

Verslag Plenair gedeelte : Pascal Gielen

1. Praktisch:

Naam: Publiek 'maken' – De macht van de bemiddelaar

Sprekers: Cultuursocioloog Pascal Gielen

Naam moderator: -

Naam verslaggever: Ellen Vandenbulcke – tapis plein vzw

2. Inhoudelijk:

Cultuursocioloog Pascal Gielen ging van start met de vaststelling dat hét publiek niet bestaat maar 'gemaakt' wordt door de bemiddelaar die keuzes maakt. Dit is de macht van de bemiddelaar.

De bijna obsessievolle aandacht van de laatste 20 - 30 jaar voor 'het publiek' komt voort uit de postmoderne filosofie die stelt dat de 'maker' niet de kunstenaar is maar de kijker : *art is in the eye of the beholder*, de auteur/kunstenaar is dood (M. Foucault). Deze *visitor turn* werd gretig opgepikt door beleidsmakers die een *evidence based policy* gingen hanteren: de organisatie van culturele activiteiten moest gelegitimeerd worden aan de hand van publiekscijfers en economische return.

De rol van de bemiddelaar is niet neutraal, hij heeft macht op verschillende niveaus:

- hij kiest wie of wat wordt verbonden, met wie hij netwerkt of in zee gaat
- hij is een gatekeeper die beslist welke kunstenaars worden getoond/niet
- hij geeft publiek actief vorm door *enrolment*, door het insceneren, in rol te zetten van het publiek
- hij heeft definitiemacht door te stellen 'dit is kunst en dat niet'

De macht van de bemiddelaar kan zich manifesteren via personen, instellingen, onderzoekers en methoden, media, artefacten en dramaturgie, en architectuur.

Er zijn vier gangbare opvattingen over 'het publiek' die heel vaak door elkaar worden gehaald in beleid en discours:

1. Idealistische visie:

Deze opvatting veronderstelt een publieke, democratische ruimte (Jurgen Habermas) waar debat mogelijk is (argumenten en tegenargumenten). Deze visie wordt vaak politiek gebruikt om participatiebeleid te verantwoorden.

2. Survey visie:

Manier van onderzoek doen waarbij het publiek gezien wordt als consument en hun mening wordt gevraagd maar zonder ruimte te laten voor

argumentatie. Onderzoekers 'gebruiken' het publiek en gaan in hun naam argumenteren, wat een 'politieke daad' is.

3. Sociologische visie:

In deze visie maak je van je publiek een lappendeken van sociale achtergronden en ga je uit van sociaal determinisme (Pierre Bourdieu & Dardel, l'Amour de l'art 1969). De culturele instellingen richten zich op een publiek dat een cultureel kapitaal op zak heeft en zijn machines van symbolisch geweld. Ze dringen een canon van de culturele elite op aan de rest van de samenleving.

4. Constructