijvoorbeeld Belk “Possessions and the Extended Self” (1988), Celsi et al. “An exploration of high-risk leisure consumption through skydiving” (1993), Kozinets “Utopian Enterprise: Articulating the Meaning of Star Trek’s Culture of Consumption” (2001), Paiva en Luiz. “Comprehending Vegan Identity Construction through Consumption” (2020).

⁷ Als zoiets natuurlijk al bestaat.

hebben maar - in de ogen van de respondent - wel zouden willen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan vriendschappen met kunstenaars en wat dat dan over jouw eigen persoonlijkheid zegt (jij bent op de een of andere manier speciaal of uitverkoren): “Ik heb werkelijk altijd wel in mijn vriendenkring altijd ook wel kunstenaars. Dus ik ben op de één of andere manier...” (Ida).

Of de “luxepositie” hebben om verborgen pareltjes te kunnen ontdekken:

“[...] Ook van die soort juweeltjes die niet meteen de de platgetreden paden of zo zeg maar als je naar een g- Als je het over Parijs heb niet per se naar de Notre Dame, maar -we gingen niet naar Parijs, maar als voorbeeld- maar dan wist hij [reisgids] ergens een kerkje, waar nou en dan kon hij een heel verhaal over houden...” (Neel).

Deze citaten kunnen niet gelezen worden zonder dat Bourdieus distinctietheorie in gedachten komt. Met de juiste culturele of educatieve bagage kan kunst verheffen zodat je hoger op de sociale ladder komt te staan (zie bijvoorbeeld Bourdieu en Darbel; Bourdieu *Distinction*). Een onverwacht resultaat is dat dit ook de andere kant op lijkt te werken. Respondenten zoeken bevestiging voor hun smaak bij mij als interviewer of excuseren zich zelfs voor hun smaak:

“[...] wat voor smaak heb jij denk je op het gebied van kunst of cultuur?”

“Ehm, ja. Op zich wel breed, denk ik. Eh, ehm. Ja eigenlijk... Zowel als ik lees, als film, kunst, ik denk dat het best wel breed is eigenlijk. Dus ehm. Ja, als ik lees... Wel, ja zeker als ik gewoon romans lees dan lees ik toch wel graag *lacht* wel een beetje erg natuurlijk, maar dan lees ik toch wel graag literatuur inderdaad, maar dat kan zowel echt klassiekers zijn, Russisch, eh, eh, Dostojewski, dat soort dingen, maar ook gewoon eh, Ilja Pfeijffer, gewoon de meer van eh, dat soort eh dingen. Dus ook gewoon van deze tijd” (Pepijn).

De respondent leest graag klassieke literatuur, maar lijkt zich hiervoor te schamen omdat dit “elitair” zou zijn, een onderwerp dat regelmatig aan bod kwam tijdens het interview. In plaats van dat de respondent zichzelf prijst om zijn kennis van- en eerbied voor de literaire canon (zoals je bijvoorbeeld zou verwachten bij iemand die consumeert vanuit Jarness’ educatieve modus), of een zekere trots voelt dat hij zich het imago en de bijbehorende status kan toe-eigenen die je bij de luxueuze modus zou verwachten, distantieert hij zich van beide. Iets vergelijkbaars treedt in drie van de vijf interviews op bij het wel of

geen “kunstliefhebber” zijn: “Eh..... Ja, ja, ik vind- het klinkt heel snel hoogdravend, hè? Want dan... als ik kunstliefhebber- dan heb ik er ook verstand van. En ik heb er geen verstand van. Zeg maar. *lacht* Is altijd een beetje een moeilijke...” (Eva)

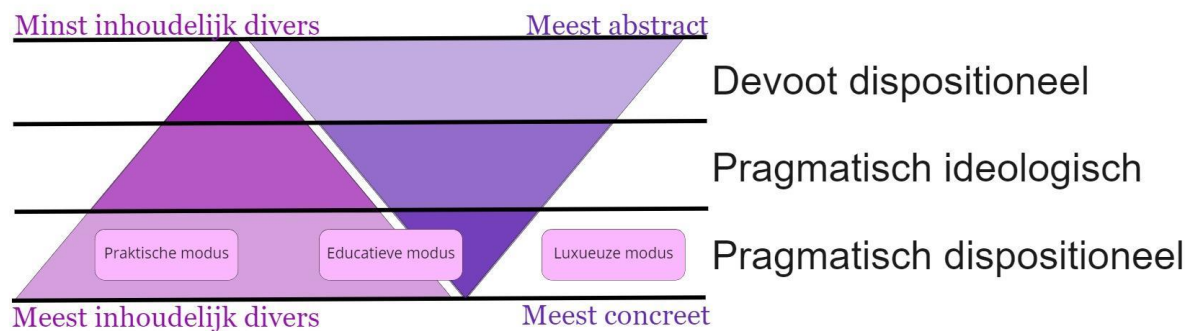
Ongeveer de helft van de respondenten stelt het houden van kunst gelijk aan het hebben van kennis over het onderwerp, wat vervolgens als “hoogdravend” of wederom “elitair” wordt gezien. Dit heeft mogelijk te maken met wat Bourdieu en Darbel beschrijven als ze stellen dat de manier waarop de culturele sector is ingericht en functioneert, voor ingewijden het gevoel versterken dat ze er thuis horen, terwijl voor mensen die niet zijn ingewijd het gevoel dat ze er niet thuishoren wordt versterkt (Bourdieu en Darbel 112). Maar waar zij dit argument maken met oog op mensen die niet het juiste sociale kapitaal of opleidingsniveau hebben, gaat het in het geval van de respondenten om hoogopgeleide mensen die in theorie het juiste kapitaal zouden moeten hebben. Eva is getrouwd met een kunstenaar en gaat regelmatig naar openingen van tentoonstellingen bij galeries, Pepijn heeft veel culturele interesse en deed in zijn studententijd extracurriculaire cursussen zoals kunstgeschiedenis. Voelen de respondenten zich misschien bezwaard om zich volledig met “de kunstwereld” te identificeren of associëren om een andere reden dan dat zij zich geëxcludeerd voelen? Hier komt wederom Bourdieus theorie van pas, ditmaal samen met Veblens term *conspicuous consumption*: het opzichtige consumeren als distinctie strategie (Veblen 49-69). Bourdieu schrijft:

“The artist agrees with the 'bourgeois' in one respect: he prefers naivety to pretentiousness. The essentialist merit of the 'common people' is that they have none of the pretensions to art (or power) which inspire the ambitions of the 'petit bourgeois'. Their indifference tacitly acknowledges the monopoly. That is why, in the mythology of artists and intellectuals, whose outflanking and double-negating strategies sometimes lead them back to 'popular' tastes and opinions, the 'people' so often play a role not unlike that of the peasantry in the conservative ideologies of the declining aristocracy” (Bourdieu *Distinction* 62).

Met veel woorden beschrijft hij hier hoe de “petit bourgeois” (de meer succesvolle middenstanders, eigenlijk een groot gedeelte van mijn respondenten) onbewust *doen* alsof zij naïviteit boven pretentie prefereren, terwijl dit ondertussen nou juist precies is wat hen pretentius maakt. Dat de respondenten zeggen niet elitair te willen zijn, kan dus heel goed uit een vals soort bescheidenheid voortkomen, als onbewuste tegenreactie op Veblens idee

van *conspicuous consumption*. Deze term heeft een negatief en satirisch randje en steekt de draak met de *leisure class*, een in het 19^e-eeuwse Amerika nieuwe klasse die rijk genoeg waren om permanent in “vrije tijd” te vertoeven (zie ook Andrew Triggs “Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption” (2001) voor een actualisering van Veblen door middel van Bourdieu). Het is daarmee een theoretisch voorbeeld van het Nederlandse credo: “Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.” De afkeer tot het “elitaire,” “intellectuele” aspect van kunst past in theorie binnen Jarness’ praktische consumptie modus, waarbij respondenten zich een soort anti-intellectuele houding richting die kunst aanmeten (Jarness “Modes of” 74). Maar waar deze houding bij Jarness samengaat met een afkeer voor kunst waar (voor)kennis bij nodig is, is de situatie hier meer diffuus. Beschikken de respondenten oprecht niet over de (veronderstelde) benodigde kennis? Of komen de uitspraken juist voort uit een valse bescheidenheid die hun status moet verhullen? Daar in Nederland taboe ligt op het concept “klasse” (Van Eijk 248) ontstaat het sterke vermoeden dat de laatste aan de orde is.

Schematisch weergegeven passen binnen het pragmatisch dispositionele kader drie van Jarness consumptie modi: de praktische, de educatieve en de luxueuze.



Figuur 7. Schematische weergave van het pragmatisch dispositionele kader.

4.1.1.1 Mecenaatschap

Bij wijze van overgang tussen de paragraaf *Kunst vanuit het pragmatisch dispositionele* en *Kunst vanuit het pragmatisch ideologische* wordt kort besproken welke rol mecenaatschap vervult in dit onderzoek. Hoewel mecenaatschap geen onderdeel was van het theoretisch kader, kwam het onderwerp toch regelmatig aan bod. Het heeft ook een bijzondere positie binnen de abstractiekaders, omdat mecenaat zowel kenmerken heeft die binnen het pragmatisch dispositionele kader passen als binnen het pragmatisch ideologische.

Om mecenaat echt goed te kunnen verankeren in één van deze twee, is meer kennis en dus meer onderzoek vereist. Dat viel buiten de scope van dit onderzoek. Daarom is ervoor gekozen mecenaat op het spanningsveld tussen de twee kaders te positioneren.

Tijdens de interviews is ook gesproken over het kopen van kunst. Zo bleek mecenaatschap voor de respondenten in dit geval namelijk met beide bovengenoemde kaders van doen te hebben. Aan de ene kant heeft mecenaatschap voor de respondenten een duidelijke relatie met persoonlijke smaak en voorkeur. Dit valt in de categorie *distinctie*. Aan de andere kant noemen respondenten motieven om de kunstenaars te ondersteunen die meer altruïstisch van aard zijn en bijdragen aan ideologische doelen. Zo kwam bijvoorbeeld ter sprake dat respondenten het fijn vonden om (jonge) kunstenaars en kunstenaars die ze wat beter kennen te ondersteunen door het geven van geld of door het kopen van kunstwerken:

“Nee, het is- het is meer dat het [werk] dan aanspreekt en dat ik denk: ja, dat is helemaal niet zo... Ja, hoe krijg je het aan de markt-? Nou, dat is dan... zoiets. Daar gaat het eigenlijk om, hè? Dat je toch... Nou je wilt mensen een kans geven die er anders misschien wel niet... mee door zouden kunnen gaan, zoiets. Dat is het eigenlijk” (Ida).

Op het eerste gezicht is al duidelijk dat de respondent de kunstenaar (financieel) ondersteunt omdat deze anders misschien wel zou moeten stoppen met zijn/ haar praktijk. Een nobel idee. Toch is ook het *distinctie* aspect aanwezig, zij het wat meer verborgen. Uitgaande van dat mensen ten diepste worden gedreven door eigenbelang, wordt dit duidelijk (Bourdieu *Distinction* 149). Het steunen van kunstenaars die zonder jouw hulp hun werk niet hadden kunnen maken, maakt je in zekere zin tot medemaker. Omdat in alle interviews ter sprake kwam dat mensen op verschillende manieren kunstenaars (willen) ondersteunen, vraag ik me af; is er een relatie tussen consumptie modus en geefmotief? Immers gaat geven onvoorwaardelijk samen met consumeren; niemand zal geven aan iets wat je niet kent of niet gebruikt. Je geeft omdat je er zelf beter van wordt, al is dat omdat je zo dicht bij de kunstenaar kunt komen, meer beleefervaring hebt of er status door verwerft.⁸ Zo zouden mensen vanuit de luxueuze modus bijvoorbeeld aan kunstenaars kunnen geven omdat zij er

⁸ Zie voor een uitgebreid overzicht van geefmotieven (binnen mecenaatschap) bijvoorbeeld: Van den Braber *Geven om te Krijgen* (2002), Wiepking en Breeze “Feeling poor, acting stingy: the effect of money perceptions on charitable giving” (2011), Komter *Solidariteit en de gift: sociale banden en sociale uitsluiting* (2003).

status door verwerven, terwijl mensen in de educatieve modus geven omdat ze het contact met kunstenaars als leerzaam ervaren. Op dit moment kan ik deze vraag niet beantwoorden. Wel ga ik in het volgende hoofdstuk dieper in op welke rol mecenaat speelt binnen dit onderzoek.

4.1.2 Kunst vanuit het pragmatisch ideologische kader

Wanneer respondenten spreken over kunst vanuit het pragmatisch ideologische kader beschouwen zij kunst als iets wat op een doelmatige manier kan worden ingezet om de samenleving positief te veranderen. Concrete kunstwerken worden geïnstrumentaliseerd om concrete maatschappelijke doelen te bereiken die voorbij gaan aan persoonlijke smaak. In plaats daarvan richten respondenten zich op de functie van kunst; kunst als middel tot een doel. Er wordt niet langer gesproken over wat kunst *is* (of waar kunst aan moet voldoen voordat tot consumptie over wordt gegaan) in termen zoals: mooi, plezierig, lelijk, leuk, of grappig; termen die je gebruikt om je smaak te beschrijven. In plaats daarvan ligt de focus op wat kunst *doet*, op individueel niveau, maar voornamelijk op maatschappelijk niveau. Dit doen respondenten aan de hand van concrete kunstwerken of kunstenaars. Respondenten gaven bijvoorbeeld aan dat kunst een bepaalde emotie oproept (zoals “plezier”) en waren daarbij in staat concrete voorbeelden te noemen. Hieronder een citaat ter illustratie van hoe dit in de interviews naar voren kwam:

“Nou ja, ik weet niet hoe ik daar ineens bij kom, maar ze zeiden gister op de tv naar aanleiding van de, van de twee eh, van het duo [persconferentie over corona maatregelen] die er weer allemaal vertelde wat ze wel en niet mogen. Ja euh ja, dat er eigenlijk meer plaatjes bij hadden ontmoeten en dat dat Ernst Kuips [sic. Minister van VWS] dus zou lopen en dan eens zo zou aanwijzen. Het is ook zo: een plaatje geeft gewoon veel meer, eh.... [...] Dat is denk ik zo met ook met mooie plaatjes om iets uit te leggen, die kinderen die worden door geraakt en die onthouden dan misschien beter” (Sabine).

Het doel in kwestie is hier het stimuleren van het geheugen of de aandachtsspanne van burgers door middel van afbeeldingen, zodat zij de corona maatregelen beter onthouden of kinderen makkelijker leren.

De connectie tussen het pragmatisch ideologische en de positieve waarde traditie van Belfiore en Bennett is snel gemaakt. Denk bijvoorbeeld aan hoe Plato de kunsten omschreef

als een sterk stuk onderwijzend gereedschap (Belfiore 29-30). Toch bleek het tijdens de analyse niet goed mogelijk om binnen (en tussen) de interviews een onderscheid te maken tussen verschillende soorten “stromingen” die Belfiore en Bennett wel afzonderlijk noemen. Van een duidelijke afbakening tussen bijvoorbeeld het emotionele proces (kunst verbetert je mentale en fysieke toestand) en het ethische proces (kunst als moreel kompas) was in de interviews geen sprake. In plaats daarvan gebruiken respondenten verschillende positieve transformatieve effecten van kunst dwars door elkaar heen. Zelfs positieve en negatieve effecten én de autonome traditie worden door elkaar heen gebruikt. Dit laatste gebeurt bijvoorbeeld in het interview met Gerard en Sabine:

Gerard: “[... kunst is] dus belangrijk omdat het mij een prettig gevoel geeft. Omdat ik euh. Omdat het een stukje uhm ja ja dat zeg maar fijne beleving is, denk ik. Dat is denk ik kunst, dat je... Daar kun je van genieten. En en het geeft dus, het geeft dus iets ehm, extra's in het leven. [...] Ja, dat is eigenlijk wat het euh...”

Sabine: “Het verrijkt, hè?”

Gerard: “Ja, het verrijkt”

In bovenstaand citaat zitten elementen die overeenkomen met het emotionele proces, namelijk de relatie tussen kunst en persoonlijk welzijn: kunst geeft plezier en dat verrijkt je. Er wordt dus een positieve transformatieve functie aan kunst toebedeeld. Verderop in het interview vertelden Sabine en Gerard echter het volgende toen we spraken over een eventuele relatie tussen kunst en morele opvoeding:

Sabine: “Dat was natuurlijk ook een een een, een ideaal van schoonheid en wat dus net als ook in in in... Nazi-Duitsland, hè? Euh. De beelden en en en de kunstwerken ook. En dan ook bepaalde kunstwerken níet. De expressionisten werden...- Dat was 'Ertartete!'”

Gerard: “Ja ook heel gevaarlijk! Dat kan heel gevaarlijk zijn...”

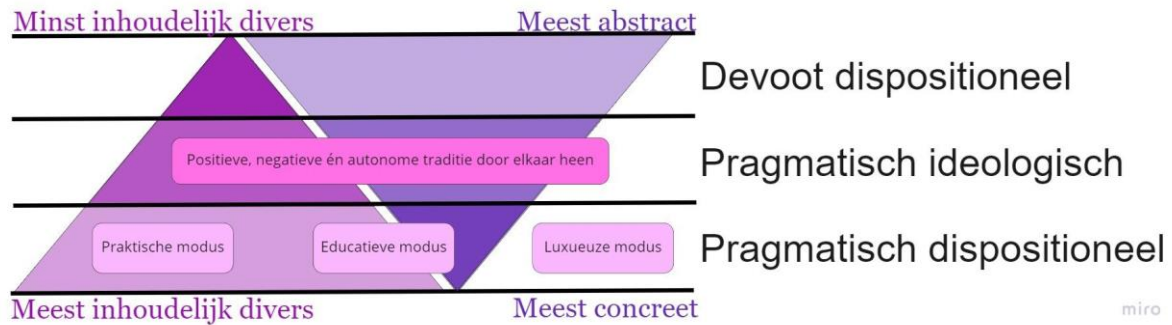
Ook hier gaan de respondenten er vanuit dat kunst transformatieve krachten heeft. Deze zijn alleen gevaarlijk; je moet niet willen dat kunst gebruikt wordt voor de verkeerde doelen. Kunst kan hier dus een negatieve invloed hebben op de maatschappij. Maar dan vervolgt bovenstaand citaat als volgt:

Gerard: “Ja ook heel gevaarlijk! Dat kan heel gevaarlijk zijn...Maar bijvoorbeeld uhm, ik zit even te denken hoe dat is met zo'n Haagse school ofzo. Dat is toch ook puur alleen maar voor de schoonheid? Dat heeft toch geen geen euh euh... doel.”

Kunst zonder doel, waar schoonheid een eigenschap is - geen functie, is kunst beschouwd vanuit de autonome traditie. Hoe passen deze drie tradities binnen één beeld van wat kunst doet? Ook bij de andere respondenten gebeurde dit op een vergelijkbare manier, soms werd zelfs genoemd dat één kunstwerk tegelijkertijd positieve en negatieve dingen teweeg kan brengen, zoals een kunstwerk gemaakt door een getraumatiseerde kunstenaar die het maakproces als therapeutisch ervoer, terwijl het kunstwerk zelf de toeschouwer helemaal van haar stuk bracht (Ida).

Voor dit specifieke kader gaven geen van de geïnterviewden aan geen enkele waarde aan kunst toe te dichten. Dat is ook niet heel vreemd aangezien ze allemaal hebben meegedaan met een kunstproject, maar het had gekund. Wel wisselde de hoeveelheid verschillende waarden die ze aan kunst koppelden. Sommige respondenten legden de nadruk vrijwel helemaal op plezier en verrijking van je leven, terwijl anderen evenveel aandacht besteedden aan een breed palet aan (positieve) functies. Bijvoorbeeld: het aan de kaak stellen van maatschappelijke kwesties, morele opvoeding, therapie, Bildung, inspiratie, creativiteit, empathie, intellectuele ontwikkeling, emotionele ontwikkeling en zo verder.

Omdat respondenten alle drie de tradities aanhangen, is het dus eigenlijk niet goed mogelijk om respondenten binnen dit veld van positieve, negatieve en autonome waarden te positioneren. Ze wisselen binnen het interview van positie afhankelijk van de soort waarde of het soort kunst dat besproken wordt. Wel is duidelijk dat de positieve traditie het sterk vertegenwoordigd is binnen het pragmatisch ideologische. Een connectie tussen het pragmatisch ideologische en de consumptie modi van Jarness ligt minder voor de hand. Het pragmatische ideologische heeft ook meer te maken met hoe respondenten naar kunst kijken dan naar hoe ze kunst consumeren. Met betrekking tot de waarde tradities worden de positieve, negatieve en autonome tradities dwars door elkaar heen gebruikt. Dit wordt schematisch weergegeven in onderstaande figuur.



Figuur 8. Schematische weergave van het pragmatisch ideologische kader

4.1.3 Kunst vanuit het devoot dispositionele kader

Kunst vanuit het pragmatisch ideologische was de eerste stap richting abstrahering van het praten over kunst. Kunst vanuit het devoot dispositionele bekeken, neemt nog een stap die kant op. Maar wat daarbij opvalt, is dat tegelijkertijd een stap “terug” gezet wordt richting het persoonlijke element van het pragmatisch dispositionele. Respondenten beschrijven de abstractie namelijk volledig vanuit hun persoonlijke belevingswereld. Het gesprek over de functies van kunst ging in het pragmatisch ideologische niveau nog over specifieke kunstwerken. Dit is nu helemaal vervaagd. Beschrijvingen van respondenten kunnen niet meer gekoppeld worden aan een enkel object of persoon. Daar zijn ze te breed en abstract voor. Ook waren functies in het pragmatisch ideologische allemaal tastbaar. Het waren functies waar je je een beeld bij kon vormen. Als iemand zegt: “Doordat ik deze boeken heb gelezen, ben ik empathischer geworden,” kun je je daar een voorstelling van maken. De persoon was eerst niet zo empathisch en nu wel. Kunst heeft een duidelijke functie. Maar als iemand zegt: “Voor mij is kunst een soort rijkdom waar geen woorden voor zijn, maar die je wel kunt voelen,” wat bedoelt diegene dan? Wat heeft kunst dan daadwerkelijk teweeggebracht? Je kunt het gevoel delen, je kunt het eens zijn dat kunst dus daarom noodzakelijk is, maar je kunt geen tastbaar voorbeeld meer noemen. Tot op zekere hoogte doen concrete kunstwerken of kunstenaars er dan ook helemaal niet meer toe. In plaats daarvan maken respondenten van kunst iets met een grote “K:” een abstract gegeven. Een voorbeeld:

“Jaaa.. Ik denk, kunst wordt ontzétend onderschat, om maar zo te zeggen. Ik denk, ja, dat vind ik ook in deze tijd van corona, ik denk: jeetje, wat moeten mensen missen, dat er zoveel dicht is! Ik denk echt, kunst is de olie in de maatschappij om

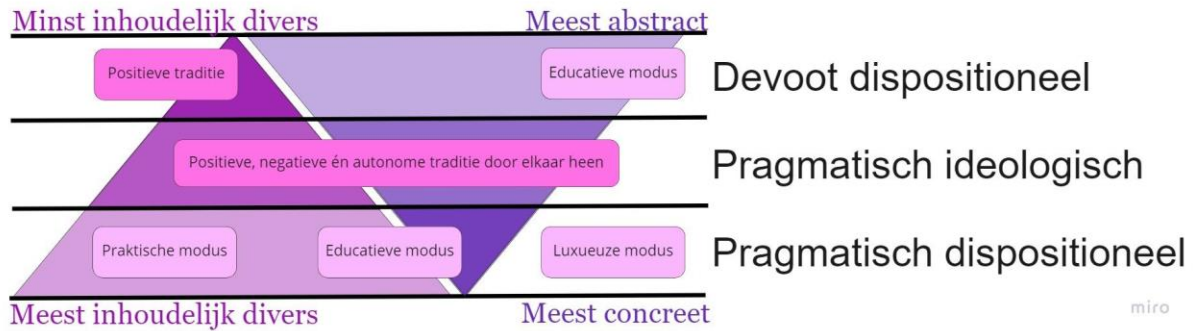
alles een beetje lekker te laten lopen en het, ja, dat het nou ja, kunst is in ieder geval ook een hele grote troost om iets te noemen. Denk van dat is gewoon, eh, heel belangrijk. [...] Nee, ik vind het echt heel eh, ja, veelomvattend vind ik het juist. Of veel eh... ja je zegt voor welk doel.... *lacht* de zin van het leven zou ik bijna zeggen! Nee is echt waar, ik denk, ja weet je als er geen kunst kan zijn, is toch... kan toch niet? Of en ja dat kan ook niet voorstellen, nee, nee..." (Ida).

"Kunst is de zin van het leven." Wie, wat waar en hoe doen er niet meer toe, Ida voelt dit zo; gelóóft dit. Het woord geloven is hierin de kern. Plots kunnen respondenten niet meer goed beschrijven waar het hem dan in zit, dat kunst zo belangrijk is. Ze proberen een gevoel onder woorden te brengen door kunst te omschrijven als iets wat op een onderbewust of onbewust niveau acteert, of abstract en indirect, en ze spreken ook vaker in metaforen. Hierboven wordt kunst bijvoorbeeld beschreven als de olie die de maatschappij lekker laat lopen, een ander voorbeeld is: kunst is net als ademen (Pepijn). Namelijk: essentieel, maar je mist het pas als het er niet meer is.

Hoewel dit niveau misschien het meest complex lijkt, is hij eigenlijk het eenvoudigst. Deze paragraaf is dan ook het kortst, niet omdat het devoot dispositionele minder sterk aanwezig is, maar omdat respondenten steeds naar dezelfde argumenten grijpen. "Argument" is misschien zelfs niet de juiste term, "overtuiging" is een beter passende uitdrukking. Immers is er eigenlijk helemaal geen sprake van argumenten:

"[Ik] gelóóf [...] er in dat het, dat het, ja ik denk eigenlijk dat het [kunst] wel een doel is. Ik geloof wel dat ik.. eh... want anders zou ik het eerste ook niet zeggen, dat cultuur... Ja ik geloof, ik geloof dat het goed is eigenlijk. Dat het, dat als je het zou, mensen er wel in zou opleiden, alle mensen, eh, dat dat eh, eh, iets toevoegt. Ja, ik geloof daar eigenlijk dus wel in" (Pepijn).

Binnen dit niveau overheerst de positieve traditie. Er werd door respondenten geen enkele negatieve of autonome functie genoemd of gezien. Met betrekking tot de consumptie modi is de educatieve modus het meest passend. Het bijna blinde vertrouwen in de positieve transformatieve krachten van kunst zijn geënt in een groot respect, zelfs ontzag voor die kunst. Dit wordt schematisch weergegeven in onderstaande figuur.



Figuur 9. Schematische weergave van het devoot dispositionele kader.

4.2 Reflecties op dispositie en waarde-ervaring: deelname aan Kunst op de Koffie

4.2.1 Kunst vanuit het pragmatisch dispositionele kader

De respondenten spraken binnen drie verschillende kaders over waarde en consumptie. Over hun deelname aan KodK deden ze dat vanuit slechts één van deze kaders: het pragmatisch dispositionele. Respondenten vonden hun deelname “leuk,” “super leuk” en “ontzettend leuk.” Binnen het pragmatisch dispositionele kader is wel sprake van verschillende deelonderwerpen of thema’s die respondenten naar voren brachten. Namelijk: een distinctie kader, een vereenzelvigend kader en een voyeuristisch kader. In de figuur hieronder is dit schematisch weergegeven. Hier zijn de de elkaders van waaruit respondenten op hun deelname reflecteerden binnen het bredere kader van het pragmatisch dispositionele gepositioneerd.



Figuur 10. Schematische weergave van de drie kaders van waaruit respondenten over hun deelname aan KodK reflecteerden.

Distinctie is eerder aan bod gekomen in het pragmatisch dispositionele kader. Binnen het onderwerp van de deelname aan KodK heeft het te maken met de relaties die respondenten met kunstenaars ontwikkelden. Hier zijn ze merkbaar trots op. Ze nemen er een nieuwe positie ten opzichte van kunstenaars en de kunstwereld door in. Respondenten vertelden graag en naar hartenlust over het contact met de kunstenaars:

“Nou en daarna hebben we [kunstenaar], die heeft hier gewoon een tijd...- Wij gingen toen naar [land], en zij had het idee: ‘Ja God, hoe moet ik hier nou iets gaan maken?’ Dus ik zei weet je wat, ga hier maar een tijdje zitten! *lacht* Dan krijg je misschien wel ideeën. Dus die heeft gewoon een week of drie gelogeed [...]!” (Ida).

“[T]oen zijn we bij haar op het atelier geweest. Nou ongeloofelijke- héél oud pand, had zij de eerste etage, en dat was erg gigantische ruimte en een zóó! Ze had, ze had... En ze had dus ontzettend veel kunstwerken gemaakt. Die waren allemaal niet verkocht werden. *lacht* Ik zei tegen haar, je moet Gerard hier even loslaten, die kan dat [opruimen] héél goed, eh, hè? Daar moest echt, daar moest echt van alles gebeuren” (Sabine).

De distinctie vindt indirect plaats. Niemand zei: “Ik vond mijn deelname zo leuk omdat ik de allerbeste kunstenaar in huis had en iedereen stikjaloers op mij was.” Waarom is het dan zo speciaal om dicht bij kunstenaars te kunnen komen? Dit heeft te maken met de notie van de kunstenaar als romantisch genie. De Kunstenaar (met een grote “K”) wordt door respondenten (in meer of mindere mate) gezien als creatief genie, met een intrinsieke drive en talent om te creëren, verheven boven praktische zaken als geld verdienen. De voorstelling van een kunstenaar als kluizenaar die 'wel een flesje lust' en regelmatig te laat komt, maar waarbij je graag in de buurt wil zijn omdat ze zo'n 'speciale energie' en 'andere kijk' brengen is niet nieuw.⁹ Vanuit dit perspectief heeft de kunstenaar sowieso al een bijzondere status waar je je als kunstconsument mee wil associëren. Ook mecenaatschap speelt hier een rol binnen:

*“En hoe heb je dat dat proces ervoor ervaren? Dat *kunstenaar* hier kwam, en dat [kunstwerk] maakte?”*

“Ja dat was wel leuk juist wel. Dat vond ik wel heel leuk, dat ze van tevoren daar een beetje zo... die voorbereiding eh... Ja dat was wel leuk. Maar zij was ook heel bescheiden, weet je wel, dus dat was leuk om dat af te stemmen met elkaar. Dan

⁹ Zie voor een overzicht van de notie van de romantische kunstenaar doorheen de tijd Kermode *Romantic Image* (1957).

doe je dat wel graag. Het voelde ook wel alsof ik iets deed voor een jonge kunstenaar, ofzo. Die je een kans geeft om eh... bekend eh.... bekendheid te geven aan je... Dat je die kans gewoon geeft [...]" (Eva).

Door bij te dragen aan iemands beroemdheid, straalt die faam ook een beetje op jou af. Je krijgt hierdoor een speciale positie. De rollen draaien weer een beetje om: respondent heeft "invloed" op het succes van de kunstenaar. Je hoort er op deze manier ook een beetje bij en je wordt onderdeel van de kunstwereld.

Maar hier is meer aan de hand. De romantische kunstenaar blijkt bij nadere inspectie door de respondenten namelijk ook maar een gewoon mens. Kunstenaars zijn niet altijd geïnspireerd, maar hebben soms moeite met inspiratie opdoen. Kunstenaars leven niet altijd in creatieve ongeorganiseerdheid, soms is het gewoon rommel en troep. De rollen worden (tijdelijk) omgedraaid: de respondent kijkt niet meer op naar de kunstenaar, maar de kunstenaar wordt tot op zekere hoogte afhankelijk van de respondent doordat de respondent de kunstenaar iets biedt wat deze nodig heeft: een slaapplek, inspiratie (door Ida), een poetsbeurt (door Sabine). De eerbied voor en het hoogdravende idee van kunst(enaars) past binnen de educatieve consumptie modus. Deelname aan KodK heeft voor deelnemers deze eerdere verhouding tussen kunstenaar en niet-kunstenaar (tijdelijk) verschoven, waardoor de educatiemodus niet meer zomaar opgaat. De consument neemt een meer actieve rol aan; er is geen sprake van passief consumeren.

Naast distinctie (van andere consumenten) vond onder respondenten ook vereenzelviging (met de kunstenaars) plaats. Dit had voornamelijk te maken met hoe druk bezocht het huis van de respondent was tijdens de tentoonstelling. Een respondent in een drukbezocht huis noemt herhaaldelijk en trots dat het bij hen in huis "af en aan liep," terwijl een respondent van een minder druk bezocht huis daar toch een beetje van baalt. Bewoners van druk bezochte huizen voelen een zekere mate van succes of overwinning als hun huis populair was. Dit succes verschaft (sociale) status. Eigen inbreng in de tentoonstelling door de respondenten versterkte dit. Voorbeelden van eigen inbreng zijn bijvoorbeeld: de kunstenaar ondersteunen door hen slaapplek te verschaffen, bezoekers rondleiden langs de tentoongestelde kunstwerken, het schrijven van begeleidende tekstbordjes of persoonlijke elementen onderdeel maken van de tentoonstelling. Hierdoor werden respondenten in ieder geval gevoelsmatig (mede)maker. Deelname aan KodK heeft voor bewoners dus ook een participatief element. Ook hierdoor wordt een hiërarchische verschuiving in gang gezet, waardoor de verhouding tussen kunstenaar en respondent (tijdelijk) verandert. Dit uit zich

bijvoorbeeld in een meer geksheerende houding tegenover het concept van de romantische genie:

“Soms vroegen [bezoekers van KodK] ook van eh, ehm...: ‘Is dit [kunstwerk] nou van de kunstenaar of is dit van... van ons?’ Ik zeg dan, nou: ‘dat is nou van ons, en dat is eh, van die man die op mijn bureaustoel zit met een groen flesje in de handen, en eh, niet van ze plaats komt’” *lacht hard* (Martinus).

Naast het distinctie kader en het vereenzelvigende kader is het voyeuristische kader opgesteld. Respondenten vonden het leuk om mensen bij hen thuis te verwelkomen, maar nog veel leuker om tijdens de rondgang bij andere deelnemers rond te kunnen neuzen. Nieuwsgierigheid wordt door respondenten als belangrijke reden genoemd voor hun deelname. Het voyeuristische is tweeledig. Enerzijds noemen respondenten dat je door KodK je buurtgenoten leert kennen, waardoor je beter kunt *settelen* in de wijk. Het Spijkerkwartier wordt door hen ook wel een “dorp in de stad” genoemd (Sabine), waar je graag een netwerk(je) opbouwt omdat dat je leefplezier vergroot. Volgens respondenten bestaat er dus een verband tussen KodK en het versterken van de sociale cohesie in de wijk. Hoewel niet alle respondenten vriendschappen overhouden aan hun deelname vinden ze het wel fijn om gewoon even een “kletsje te kunnen maken” op straat met buurtgenoten die ze ontmoet hebben tijdens hun deelname (Sabine).

De tweede reden waarom respondenten het sociale element aanhaalden, was dat ze er mooie verhalen door hoorden en aan overhielden. Het volgende citaat illustreert beide onderdelen:

“Even lekker kopje koffie tussendoor, en dan eh, een borreltje... Gewoon eens even allemaal... ja ik vind het eigenlijk super leuk. Gewoon om te gluren bij de burens, eh, en de kunst. Eh. Het is een hele leuk mix, eigenlijk. Er komen allemaal gekke mensen...” *lacht*

**lacht* Ja, je weet ineens wie hier in de wijk woont.*

**lacht*: Ja.... Dat vind ik super leuk. Ook die man - ja gewoon gekke, leuke verhalen! Het is... Dat is toch ook wel fascinerend, van die kerel... Nou goed... Ga ik allemaal verhalen - maar goed je hebt, je hebt allemaal eigenlijk allemaal bewoners met een soort van verhaal. En dat is eigenlijk super leuk, ook om dát... Want voortaan- je*

verandert weer. Want als je dan door de stad fietst, of loopt, dan is het weer eh, interessanter geworden allemaal, hè? Dan heb je weer een verhaal erbij.” *lacht* (Pepijn).

4.2.2 *Verandering in (cultureel) gedrag na deelname*

Merken respondenten verandering in hun (culturele) gedrag nadat zij hebben meegedaan aan KodK? Het antwoord op deze vraag is: ja en nee. In dit hoofdstuk zal ik reflecteren op de antwoorden die respondenten gaven als deze vraag direct gesteld werd. In het volgende hoofdstuk zal ik reflecteren op de impliciete veranderingen die blijken uit de gehele thematische analyse.

Tijdens de interviews werd naar verandering in cultureel gedrag gevraagd met betrekking tot smaak (op gebied van kunstkoop, het bezoeken van kunst en interesse in kunst) en met betrekking tot de relatie met de kunstwereld. Respondenten gaven niet direct aan dat hun smaak veranderd was, maar wel indirect. Zo zeiden ze bijvoorbeeld nu kunst te kopen die ze voor hun deelname niet gekocht zouden hebben. Om te begrijpen of en waarom hun koopgedrag veranderde na deelname aan KodK is eerst meer inzicht in kunstkoopmotieven gewenst. In het Westen bestaat een traditie die verzamelen beschouwd als middel om de eigen identiteit te kunnen vormen (Clifford 260) of versterken (Baekeland 206). Maar hoewel verzamelen als werkwoord open is voor interpretatie, is de term *verzameling* hier problematischer. Een verzameling moet namelijk op een gegeven moment als dusdanig bestempeld worden (Pearce 159); iets wat de respondenten niet doen. Ik kan er dan ook niet vanuit gaan dat motieven van verstokte verzamelaars hier opgaan. Maar wellicht past de volgende beschrijving: de respondent niet als kunstverzamelaar, maar als kunstenaarverzamelaar; iemand die ook zijdelings trekjes vertoont van de moderne mecenas (Ticheler 30, Steenbergen 96). Voor een kunstenaarverzamelaar is het kunstwerk zelf belangrijk, maar de mens achter het kunstwerk is minstens net zo belangrijk; soms zelfs belangrijker. Deze beschrijving past alle respondenten. Ze hebben het bijvoorbeeld over kopen omdat ze het de kunstenaar gunnen (bijvoorbeeld Ida), of omdat ze vrienden zijn met de kunstenaar (bijvoorbeeld Sabine en Gerard). Vooral de “sociale verzamelaar” (Steenbergen 96) beschrijft daarom de respondenten in de situatie van KodK.

Rest de vraag of koopgedrag van respondenten (als onderdeel hun van smaak) veranderd is sinds hun deelname. Hoewel respondenten aangaven nu kunst te kopen of te waarderen waar ze dat eerst niet deden (bijvoorbeeld Pepijn), is weliswaar het object van hun smaak veranderd; maar niet hun dispositie. Iets vergelijkbaars schreven ook Friedman en

Reeves toen zij stelden dat consumptie modi transporteerbaar zijn van object naar object (341-342). Vanuit hun eigen reflectie benaderen respondenten kunst dus nog vanuit dezelfde houding als voorheen. Ze leerden de kunstenaar kennen en bouwden een persoonlijke band met hem/ haar op, waardoor ze de kunstwerken gingen waarderen. Onderstaand is typerend voor deze situatie:

“Dat [kunstwerk] is iets wat ik niet snel zou kopen als ik niet [naam kunstenaar] had gezien. Juist dan als je [naam kunstenaar] kent, ja dat is dan dat je denk van eh, ja dat is wel eh... Maar dat is wel, als je gewoon meer weet van, wat zit er nu achter, en wie is de persoon, dat het voor mij wel echt interessanter wordt” (Pepijn).

Dit principe werkt overigens ook de andere kant op; als de relatie met de kunstenaar niet goed was, werd de ervaring in zijn geheel (inclusief opinie van de kunstwerken) meer negatief beschreven (Ida).

Ook waar het het bezoeken van tentoonstellingen betreft, geven respondenten aan deze eerder te bezoeken als ze de kunstenaar in kwestie bijvoorbeeld tijdens KodK (maar ook tijdens andere gelegenheden) hadden ontmoet. Ze blijven kunstenaars ook volgen (bijv. Eva). Maar ze gaan niet per se naar meer tentoonstellingen dan daarvoor; de frequentie (soms laag, soms hoog) blijft hetzelfde. Ook hier veranderde het object van de smaak dus, maar niet het gedrag.

Als laatste onderdeel van smaak rest de kunstinteresse, los van consumptiegedrag. Volgend uit bovenstaande is hierin wel voorzichtig verschil merkbaar. Als respondenten door KodK met voor hen nieuwe soorten kunst in aanraking kwamen (bijvoorbeeld installatiekunst, conceptuele kunst of performancekunst) waren ze daar neutraal over (bijv. Eva) of enthousiast (bijv. Pepijn): niet negatief. Respondenten verhouden zich dus neutraal of positief tegenover verbreding van hun smaak, maar geven daar niet noodzakelijk uiting aan. Nabijheid tot kunstenaars en betrokken worden bij de kunst, is volgens de respondenten in zekere mate van invloed op hun oordeel over die kunst(enaars). Wat betekent dit voor de relatie tot de kunstwereld, zoals respondenten die zelf omschrijven? Met "kunstwereld" doelen respondenten op beeldend kunstenaars, galeriehouders en iedereen die in de museale sector werkt. Ook het begrijpen en spreken van termen waarmee kunstwerken worden beoordeeld is er een onderdeel van. Het heeft daarom meer te maken met een intellectuele opvatting dan een economische (kunsthandel). Het antwoord op bovenstaande vraag is tweeledig. Respondenten gaven zowel aan dat de relatie tot de kunstwereld veranderd was als

dat deze hetzelfde bleef. De sterkste factor in het verbeteren van de relatie lijkt te zijn dat respondenten worden betrokken bij de kunst. Ze ontmoeten de organisatoren en eten een boterhammetje met de kunstenaars, waardoor je eigenlijk “gewoon” van mens tot mens met elkaar omgaat. De eerder genoemde hiërarchische rolverdeling tussen toeschouwer en kunstwerk/ kunstenaar wordt weer minder strikt.

“Voelt u zich meer betrokken dan ook, bij, 'de kunstwereld'?”

“Ja, omdat je dan de mes- dus de de... Dus de mensen die organiseren die je die eh, die maak je mee en daar praat je ook mee. En dan de kunstenaars waar je dus uitgebreid mee euh, en hier aan de tafel zitten en dan ook een boterhammetje mee eet, en dan eh...” (Gerard).

5. Discussie

5.1 Conclusie

Dit onderzoek zocht antwoord op de volgende vraag: Hoe reflecteren deelnemers aan KodK op hun deelname aan dit evenement? Daarbij waren twee deelvragen belangrijk: 1) Hoe reflecteren deelnemers op de houding van waaruit zij kunst consumeren en de waarde van kunst binnen hun overkoepelende ervaringen met kunst?; 2) Hoe reflecteren deelnemers op de houding van waaruit zij kunst consumeren en de waarde van kunst binnen hun deelname aan KodK? De antwoorden op deze vragen werden gezocht via literatuuronderzoek en semigestructureerde interviews met zeven respondenten. De getranscribeerde interviews zijn gecodeerd, waarna middels een thematische analyse is gezocht naar patronen, zowel binnen het theoretisch kader (deductief) als daarbuiten (inductief). In dit afsluitende hoofdstuk worden de hoofdvraag en deelvragen beantwoord.¹⁰ Er is gebleken dat bewoners vanuit drie kaders reflecteren op de houding van waaruit zij kunst consumeren. Namelijk: een pragmatisch dispositioneel kader, een pragmatisch ideologisch kader en een devoot dispositioneel kader. Ook op hun deelname aan KodK reflecteerden zij vanuit verschillende invalshoeken: het distinctie kader, het vereenzelvigende kader en het voyeuristische kader. Deze waren echter allemaal onderdeel van het pragmatisch dispositionele kader. Het raamwerk van waaruit ik mijn respondenten op kunst en hun deelname aan KodK wilde laten reflecteren (consumptie modi en waarde tradities) moest dus weer binnen een (nieuw) kader geplaatst worden.

5.1.1 Hoe reflecteren deelnemers op de houding van waaruit zij kunst consumeren en de waarde van kunst binnen hun overkoepelende ervaringen met kunst?

In hoofdstuk 2 was het voornemen om respondenten naar aanleiding van de interviews te classificeren op basis van de theorie. Dit bleek niet mogelijk en in plaats daarvan zijn drie nieuwe kaders geformuleerd. Binnen het pragmatisch dispositionele kader kunnen Jarness' consumptie modi worden geplaatst, die in het geval van dit onderzoek te maken hadden met de smaak van respondenten. Drie van de modi waren aanwezig onder de deelnemers aan KodK: de praktische modus, de luxueuze modus en de educatieve modus. Hoewel deze drie in elkaar overvloeiden en niet zo eenduidig aanwezig zijn als Jarness deze presenteert, is wel duidelijk dat de intellectuele modus volledig ontbrak bij de respondenten.

¹⁰ Vanzelfsprekend gelden de conclusies die in dit onderzoek worden getrokken alleen voor de specifieke context van dit onderzoek binnen deze casus en op basis van een laag aantal respondenten.

Dit past binnen het beeld dat de artistiek leider schetste tijdens het verkennende telefoongesprek. Zij vertelde daarin dat de “echte culturele elite” van Arnhem niet meedoet aan KodK, omdat het evenement een te “vreemde eend in de bijt” is (zie Appendix 1). Met culturele elite doelde zij in dit geval op ingewijden in de culturele *scene* en mensen met hoog cultureel kapitaal. Het ontbreken van de intellectuele modus geeft in dit geval aan dat Poissonniers wens het “normale artistieke kringetje dat zichzelf steeds ontmoet op openingen van exposities te doorbreken” waar het deelnemers (bewoners) betreft, is geslaagd. Mits de aanname dat de “culturele elite” kunst benaderen vanuit de intellectuele modus juist is.

Bewoners reflecteren (bewust) op hun kunstconsumptie als iets waar voorwaarden aan verbonden zijn. Zo moet kunst plezierig zijn en binnen de gebaande “veilige” kaders blijven (niet grensoverschrijdend zijn). Bewoners reflecteren (onbewust) op kunst als iets wat een stukje van hun gewenste identiteit etaleert en hen onderscheidt van anderen. Ze beschrijven kunst en de relatie die ze met kunstenaars onderhouden (onbewust) als iets waarmee je je positie tot anderen kunt verbeteren. In dit alles klinkt steeds Bourdieus distinctietheorie door, die zich hier in dit onderzoek weer manifesteert.

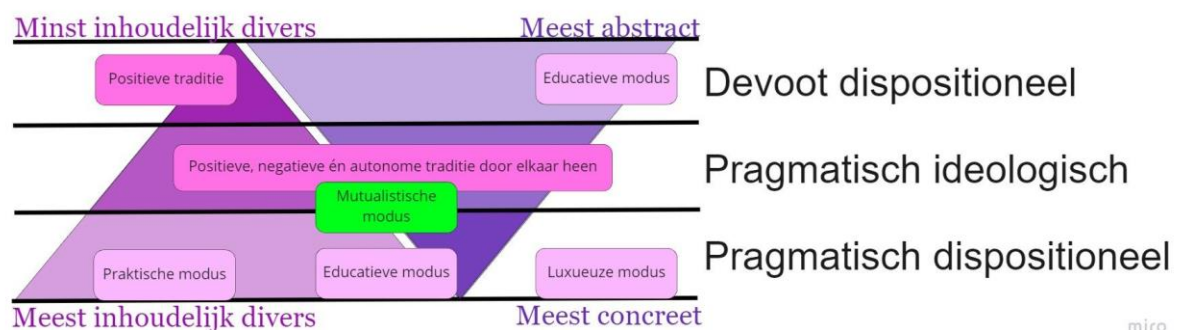
In de overgang van het pragmatisch dispositionele kader naar het pragmatisch ideologische is in het resultatenhoofdstuk mecenaat als nieuw onderwerp naar boven gebracht. Deze is daar gekoppeld aan de distinctietheorie, maar binnen de bestaande consumptie modi vond dit onderwerp geen aansluiting. Mecenaatschap houdt in de context van dit onderzoek echter wel sterk verband met kunstconsumptie. Dit doet vermoeden dat er een vijfde modus onderscheiden moet worden. Het onderwerp mecenaat hield naast de relatie met de distinctietheorie ook verband met altruïstische motieven. De respondent profiteert van diens mecenaat rol doordat hij of zij zo kan profiteren van de status die dit meebrengt. Maar ook de betrokken kunstenaar heeft er baat bij. Daarom stel ik voor een **mutualistische modus** toe te voegen. Mutualisme is het (langdurig) samenwerken en samenleven van twee organismen, die beide voordeel halen uit deze samenwerking. Dit zie je bijvoorbeeld bij de clownvis die in een anemoon leeft. De clownvis houdt de anemoon vrij van parasieten, de anemoon beschermt de clownvis tegen roofdieren. Vanuit de mutualistische modus consumeert de respondent kunst met een duidelijk doel, net zoals dat gold voor consumptie vanuit de praktische en de educatieve modus. In tegenstelling tot deze twee modi heeft de respondent vanuit de mutualistische modus een veel actievere en ondernemende houding richting het kunstwerk. Het doel in de mutualistische modus is het verbeteren van de eigen sociale positie (en zo het onderscheiden van andere consumenten) door middel van het consumeren (kopen) van bepaalde kunstwerken. De mutualistische modus heeft ook

overeenkomsten met de luxueuze en intellectuele modus. Anders dan bij de luxueuze modus, waar kunstkoop ook binnen past, is het niet het kunstwerk zelf dat de status of imago verschaft, maar de relatie met en tot de kunstenaar die uit de koop ontstaat. De mutualistische modus verschilt van de intellectuele modus omdat de kunst daar in zichzelf (zonder doel) wordt geconsumeerd. De operationaliseringstabel op pagina 38 kan nu dus worden aangevuld.

Begrip	Betekenis
De mutualistische modus van consumptie	Een houding van waaruit mensen kunst benaderen of consumeren. Deze houding kenmerkt zich onder andere door kunstkoop of het geven van (monetaire) giften, die een verschuiving in de (hiërarchische) relatie tussen consument en kunstenaar veroorzaakt. De consumptie van kunst heeft hier een duidelijk “doel,” namelijk distinctie.

Tabel 4. Aanvulling van de operationaliseringstabel: de mutualistische modus van consumptie.

De schematische weergave van de drie kaders op pagina 52 kan nu tevens worden aangevuld. De mutualistische modus is gepositioneerd op de grens tussen het pragmatisch dispositionele kader en het pragmatisch ideologisch kader.



Figuur 11. Schematische weergave van de positie van de mutualistische modus; op de grens tussen het pragmatisch dispositionele en het pragmatisch ideologische kader.

Het tweede vastgestelde kader van waaruit respondenten reflecteerden op hun overkoepelende ervaringen met kunst was het pragmatisch ideologische kader. Vanuit dit kader beschouwen respondenten kunst als middel tot een doel. De connectie met de positieve waarde traditie is dan ook snel gemaakt. Maar waar Belfiore en Bennett sterk onderscheid maken zowel binnen de positieve traditie (kunst als emotioneel, intellectueel of ethisch proces) en onderling (positief, negatief en autonoom), maken respondenten dit onderscheid niet. Behalve de ene bewoner die niet op kunst reflecteerde vanuit het pragmatisch ideologische kader beschouwen bewoners kunst dus vanuit alle waarde tradities en dwars door elkaar heen. Daarnaast wisselde het ook sterk per respondent hoeveel verschillende (positieve/ negatieve/ autonome) functies werden toebedeeld, waardoor het niet mogelijk was om hen binnen het veld van positieve, negatieve en autonome waarden te positioneren.

Wat betekent dit? Ik denk dat dit indiceert dat er een vierde waarde traditie is. Het enige overlappende patroon tussen de zes respondenten die kunst binnen het pragmatisch ideologische kader benaderen, is namelijk dat de respondenten voelen dat er bewijs is voor hun stellingname. Of de impact van kunst nou positief of negatief uitvalt, respondenten hebben iets meegemaakt in hun eigen leven dat het effect in kwestie voor hen bevestigde. Of dat ook echt (wetenschappelijk) onderbouwd kan worden, doet er niet toe voor de respondenten. Dit past binnen het concept van de waarde tradities, welke in eerste instantie gestoeld zijn op overtuigingen en narratief in plaats van harde bewijslast. Daarom stel ik voor een **empirische traditie** toe te voegen. Binnen de empirische waarde traditie wordt kunst beschouwd als iets wat voornamelijk positieve impact maakt, maar is er ook zeker ruimte voor minder gunstige effecten. De kern van de empirische traditie is dat iemands persoonlijke ervaringen worden geïnterpreteerd als universeel geldende waarheid. Een fictief voorbeeld: “ik heb een verhaal gelezen over een planeet die verwoest werd door de lokale bevolking. Dit heeft me aan het denken gezet over hoe wij met onze aarde omgaan. Ik trek hier de volgende conclusie uit: het lezen van literatuur zet aan tot reflectie en geeft inzicht in menselijk handelen. Of dat ook echt zo is en voor andere mensen dan mijzelf ook zo werkt, doet er niet toe. Ik heb het ervaren, dus het is bewezen.”

Deze benadering is anders dan hoe bijvoorbeeld Plato of Aristoteles de gevolgen van kunst beschreven en interpreteerden, of de autonome traditie, om een aantal redenen. Zo is bij die drie sprake van een “alles of niets” scenario: de gevolgen van alle kunst zijn zus of zo.¹¹

¹¹ Dit is natuurlijk wel erg kort door de bocht, deze uitspraak moet door de lezer dan ook worden opgevat als “bij wijze van spreken.”

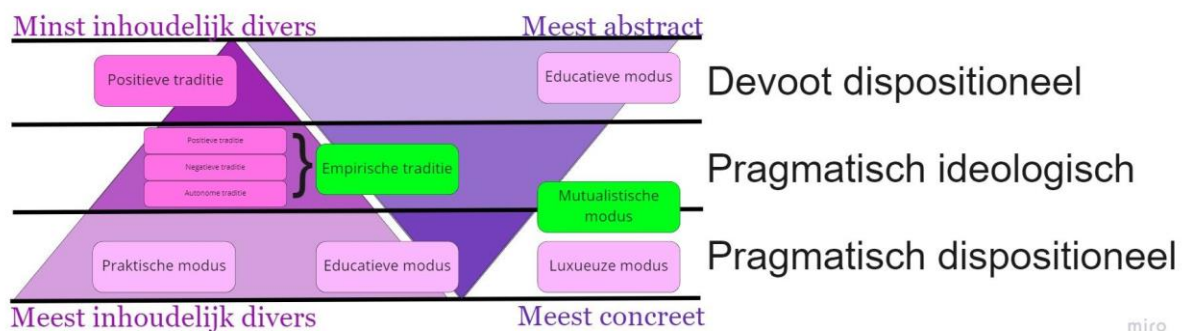
Bij de empirische traditie kan het effect afhankelijk van de ervaring anders uitpakken. Daarnaast zijn de positieve, negatieve en autonome traditie gestoeld op overtuigingen die als het ware van buitenaf op de kunst worden gelegd. Binnen de empirische traditie heeft de beschouwer meer zelfbeschikking. Diens “feiten” over kunst zijn nog steeds overtuigingen, maar ze komen van binnenuit tot stand; namelijk via eigen ervaringen.

Ook hier kan de operationaliseringstabel weer worden aangevuld.

Begrip	Betekenis
De empirische traditie	Stroming binnen het gedachtegoed dat kunst verandering in mens en/ of maatschappij teweeg kan brengen: in dit geval zowel positieve als negatieve veranderingen, terwijl kunst tegelijkertijd beschouwd wordt als intrinsiek waardevol (autonoom). Kenmerkend is de overtuiging dat de ervaring van één ervaring van één persoon universeel geldend is.

Tabel 5. Aanvulling van operationaliseringstabel: de empirische waarde traditie

In de figuur hieronder is schematisch weergegeven hoe de empirische traditie is gepositioneerd binnen het pragmatisch ideologische kader.



Figuur 12. Schematische weergave van de positie van de empirische traditie binnen het pragmatisch ideologische kader.

Het derde kader van waaruit respondenten op kunst reflecteerden, is het devoot dispositionele. In tegenstelling tot beide andere kaders past dit kader goed binnen de eerder besproken theorieën. Binnen het devoot dispositionele kader hebben respondenten grote eerbied voor kunst en een alomvattend geloof in de positieve transformatieve krachten ervan. Dit betekent dat ze reflecteren op hun kunst consumptie vanuit de educatieve modus en kunst waarderen vanuit de positieve traditie. Het is dus eigenlijk een smal perspectief waarbinnen alle respondenten het met elkaar eens zijn: kunst is waardevol en kunst consumptie is leerzaam. De theorie hoeft niet te worden aangevuld.

5.1.2 Hoe reflecteren deelnemers op de houding van waaruit zij kunst consumeren en de waarde van kunst binnen hun deelname aan KodK?

Respondenten reflecteerden op hun deelname aan KodK binnen het pragmatisch dispositionele kader. Binnen dat raamwerk pasten op hun beurt weer drie andere kaders: een distinctie kader, een vereenzelvigend kader en een voyeuristisch kader. Door de nabijheid van kunstenaars en kunstwerken is het distinctie kader in de reflectie op hun deelname aanzienlijk sterker aanwezig dan binnen hun reflectie op kunst in het algemeen. In hoofdstuk 4 werd al gesteld dat de educatieve modus niet meer opging omdat de rollen en bijbehorende hiërarchie in ieder geval gedeeltelijk worden omgedraaid. Vanwege de duidelijke distinctie door middel van mecenaat is ook hier dus sprake van de mutualistische modus. Door de meer “intense” aanwezigheid kan nu echter ook een nieuw kenmerk van de modus worden beschouwd: verschuiving van hiërarchie tussen beschouwer, kunstenaar en kunstwerk, waarbij die relatie meer in evenwicht komt. In de introductie en in hoofdstuk werd een verwijzing gemaakt naar *The audience involvement spectrum* door Brown en Novak-Leonard. Tijdens hun deelname konden respondenten ervaren hoe het is om onderdeel te zijn van *crowd sourcing*: een hele andere ervaring dan de meer traditionele manier om kunst te bekijken of ervaren. Deze traditionele vorm, *spectating* genoemd, is immers het beschouwen van kunst van een afstand, waarbij het consumeren een passief proces is. De beschouwer was tijdens de deelname niet langer een passieve consument, maar nam een actieve en gelijkwaardige(re) rol aan. Zo kon deze zich onderscheiden van andere kunstconsumenten.

In het vereenzelvigende kader voert de hiërarchische verschuiving eigenlijk nog een stap verder. Doordat de respondent als deelnemende bewoner zelf ook inbreng levert (bijvoorbeeld in de vorm van tekstbordjes, performance, rondleidingen) wordt deze in ieder geval gevoelsmatig ook tot kunstenaar of medemaker. De situatie lijkt hier al sterk op *co-*

creation. Soms voelden respondenten zich zelfs “boven” de kunstenaar (bijvoorbeeld Martinus). Dit brengt me bij de vraag of respondenten verandering merkten bij zichzelf na hun deelname aan KodK. In het vorige hoofdstuk gaf ik al een overzicht van hoe respondenten reflecteren op verandering in hun houding en gedrag richting smaak (op gebied van kunstkoop, het bezoeken van kunst en interesse in kunst) en met betrekking tot de relatie met de kunstwereld. Het betrof daar de situatie waarin respondenten gevraagd werd om antwoord te geven op de concrete vraag. De resultaten waren daar ambigu en het antwoord was “ja en nee.” Hier wil ik nog uitweiden over wat de conclusies die in dit hoofdstuk getrokken werden daarover impliceren. Daarbij moet nogmaals benadrukt dat eventuele resultaten niet gemeten konden worden. Immers is geen nul-, een- of tweemeting uitgevoerd. Eventuele veranderingen kunnen alleen worden afgeleid uit wat respondenten daar zelf over vertelden. Zo vertelden respondenten bijvoorbeeld over het kopen van kunst, het ondersteunen van een kunstenaar en het leveren van eigen inbreng in de tentoonstelling. Deze elementen zorgde wel degelijk voor een verschuiving binnen het hiërarchische veld waarbinnen beschouwer, kunstenaar en kunstenaar een plek innemen. Allen kregen daardoor een gelijkwaardige rol. Dit betekent dat er een wezenlijke verandering heeft plaatsgevonden in hoe respondenten zich tot de kunstwereld verhouden. Het is heel goed mogelijk dat dit slechts tijdelijk (gedurende hun deelname of tot kort daarna) aan de hand was en dat zij zich dit nu moeilijk kunnen herinneren, waardoor het alleen herleid kan worden uit de concrete voorbeelden die respondenten zich nog wél herinneren. Desalniettemin heeft deze observatie een implicatie, die in desbetreffende paragraaf wordt besproken.

Rest in deze paragraaf alleen nog het voyeuristische kader van waaruit respondenten spraken over hun deelname. Deze socialiserende werking van kunst is eerder bemerkt en getheoretiseerd. In *De waarde van cultuur* (2014) bespreken Gielen et al. drie maatschappelijke processen waar kunst aan bijdraagt. Het socialiserende is daar één van: “ze helpt individuen in een specifieke sociale, politieke, economische orde integreren” (Gielen et al. 12). Dat is in het geval van KodK dus ook zeker waar.

5.2 Implicaties

Dit onderzoek heeft een aantal contributies geleverd. Een empirische contributie van dit onderzoek is het hanteren van een kwalitatieve onderzoeksmethode in onderzoek naar cultuurparticipatie en cultuurconsumptie. Het gros van de bestaande onderzoeken hanteert een kwantitatieve aanpak, bovendien worden de twee vrijwel altijd als onafhankelijk beschouwd. Door in mijn onderzoek juist een kwalitatieve aanpak te hanteren, stond het

perspectief van de respondenten centraal. Dit was belangrijk omdat ik de verbinding van cultuurparticipatie en cultuurconsumptie enerzijds met de beleving van waarde anderzijds wilde onderzoeken; iets wat nog niet eerder is gedaan. Door naast onderzoek op basis van de theoretische kaders ook een inductieve analyse uit te voeren, is gebleken dat de theorie incompleet was en op verschillende punten moest worden aangevuld.

Een theoretische contributie is dat in dit onderzoek een nieuwe consumptie modus geformuleerd is: de mutualistische modus. Deze modus heeft implicaties voor onderzoek naar cultuurconsumptie. Vooral waar het distinctietheorie betreft, zowel in Bourdieus eigen werk als bij de vele onderzoekers die zich in hun werk door hem laten inspireren (bijvoorbeeld Jarness “Modes of” (2015), maar ook Friedman en Reeves “From Aristocratic” (2015)) ontbreekt het voordeel dan de “tegenpartij” kan hebben van de distinctiedrang van de ander. Zo is mecenaat hier een middel voor de deelnemer om zich te onderscheiden. Hij/ zij wordt daar zelf niet alleen beter van doordat zijn/ haar sociale positie daardoor verbetert, ook de kunstenaar in kwestie profiteert ervan. Deze observatie was mogelijk doordat ik al in de introductie de nadruk heb gelegd op het feit dat er in mijn onderzoek steeds twee actieve partijen zijn: niet alleen de beschouwer, maar ook kunstenaar/ kunstwerk.

De conclusie van dit onderzoek kon niet zo stellig verwoord worden als gehoopt. Er is geen sprake van een conclusie zoals “het consumeren vanuit modi X heeft tot gevolg dat de respondent kunst waardeert vanuit traditie Y,” of “door deelname aan KodK ervaart de respondent kunst nu als waardevol, waar deze dat eerst niet deed.” Wel heeft dit onderzoek iets anders aan het licht gebracht. Deze maatschappelijke contributie heeft te maken met de manier waarop een kunstwerk of kunstevenement beoordeeld wordt. Het grote heikel punt ervan is namelijk dat vanuit politiek Nederland steeds geprobeerd wordt de effecten ervan te meten en de bewijslast van de toegevoegde waarde van kunst cijfermatig te onderbouwen. Terwijl dit keer op keer nou juist zo ingewikkeld blijkt: de kernwaarden van kunst hebben narratief bewijs nodig (Van den Hoogen “Over” 15). Dit onderzoek draagt bij aan aan dit debat door een middenweg te laten zien. Van den Hoogen schrijft in *Boekman 113* dat je kunt klagen over het politieke overwicht dat - waar het de effecten van kunst betreft (en daarmee de legitimering van kunstsubsidies) - cijfermatig bewijs prefereert boven narratief bewijs, maar dat het nogal een klus is hier iets aan te veranderen. “Net als bij de klimaatproblematiek vergt dit een collectieve omslag in het denken waarbij andere vormen van bewijs, en bijgevolg andere waarden, weer betekenis krijgen,” stelt hij dan ook (15).

De empirische waarde traditie kan hieraan kan bijdragen. Deze nieuw geformuleerde traditie kan namelijk dienen als brug tussen politiek en cultuursector. “De politiek” vraagt om

cijfermatig bewijs van impact van kunst, terwijl “de cultuursector” functioneert vanuit het narratief van waarde. Binnen de empirische traditie is het (proefondervindelijke) effect van kunst leidend, terwijl dit meetbare effect tegelijkertijd puur narratief is. Het is niet belangrijk of het effect “echt” is of alleen gevoelsmatig. Het eindresultaat is hetzelfde: iemand is overtuigd dat kunst waarde heeft. Zo combineert de empirische traditie de twee denkwijzen, zodat ze wellicht dichter bij elkaar kunnen komen.

In de introductie van dit onderzoek noemde ik dat ik binnen deze paragraaf aandacht zou besteden aan de wenselijkheid van de politieke wens cultuurparticipatie en -consumptie te willen verhogen. Het willen verhogen van participatie insinueert namelijk dat niet participeren (en dus de niet-bezoeker van kunst en cultuur) problematisch is. Is dat wel echt zo? Ten eerste bleek de niet-bezoeker van kunst en cultuur voornamelijk de niet-bezoeker van gecanoniseerde (oftewel gesubsidieerde) cultuur (2). Waarde zou schuilgaan in het werk van “schrijvers, theatermakers, filmers, ontwerpers en beeldend kunstenaars,” zoals in *Cultuur in een open Samenleving* wordt gesteld (Ministerie van OC&W “Cultuur” 3). De vraag is of het werk van deze mensen aansprekend is voor iedereen en vervolgens of het voor iedereen aansprekend zou *moeten* zijn. Wel volgens het Rijk: “Het aanbod dat het Rijk ondersteunt, zou een goede afspiegeling moeten zijn van verschillende voorkeuren in de samenleving én van het culturele veld” (Ministerie van OC&W “Uitgangspunten” 3). Maar als overheidsbeleid ingezet moet worden om cultuurparticipatie en -consumptie te verhogen, kan een consequentie zijn dat moet worden nagegaan of het huidige door de overheid gefinancierde aanbod wel relevant genoeg is (Van Eijck en Bisschop Boele 22). Kern van het probleem lijkt steeds te zijn dat er sprake is van vraag en aanbod en dat die twee elkaar moeten ontmoeten (19).

Voor het complete (complexe) beeld van oorzaak/ gevolg dat hiermee samenhangt, verwijs ik de lezer graag naar de notitie *Van de canon en de mug: een inventarisatie van inzichten rondom de culturele niet-bezoeker* door Van Eijck en Bisschop Boele (2018). Hier wil ik graag nog extra aandacht besteden aan een mogelijke “oplossing” voor het vraag/aanbod “probleem.” Stel dat de waarde en betekenis van kunst niet in het kunstwerk en de intenties van de kunstenaar liggen, maar in de ontmoeting van het kunstwerk met de consument zou liggen. De waarde van kunst ligt dan in de dialoog besloten, wat ook de rol van de kunstenaar verandert. Deze is niet langer producent die werk in de markt plaatst, maar een expert in dialoog met het beoogde publiek (19). Uit dit onderzoek is gebleken dat die hiërarchie vervolgens weer verschuift en dat dit bijdraagt aan de positieve ervaring van de deelnemer. Dit zou wellicht de sleutel kunnen zijn tot het betrekken van de niet-bezoekers,

die zich nu (nog) niet (voldoende) herkennen in het bestaande aanbod (Van Eijck en Bisschop Boele 19, Bisschop Boele 15-16). Deze overweging lijkt sterk op de missie van KodK: “Kunst op de Koffie verbindt mensen en kunst, op allerlei manieren. Kunst op de Koffie maakt ontmoetingen tussen kunstenaars, bewoners en publiek mogelijk [...] Hier ontstaat een uitwisseling van perspectieven en ervaringen tussen kunstenaar, publiek en bewoner” (“Missie en Visie”). Kunst “doet” kortom iets, zet iets in gang. Kunst is niet het fysieke object zelf, maar de actie; een uitwisseling tussen verschillende partijen. Kunst is een werkwoord.

5.3 Beperkingen en aanbevelingen

5.3.1 Beperkingen

KodK is een Nederlandse casus. Daarom zou je je kunnen afvragen of de theorie van Bourdieu, die zijn oorsprong kent in de Franse cultuur met zijn “centralised state apparatus, remnants of an aristocratic past, its valorisation of pageantry and so forth” (Jarness “Modes of” 68) wel binnen Nederlandse context kan worden toegepast. Hier wil ik graag de egalitaire Noorse samenleving waarbinnen Jarness Bourdieus theorie toepast als voorbeeld nemen. Ook de Noorse situatie zou te verschillend zijn van de Franse. Maar is de Noorse samenleving wel zo egalitair? Het is waarschijnlijk dat de hiërarchische processen wel degelijk aanwezig zijn, zij het verborgen (68). Bourdieu zelf stelde al dat mensen het niet altijd doorhebben wanneer processen waarbij hiërarchie of ongelijkheid ontstaan aan het werk zijn (Jarness “Modes of” 68, Bourdieu *Distinction* 101). Daarbij zouden egalitaire gevoelens zelfs indirect kunnen bijdragen aan versteviging van de hiërarchische structuren van een maatschappij (Jarness “Modes of” 68).

Ik zou hier willen stellen dat Jarness’ (en daarmee Bourdieus) theorie in dit geval toepasbaar is op Nederland. Socioloog Gwen van Eijk stelt: “Waar verwoede debatten over etnische categorieën de werkelijkheid van de multiculturele samenleving weerspiegelt, suggereert de afwezigheid van het concept klasse dat we in een klasseloze samenleving leven” (248). Dit is echter in Nederland net zoals in Noorwegen alleen maar een voorkomen. Op het woord “klasse” lijkt in Nederland een taboe te rusten. Het woord wordt ontweken, terwijl in bijvoorbeeld sociologische onderzoeken of de media wel wordt gesproken over inkomensgroepen, achterstandsgroepen, hoger en lager opgeleiden en vergelijkbare termen. Het zijn termen die aanduiden dat ook in Nederland sprake is van ongelijkheid, maar die geen rekening houden met hoe dit zich uit in het sociale en culturele leven en hoe mensen invloed hiervan ervaren in totstandkoming van hiërarchie (248). Kansenongelijkheid en

klassenongelijkheid bestaan in Nederland nog steeds en werken segregatie in de hand (SER 2021). Ook hier zijn dus hiërarchische processen aanwezig, zij het verborgen of zichtbaar. Daarom is het zeer aannemelijk dat Bourdieus ideeën toepasbaar zijn binnen de context waarin KodK zich afspeelt.

Dit onderzoek heeft achterhaald hoe deelnemers aan KodK reflecteren op hun smaak en de waarde van kunst, tevens binnen het kader van hun deelname. De achterliggende wens was motieven van geïnteresseerde niet-bezoekers in kaart te brengen, zodat draagvlak voor kunst en cultuursubsidie uiteindelijk kan worden verhoogd. Daarom is gezocht naar een casus waar deelnemers weinig met cultuur in aanraking kwamen voorafgaande aan de deelname. Achteraf blijkt dat dit onderzoek is daar niet volledig in geslaagd is. Afwezigheid van de intellectuele modus indiceert dat deelnemers inderdaad geen ingewijden in de culturele *scene* zijn. Toch bleken alle respondenten (veel) kunst in huis te hebben. Hoewel kunst kopen maar één onderdeel is binnen het spectrum dat “ervaring met beeldende kunst” heet, maakt het dit wel zichtbaar dat respondenten in ieder geval al bescheiden ervaring met kunst hadden voordat ze meededen aan KodK. Geen van de respondenten kocht namelijk hun eerste kunstwerk tijdens of na de deelname. Het zou daarom interessant zijn om voor een volgend onderzoek een casus te bekijken waarbij deelnemers nog verder af staan van de culturele *scene* dan de respondenten van dit onderzoek.

Zo’n casus is bijvoorbeeld het project *Kunstlogé, uit het museum in je huis* van Stedelijk Museum Schiedam, dat plaatsvond van 10 november 2020 t/m 28 januari 2021. Schiedam kent een grote Turkse gemeenschap. Het Stedelijk Museum Schiedam zag deze mensen niet in het museum en besloot daartoe het museum naar de mensen te brengen. Vier kunstwerken uit de collectie kwamen een aantal weken bij Schiedammers in huis te hangen. Zij mochten vervolgens zelf bepalen aan wie ze het kunstwerk doorgeven; op voorwaarde dat dit ook iemand uit de Turkse gemeenschap was. Zo hoopte het museum de mensen te bereiken die het museum nog niet ervaren als de woonkamer van de stad die het wil zijn (“Schiedammers krijgen een Kunstlogé”).

Toch is het ook bij dit project maar de vraag of de deelnemers écht geen affiniteit met kunst hadden, of dat ze gewoon niet naar het museum gaan. Het is kortom weer het vraag/aanbod debat in het klein. Zo schrijft de Volkskrant bijvoorbeeld in een artikel waarin de (inmiddels oud-)deelnemers interviewen: “Yilmaz [gaat] niet vaak naar een museum. ‘De laatste keer was drie jaar geleden, toen was ik bij het Ford Museum.’ Ze houdt wel zelf van kunst maken” (Spaaij). En ook dit project, wat duidelijk inclusie nastreeft door contact te willen leggen met de 10% van de Schiedammers die Turkse *roots* hebben, heeft dubbele

gevolgen. Zo zegt één van de oud deelnemers over het doorgeven van het kunstwerk aan een andere Schiedammer met een Turkse achtergrond: “‘Ergens wel jammer, want ik heb ook veel Surinaamse en Marokkaanse vrienden, met wie ik via dit kunstwerk verbinding wilde maken’” (Spaaij). De conclusie van deze anekdote is dat een 100% geschikte casus misschien wel gewoon niet bestaat.¹²

Een andere beperking binnen dit onderzoek is de tijd die voor respondenten tussen de deelname en het interview zat. De meest recente editie was in november 2019 en de interviews zijn dus in het meest gunstige geval ruim twee jaar na dato afgenomen. Voor sommige respondenten was de deelname zelfs nog langer geleden; in een uitzonderlijk geval zelfs een jaar of zeven. Dit was geen probleem omdat het in mijn onderzoek immers ging om ervaringen en reflecties van respondenten en die zijn altijd valide, ook al zijn ze misschien veranderd gedurende de tijd. Het zou echter wél heel interessant zijn respondenten voor, tijdens en na hun deelname te volgen, om eventuele verandering in reflectie ook echt te kunnen waarnemen. Nu kon er eigenlijk alleen over worden gespeculeerd. Dat respondenten zeven jaar na dato nog steeds bereid waren om door mij geïnterviewd te worden, zegt overigens wel degelijk iets over de sterke (positieve) indruk die de deelname voor deze respondenten heeft achtergelaten. Dit maakt het extra interessant om bijvoorbeeld een kwalitatieve nul-, een-, en tweemeting uit te voeren onder deelnemers aan KodK. Ook kunnen de conclusies die in dit onderzoek werden getrokken niet worden toegepast worden op andere casussen. De N was daar simpelweg te klein voor en de casus te specifiek. De resultaten dienen dus voornamelijk als ingangspunten voor vervolgonderzoek.

5.3.2 Aanbevelingen

Veel conclusies met betrekking tot de wens de geïnteresseerde niet-bezoeker te bewegen tot bezoek zijn indirect al aan bod te gekomen. Een aantal daarvan worden hier gebundeld en in de vorm gegoten van aanbevelingen. In dit onderzoek is gebleken hoe geïnteresseerde niet-bezoekers in het geval van KodK naar kunst en hun consumptie daarvan kijken. Ze deden dit vanuit enorm veelzijdige én tegenstrijdige perspectieven. De gemene deler was het belang van de context waarbinnen ze dat deden. Met betrekking tot hun

¹² Overigens wil ik nog wel noemen dat KodK inmiddels een nieuwe (extra?) vorm heeft aangenomen. Het project Kunst op Bezoek brengt kunst naar locaties waar het normaliter geen rol speelt, zoals de kantine van buschauffeurs of een verzorgingstehuis. De organisatie onderzoekt daarmee hoe kunst functioneert in het dagelijks leven van mensen, los van haar esthetiek ("Kunst op Bezoek"). Dit project had nog niet plaatsgevonden toen deze scriptie werd uitgevoerd, maar ik ben erg benieuwd welke resultaten het had opgeleverd als dit de casus van mijn onderzoek was geweest.

deelname hing een belangrijkste observatie samen met de actieve rol die respondenten kregen tijdens hun deelname en de hiërarchische verschuiving in de relatie met de kunstenaar. Als het doel is om geïnteresseerde niet-bezoekers tot cultureel bezoek te bewegen, is het aan te raden dat dit gebeurt door middel van projecten tentoonstellingen die aansluiting vinden bij consumptie vanuit de mutualistische modus, waar de waarde van de kunst vervolgens op empirische wijze kan worden ervaren. In ieder geval dient een kader gecreëerd te worden waarbinnen deelnemers de tijd krijgen om een relatie op te bouwen met de kunstenaar. Daarbij moet ruimte ontstaan om samen te reflecteren op de waarde van de kunst.

Projecten die overeenkomsten vertonen met *crowd sourcing*, waarbij de hiërarchische relatie verschuift maar tot op zekere hoogte in stand blijft, lijken daarbij de beste inspiratiebron vanwege de gelijkenissen met KodK. Of *co-creation* en *audience-as-artists* ook succesvolle vormen zullen blijken, daar kan dit onderzoek helaas geen uitspraken over doen. Wel kan een vermoeden worden geformuleerd. Wat KodK als casus voor elkaar krijgt, is een spannende balans tussen instandhouding van het romantische kunstenaarsbeeld, en een ontmanteling daarvan. De vraag is of dat ook zou lukken bij twee bovengenoemde vormen van “echte” participatieve kunst, omdat daar het romantische kunstbeeld niet meer bestaat; kunstenaar en publiek zijn immers niet altijd meer van elkaar te onderscheiden. Deze aanbeveling vraagt om gedegen vervolg onderzoek. Niet alleen is dit slechts één casus, de N is ook nog eens beperkt. Het is daarom aan te bevelen dat meer onderzoek wordt gedaan naar zowel de in dit onderzoek genoemde succesfactoren, als naar andere mogelijke succesfactoren. Daarbij is een groter aantal respondenten belangrijk, evenals een diversiteit aan verschillende soorten projecten.

Dit onderzoek zou tevens kunnen worden uitgebreid door naast de ervaringen van deelnemende bewoners ook de deelnemende kunstenaars te vragen naar hun reflecties op hun smaak en de waarde van kunst. Vooral waar het de nieuw geformuleerde mutualistische modus betreft, is dit relevant. In *The Field of Cultural Production* (1993) illustreerde Bourdieu hoe dispositie niet alleen een rol speelt in consumptie maar ook in productie. Dit zou betekenen dat ook kunstenaars de effecten van deze modus ervaren. Op dit moment is echter nog onduidelijk of daar ook sprake van is in de situatie zoals die in dit onderzoek geschetst werd. Wat is dan de ervaring van de kunstenaars die, als gesteld, in een symbiotische relatie zouden profiteren van de distinctiedrang van de respondenten? Als zij de verschuiving in hiërarchie ook zo ervaren, bestendigt dat het bestaan van de mutualistische modus. Anders moet deze wellicht worden herzien. En hoe kijken de kunstenaars naar het gegeven dat KodK een vreemde eend in de bijt zou zijn in de culturele *scene* van Arnhem?

De kunstenaars die meedoen zijn namelijk “gewoon” zowel gevestigde namen als nieuwe kunstenaars, die daar wel onderdeel van uitmaken. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de locaties waar zij verder exposeren en de relaties die ze met elkaar onderhouden.¹³

In het geval dat de mutualistische modus verder onderzocht wordt, kan bijvoorbeeld veel dieper worden ingegaan op de situaties waarin de deelnemende bewoner de kunstenaar op de één of andere manier ondersteunde; van het kopen tot een werk tot het poetsen van diens atelierruimte. Wie was de initiator? Is dat de deelnemende bewoner, of is dat misschien toch de kunstenaar? Dit zijn allemaal vragen die buiten de scope van dit onderzoek vielen. Gezien de resultaten die het onderzoek opleverde zouden het wel interessante vervolgstappen zijn. Wellicht kan daarbij een theoretisch kader worden toegepast dat is gericht op mecenaat en gift relaties. Ook is het van belang dat meer respondenten worden geïnterviewd, zodat de resultaten betrouwbaarder zijn. Daarnaast is het aan te bevelen dat deze modus ook binnen andere casussen (gerelateerd aan kunstconsumptie) wordt getoetst, zodat resultaten betrouwbaarder worden.

Ook de empirische traditie vraagt om nader onderzoek. Het is aan te bevelen dat dit in eerste instantie op basis van (historische) geschreven bronnen uit West-Europa gebeurt. Deze theoretische aanvulling heet namelijk niet voor niets empirische *traditie*. Net als bij de positieve, negatieve en autonome traditie zou je er dus doorheen de geschiedenis heen sporen van en bewijs voor moeten kunnen zien. Als blijkt dat dit verschijnsel nieuw is, moet de empirische traditie herdacht en geherformuleerd worden. Als echter blijkt dat er wel aanwijzingen bestaan dat dit inderdaad een traditie is, dan is het aan te raden dat op grotere schaal interviews worden afgenomen met respondenten. Op deze manier kunnen namelijk de grenzen van de traditie worden bepaald, evenals de bijbehorende argumenten die typerend zijn voor deze waarde traditie. Zo kan er een compleet beeld worden gevormd.

Tot slot is het ook aan te bevelen dat onderzoek wordt gedaan naar de bezoekers, die tijdens het evenement de huizen bezoeken. In dit onderzoek zijn namelijk steeds de respondenten (de bewoners) indirect beschouwd als het publiek dat zich tot kunstenaar, kunstwerk en kunstwereld verhoudt. Maar er is natuurlijk nog een groep, één die veel beter in deze beschrijving past. Hoe ervaren zij hun bezoek aan KodK, en hoe reflecteren zij op smaak en de waarde van kunst? En wat betekent de driehoek van partijen die ontstaat bijvoorbeeld voor de hiërarchische verhoudingen onderling? Daarbij kan wellicht een

¹³ Ik spreek hier uit eigen ervaring als beeldend kunstenaar in Arnhem, niet op basis van onderzoek.

theoretisch kader worden toegepast dat zich meer richt op het effect van participatieve kunst. Zo wordt kunst echt een werkwoord.

Literatuur

- All-Party Parliamentary Group on Arts, Health and Wellbeing. *Creative Health: The Arts for Health and Wellbeing*. All-Party Parliamentary Group on Arts, Health and Wellbeing, juli 2017.
- Angelini, Francesco en Massimiliano Castellani. "Cultural and economic value: a critical review." *Journal of Cultural Economics*, nr. 43, 2019, pag. 173–188.
- Baekeland, Frederick. "Psychological aspects of art collecting." *Interpreting Objects and Collections*, geredigeerd door Pearce, Susan. Routledge, 2004, pag. 205-219.
- Barbosa, Belem en Pedro Quelhas Brito. "Do open day events develop art museum audiences?" *Museum Management and Curatorship*, vol. 27, nr. 1, februari 2012, pag. 17-33.
- Barendregt, Lars en Henk van Gelder. "Hoe pedojagers van het toneel verdwenen na fatale mishandeling Jan (73) in Spijkerkwartier." *De Gelderlander*, 30 oktober 2021. Laatste geraadpleegd 01-05-2022.
www.gelderlander.nl/arnhem/hoe-pedojagers-van-het-toneel-verdwenen-na-fatale-mishandeling-jan-73-in-spijkerkwartier-~a8ff056e/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F
- Baumeister, Thomas. *De filosofie en de kunsten*. Uitgeverij Damon, 1999.
- Belfiore, Eleonora en Oliver Bennett. *The Social Impact of the Arts: An Intellectual History*. Palgrave Macmillan, 2008.
- Belfiore, Eleonora. "The 'transformative power' of the arts." *The Routledge International Handbook of Creative Learning*, geredigeerd door Sefton-Green, Julian et al., Routledge, 2011, pag. 27-35.
- Belfiore, Eleonora en Oliver Bennett. *The Social Impact of the Arts: An Intellectual History*. Palgrave Macmillan, 2008.
- Belk, Russel. "Possessions and the Extended Self." *Journal of Consumer Research*, vol. 15, nr. 2, september 1988, pag. 139-168.
- Bishop, Claire. *Artificial Hells: Participatory art and the politics of spectatorship*. Verso Books, 2012.
- Bisschop Boele, Evert. *Op zoek naar de betekenis van cultuurparticipatie*. Oratie. Erasmus Universiteit Rotterdam, 6 oktober 2017.
- Bourdieu, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Vertaald door

- Richard Nice, Harvard University Press, 1984.
- . *The Field of Cultural Production*. Cambridge, Polity Press, 1993.
- Bourdieu, Pierre en Alain Darbel. *The Love of Art*. Vertaald door Beattie, Caroline en Nick Merriman, Polity Press, 1991.
- Braber, Helleke van den. *Geven om te krijgen: Literair mecenaat in Nederland tussen 1900 en 1940*. Vantilt, 2002.
- Braun, Virginia en Victoria Clarke. "Using thematic analysis in psychology." *Qualitative Research in Psychology*, vol. 3, nr. 2, 2006, pag. 77-101.
- Broek, Andries van den. *Kunstminnend Nederland? Interesse en bezoek, drempels en ervaringen*. SCP, 2013.
- Brook, Orion et al. *Culture is bad for you*. Manchester University Press, 2020.
- Brown, Alen en Jennifer Novak-Leonard. *Getting in on the act: How arts groups are creating opportunities for active participation*. The James Irvine Foundation, 2011.
- Campo, Rafael. *The Healing Art. A doctor's black bag of poetry*. W. W. Norton, 2013.
- Caron, Bart en Guy Redig. *Vanop de frontlijn: reflecties op het Vlaamse cultuurbeleid*. Uitgeverij Vrijdag, 2019.
- Childress, Clayton et al. "Genres, Objects, and the Contemporary Expression of Higher-Status Tastes." *Sociological Science*, 14 juli 2021.
- Celsi, Richard et al. "An exploration of high-risk leisure consumption through skydiving." *Journal of Consumer Research*, vol. 20, nr. 1, 1993, pag. 1-23.
- Clifford, James. "Collecting ourselves." *Interpreting Objects and Collections*. Geredigeerd door Pearce, Susan. Routledge, 1994, pag. 258-268.
- Crossick, Geoffrey en Patrycja Kaszynska. *Understanding the Value of Arts & Culture: The AHRC Cultural Value Project*. Arts & Humanities Research Council, 2016.
- Daenekindt, Stijn en Henk Roose. "Ways of preferring: Distinction through the 'what' and the 'how' of cultural consumption." *Journal of Consumer Culture*, vol. 17, nr. 1, 2017, pag. 25-45.
- Eijck, Koen van. "Jazzed up, brassed off: Sociale differentiatie in patronen van muzikale genrevoorkeuren." *Mens en Maatschappij*, vol. 74, nr. 1, 1999, pag. 43-61).
- Eijck, Koen van en Evert Bisschop Boele. *Van de canon en de mug: een inventarisatie van inzichten rondom de cultureel niet-bezoeker*. Notitie in opdracht van het Ministerie van OCW, 2018.
- Eijk, Gwen van. "Klassenverschillen in Nederland: percepties, ontkenning en moraliteit." *Sociologie*, vol. 7, nr. 3, 2011, pag. 248-269.

- Friedman, Sam en Aaron Reeves. "From Aristocratic to Ordinary: Shifting Modes of Elite Distinction." *American Sociological Review*, vol. 85, 2020, pag. 323–350.
- Gerson, Kathleen en Ruth Horowitz. "Observation and Interviewing: Options and Choices in Qualitative Research". *Qualitative Research in Action*, geredigeerd door May, Tim. University of Sheffield, 2002, pag. 200-224.
- Gielen, Pascal et al. *De waarde van cultuur*. Socius, 2014.
- Gingrich, Oliver Mag et al. "Connections: Participatory art as a factor for social cohesion." Registratie van E.V.A. conferentie Londen, 6 juli t/m 9 juli 2020. Laatst geraadpleegd 01-05-2022.
www.scienceopen.com/hosted-document?doi=10.14236/ewic/EVA2020.35
- Goedhart, Maartje. "Op zoek naar een breder publiek." *De Staat van Cultuur 4*, Boekmanstichting, Cultuurindex Nederland editie 4, 2019, pag. 31-35.
- Haak, Marcel van den. "Esthetische omnivoren: Een vergelijking tussen hoog- en laagopgeleiden in het gebruik van esthetische repertoires." *Sociologie*, vol. 14, nr. 2/ 3, 2018, pag. 97-117.
- Hacking, Sue et al. "Evaluating the impact of participatory art projects for people with mental health needs." *Health and Social Care in the Community*, vol. 16, nr. 6, 2008, pag. 638–648.
- Harold, James. "Infected by Evil." *Philosophical Explorations*, vol. 8, nr. 2, 2005, pag. 173-187.
- Hermanowicz, Joseph C. "The Great Interview: 25 Strategies for Studying People in Bed." *Qualitative Sociology*, vol. 25, 2002, pp. 479-99.
- Hoogen, Quirijn van den. *Effectief Cultuurbeleid: Leren van evalueren*. Boekmanstichting, 2012.
- . "Over 'waarde' en 'waarderen' van de kunsten." *Boekman*, nr. 113, 2017, pag. 12-15.
- Jarness, Vegard. *Class, Status, Closure. The Petropolis and Cultural Life*. Proefschrift, University of Bergen, 24 mei 2013.
- . "Modes of consumption: From 'what' to 'how' in cultural stratification research." *Poetics*, nr. 53, 2015, blz. 65-79.
- Kermode, Frank. *Romantic Image*. Routledge, 1957.
- Kidd, David en Emanuele Castano. "Reading literary fiction improves Theory of Mind." *Science*, nr. 342, oktober 2013, pag. 377-380.
- Klamer, Arjo. "The lives of cultural goods." *Sublime economy: On the intersection of art and economics*. Geredigeerd door Amariglio, J. et al. Routledge, 2008, pag. 250–272.

- Komter, Aafke. *Solidariteit en de gift: sociale banden en sociale uitsluiting*. Amsterdam University Press, 2003.
- Koopman, Emy. *Reading suffering: an empirical inquiry into empathic and reflective responses to literary narratives*. Proefschrift. Erasmus Research Centre for Media, Communication and Culture, 2016.
- Kozinets, Robert. "Utopian Enterprise: Articulating the Meaning of Star Trek's Culture of Consumption." *Journal of Consumer Research*, nr. 28, 2001, pag. 67-89.
- "Kunst op Bezoek." *Kunst op de Koffie*. Laatst geraadpleegd 29-04-2022
_www.kunstopdekoffie.nl/kunstopbezoek
- Ligtenberg, Rudy en Kees-Jan Oskam. "Bezoek blijft achter in museum over watersnoodramp." *Reformatorisch Dagblad*, 2 mei 2022, pag. 4-5.
- Maas, Thed. "Gemeente trekt opnieuw portemonnee: 80.000 euro steun voor Vrijheidsmuseum." *De Gelderlander*, 8 februari 2022.
- Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. *Uitgangspunten cultuurbeleid 2021-2024*. Juni 2019.
- . *Cultuur in een open samenleving*. Maart 2018.
- "Missie en Visie." *Kunst op de Koffie*. Laatst geraadpleegd 29-04-2022.
www.kunstopdekoffie.nl/over-kodk/missie-visie
- Nagel, Ineke, et al. "The arts course CKV1 and cultural participation in the Netherlands." *Poetics*, nr. 38, 2010, pag. 365-385.
- Paiva, Lidiane en Gilberto Luiz. "Comprehending Vegan Identity Construction through Consumption: a qualitative Meta-Synthesis." *Consumer Behavior Review*, vol. 3, nr. 3, 2020, pag. 290-308.
- Pearce, Susan. "The urge to collect." *Interpreting Objects and Collections*, geredigeerd door Pearce, Susan. Routledge, 1994, pag. 157-159.
- Poissonnier et al. *Vijf edities Kunst op de Koffie*. Kunst op de Koffie, 2021.
- Redactie Economie. "Kabinet: Corona weer risico ondernemer." *Reformatorisch Dagblad*, 9 februari 2022, pag. 7.
- Saisselin, Rémy. "The transformation of art into culture: From Pascal to Diderot." *Studies on Voltaire and the Eighteenth Century*, geredigeerd door Besterman, T., Institute et Musée Voltaire, 1970.
- Self, David. *The Single Source of All Filth: The Jeremy Collier controversy*. Malvern, 2002.
- Spingarn, Joel. *A History of Literary Criticism in the Renaissance*, Columbia University Press, 1908.

- Scarpati, Dario. "The Democratic Museum. Accessibility as a Stimulus for Social Inclusion." *The Inclusive Museum. Challenges and Solutions, State of the Art and Perspectives*. Geredigeerd door Berding, Jorn en Matthias Gather. Fachhochschule Erfurt, 2018.
- "Schiedammers krijgen een Kunstlogé." *Stedelijk Museum Schiedam*. Laatst geraadpleegd 29-04-2022.
- www.stedelijkmuseumschiedam.nl/tentoonstelling/schiedammers-krijgen-een-kunstloge/
- Simon, Nina. *The Participatory Museum*. Museum 2.0, 2010.
- Spaaij, Zoë. "Nu het Stedelijk Museum Schiedam wordt verbouwd, logeert de collectie deels bij de mensen thuis." *De Volkskrant*, 6 januari 2021. Laatst geraadpleegd 29-04-2022.
- www.volkskrant.nl/cultuur-media/nu-het-stedelijk-museum-schiedam-wordt-verbouwd-logeert-de-collectie-deels-bij-de-mensen-thuis~b901cd91/?referrer=https%3A%2F%2Fwww.stedelijkmuseumschiedam.nl%2F
- "Spijkerkwartier Arnhem: van hoeren naar hip en happening." *Omroep Gld*, 19 januari 2016. Laatst geraadpleegd op 01-05-2022.
- www.gld.nl/nieuws/2104091/spijkerkwartier-arnhem-van-hoeren-naar-hip-en-happening
- Steenbergen, Renée. *Iets wat zoveel kost, is alles waard*. Uitgeverij Prometheus, 2002.
- Trienekens, Sandra. *Participatieve kunst: Gewoon kunst in moeilijke omstandigheden*. V2_Publishing, 2020.
- Truman, James. "John Foxe and the desires of Reformation martyrology." *English Literary History*, vol. 70, lentenummer, 2003, pag. 35-66.
- Throsby, David. "Determining the value of cultural goods: How much (or how little) does contingent valuation tell us?" *Journal of Cultural Economics*, nr. 27, 2003, pag. 275–285.
- Ticheler, Rozemarije. *De geefrelatie tussen beeldend kunstenaar en mecenas: de succesfactoren en bedreigingen in de geefrelatie tussen beeldend kunstenaars en mecenasen in de provincie Gelderland*. Masterscriptie Radboud Universiteit Nijmegen, 2015.
- Trigg, Andrew. "Veblen, Bourdieu, and Conspicuous Consumption." *Journal of Economic Issues*, vol. 35, nr. 1, maart 2001, pag. 99-115.
- Veblen, Thorstein. *The Theory of the Leisure Class*. Macmillan, 1899.
- Wiepking, Pamala en Beth Breeze. "Feeling poor, acting stingy: the effect of money perceptions on charitable giving." *Journal of Philanthropy and Marketing*, vol. 17, nr.

1, februari 2012, pag. 13-24.

Zijlstra, Halbe. *Meer dan kwaliteit: een nieuwe visie op cultuurbeleid*. Ministerie van OC&W, 10 juni 2011.

Appendix 1

Notulen n.a.v. telefoongesprek met artistiek leider KodK 1 juni 2021.

Doel telefoongesprek: een beeld krijgen van de geschiktheid van Kunst op de Koffie als casus. Ik noteer wat werd verteld, dit is vanzelfsprekend geparafraseerd.

KodK wil de ogen openen van mensen die niet bekend zijn met kunst en cultuur, zonder concessies te doen in kwaliteit. Alleen de manier *waarop* de kunst getoont wordt is anders [dan een museale setting e.d.], waardoor deze op een hele andere manier benaderd en ervaren kan worden. Omdat KodK zich zodoende een beetje op een grensgebied begeeft [werd niet toegespitst wat precies met grensgebied bedoeld werd], vallen ze ook een beetje buiten de boot in de Arnhemse kunstscene. Ze zijn “de vreemde eend in de bijt.” Volgens de artistiek leider is de “echte culturele elite” daarom meestal geen deelnemer aan KodK, noch als bewoners, noch als publiek.

Het gaat wel degelijk over inclusie, maar op een manier die het openbreken van de gesloten kunstwereld betekent. Hierbij is het grensgebied juist passend: zo wordt het normale artistieke kringetje dat zichzelf steeds ontmoet op openingen van exposities doorbroken. Zowel publiek als kunstenaars kan zo verder dan die beperkte definitie van “kunstwereld” kijken. Er gaat hier dus best wel een ideologische missie vanuit; kunst als verrijking voor je leven en als manier om verbindingen aan te gaan, en dit met anderen te delen.

Er is geen data over wie zich precies opgeeft als bewoner, of over de samenstelling van het publiek. Ik vroeg haar toen naar haar idee van wie zich opgeeft, en ze vertelde me dit: In ieder geval zijn het nieuwsgierige en sociale mensen het gewoon spannend en leuk vinden dat er zoiets bij hen in huis gebeurt. Ze zijn vaak wat beter bedeed, maar voor veel van hen is de kunstscene een ver-van-mijn-bedshow. Veel van de deelnemers kopen na afloop een kunstwerk.

De selectieronde is streng: dat je je huis opgeeft, betekent niet dat je meedoet. De kunstenaar staat centraal, wat betekent dat als er geen geschikt huis in de selectie bij zit ze actief op zoek gaan naar een huis waarvan de bewoners zich niet hebben opgegeven en die wel een goede match is.

Appendix 2

Interviewvragen

Het interview is als een omgekeerde piramide opgesteld. Eerst brede vragen over de ideeën over de waarde van kunst bij bewoners. Daarna meer toegespitste vragen over de mindset van waaruit respondenten zelf wel of geen kunst consumeren. Met deze informatie op zak worden vervolgens vragen over hun ervaring van de deelname aan KodK gesteld. Op deze manier kan daar scherper op doorgevraagd worden omdat al één en ander is uitgesproken over hun overtuigingen en gedrag m.b.t. kunst. Rijmt dit met wat zij over KodK vertellen, of juist niet? De vragen zijn in drie blokken opgesteld (blok 1: Belfiore & Bennet, vragen gebaseerd op de negatieve-, positieve- en autonome waardetraditie. Blok 2: Vergard Jarness, vragen gebaseerd op de vier modi van consumptie. Blok 3: algemene ervaring deelname). Deze kunnen echter omgedraaid worden als het interview daartoe aanleiding geeft.

Introductie... Voorstellen, vertellen waarom ik hier ben, wat we het komende uur gaan doen, toestemming vragen geluidsopname.

“Mag ik jullie dan vragen om je kort voor te stellen? Wie je bent, wat je doet, waar je vandaan komt?”

Blok 1: de waarde van kunst

- Kun je iets vertellen over je ervaring met kunst?
- Heb je zelf veel ervaring met kunst? (*Bijvoorbeeld als hobby, opleiding, baan etc.*)
- Hoe belangrijk vind je het dat kunst en cultuur bestaan?
- Waarom?
- Want wat vind je eigenlijk van kunst?
- Zou je jezelf omschrijven als kunstliefhebber?
- Zijn er bepaalde ervaringen die je gehad hebt waar dit uit blijkt/ die typerend zijn?
- Beleef je plezier aan kunst?
- Waarom?
- Is dat dan vooral aan het zelf maken of aan het kijken of ervaren?
- Moet kunst eigenlijk plezierig zijn? Waarom? Waarom niet?

- Hoe kijk je naar het idee dat kunst een functie kan hebben/ als middel gebruikt worden om een ander doel te bereiken?
Waarom (wel)? Wat voor doelen komen er dan bijvoorbeeld in je op?
 - Zijn er denk je positieve effecten die kunst kan hebben? Wat dan? Waaruit blijkt dat bijvoorbeeld? (*Bijvoorbeeld: goed voor je ontwikkeling, empathisch vermogen etc.*)Therapie (zowel het maken als het kijken)
Je emoties reinigen (je kunt even goed emoties voelen (zielige film = lekker huilen) waardoor je je daarna weer beter voelt en weer goed kunt functioneren)
Morele opvoeding (door naar dingen te kijken leer je ze dat je ze wel/ niet moet doen, papegaaien idee)
Empathie.
Het leven een stukje dragelijker maken
 - Zijn er volgens jou ook negatieve effecten die kunst kan hebben? Wat dan? Waaruit blijkt dat bijvoorbeeld?
(*Bijvoorbeeld: aanzetten tot ongewenst gedrag, afleiding van belangrijke dingen, etc.*)
 - Wat vind je van kunst die shockerend is? Bijvoorbeeld waar veel naakt of bloed, of racisme in voorkomt?Hoe kijk je aan tegen dat sommige kunst, vaak films bijvoorbeeld, een minimum leeftijd hebben?
Waarom (niet)? Hoe denk je dat kunst dan is of moet zijn?
- Waar moet een goed kunstwerk volgens jou aan voldoen?

Blok 2: modi van consumptie

- En als we het over smaak hebben: kun je kort omschrijven wat voor smaak jij hebt? Wat vindt je mooi, wat vindt je tof, waar wordt je blij van, wat vindt je afgrijselijk, waar snap je echt totaal niks van?
- En ga je daar ook wel eens heen?
- Waarom (niet)?
- Hoe ga je daar dan heen? Doe je dat dan bijvoorbeeld in je eentje, of juist liever met anderen? Met wie? Waarom?
- Praten jullie dan ook tijdens of daarna over wat je gezien hebt? Hoe?
Als "nee" Waarom niet?
- En je vertelde dat je smaak is, hoe zit dat überhaupt bij je vrienden/ familie/ naaste omgeving, vinden zij een beetje dezelfde dingen leuk als jij? Hoe vind je dat?

- Zijn er kunstenaars die je bewondert?
- Waarom?
- Ken je die ook persoonlijk? Hoe? Hoe ga je met hen om, bijv. vriendschappelijk, zakelijk?
- Ken je andere kunstenaars persoonlijk? Kun je die relatie misschien beschrijven? [zoals ‘ieder ander’ of ‘bijzonder’ om kunstenaarschap?]
- Je vertelt dat je wel eens naar het museum gaat/ ga je wel eens naar het museum?
Als “geen museumbezoek:” Vind je het fijn om context te hebben bij * concert, film, documentaire die respondent noemde bij “smaak”*, bijvoorbeeld dat je wat achtergrondinformatie krijgt? Waarom?
- Wat voor soort tentoonstellingen bezoek je dan zoal?
- Hoe vaak ga je denk je?
- En lees je dan de begeleidende tekstjes bij de kunstwerken? Waarom?
- Lees je ook wel eens recensies voordat je een tentoonstelling bezoekt? Waarom (wel of niet)?
Als “ja” Is dat wel eens doorslaggevend in of je een tentoonstelling wel of niet gaat bezoeken?
Als “nee” Waarom niet? (Vertrouw je hun opinie?)
- En ga je dan ook wel eens naar openingen van kunst tentoonstellingen, bijvoorbeeld van een musea, maar kan ook van een galerie of bijvoorbeeld Kunst op de Koffie?
- Waarom doe je dat (wel of niet)?
Als “ja” Praat je daar dan ook met kunstenaars/ galeriehouder/ curator etc.?
- Hoe vindt je het dan om met kunstprofessionals te praten?
- Lees je zelf wel eens over kunst?
“Als ja” waarom doe je dat dan? [Waar haal je plezier uit? Wat vindt je dan leerzaam?]
- Heb je ook wel eens een cursus over kunst gevolgd, of ga je wel eens naar lezingen over culturele onderwerpen, of zit je bijvoorbeeld in een boekenclub e.d.? Wat dan? Waarom doe dat?
- Hoe kijk je er tegen aan dat sommige kunstwerken of kunstuitingen als het ware hoger staan aangeschreven dan andere? (*Bijvoorbeeld de David van Michelangelo versus porseleinen hummeltjes, of kleinkunst theater versus cabaret*)
- Vind je zelf ook dat er zulke verschillen zijn? Waar zit hem dat dan in?
- Heb je wel eens kunst gekocht? Wat? Waar? Waarom?

- Is er een bepaalde kunstenaar waarvan je vindt dat diens werk goed past bij wie jij bent als persoon, of bij wat je wilt uitstralen? Heb je daar werk van gekocht/ wil je daar werk van kopen?
- Zijn er überhaupt bepaalde producten of merken waar je dit gevoel bij hebt?
Bijvoorbeeld: vind je het belangrijk een bepaald merk auto te rijden?

Blok: hoe deelnemers deelname hebben ervaren

“Nu wilde ik graag wat vragen stellen over je deelname aan KodK.”

- Wanneer heb je meegedaan aan Kunst op de Koffie? Eén keer of meerdere keren?
- Hoe heb je KodK leren kennen?
- Waarom ben je mee gaan doen? Hoe is dat gebeurd?
- Wat sprak je aan aan KodK? [bijv; sociale aspect, interessante kunst, ‘burengluren’]
- Waarom vond je het belangrijk mee te doen? Of leuk, of interessant?
- Wat waren je verwachtingen?
- Kwamen die uit? [licht toe?]
- Hoe heb je je deelname ervaren? Wat vond je leuk, wat niet leuk?
- Kun je iets vertellen over de kunstenaar en de kunst die bij je in huis te zien waren?
- Hoe vond je het om een kunstenaar over de vloer te hebben/ zo dicht bij kunst en de kunstenaar te zijn?
- Hoe was je contact met de kunstenaar? (Veel over de vloer, veel vrijheid, weinig contact, frictie etc.). Wat vond je daarvan?
- Voelde je je betrokken bij de kunst en de kunstenaar? Waarom?
- Wat vond je eigenlijk van de kunst bij je in huis?
- Is dat veranderd gedurende het evenement?
- Heb je het/ een kunstwerk uiteindelijk ook gekocht? Waarom?
- Heb je nog contact met de kunstenaar?
- Hoe vond je het om tijdens de expositie vreemde mensen (bezoekers) over de vloer te hebben? Heb je veel met ze gepraat? Waarom wel/ niet? Hebben jullie over kunst gepraat of over andere dingen?
- Heb je andere bewoners ontmoet die een kunstenaar over de vloer hadden? Hoe was dat?
- Zou je nog een keer meedoen? Waarom wel/ niet?
- Is er na je deelname iets veranderd aan hoe je over Kunst op de Koffie denkt?

- Ben je de kunstenaar die bij je in huis was gaan volgen? Qua nieuw werk, of exposities enzo?
- Ben je anders over *soort kunst die bij persoon in huis was* gaan denken?
- Waar komt dat door denk je?
- Ben je anders over beeldende kunst in het algemeen gaan denken?
- Waar komt dat door denk je?
- Heb je het gevoel dat je juist meer affiniteit met de kunstwereld hebt gekregen? Of juist minder?
- Waar komt dat door denk je?
- Heb je het gevoel dat je meer betrokken bent geraakt bij de kunstwereld?
- Hoe komt dat?
- Heb je het gevoel dat je beter mee kunt praten over kunst? Of juist niet? [praat je nog wel eens over kunst?]
- Waar merk je dat dan aan?
- Heb je het idee dat je zelf ook meer bezig bent met kunst sinds je deelname?
- Kun je daar een voorbeeld van noemen? [koop je meer/ kijk je meer/ denk je meer/ lees je meer/ maak je meer/ probeer je meer]
- Heb je het idee dat je er ook meer in verdiept? Lezen/ cursus/ docu kijken?
- Wat dan, waarom?
- En als we het over de 'soort' kunst hebben: heb je het gevoel dat je na je deelname andere dingen wel of juist niet waardeert? [Bijvoorbeeld ander medium/ discipline]
- Wat dan bijvoorbeeld?
- Waarom is dat denk je?

“Zijn er verder nog dingen die je graag wilt vertellen of vragen?”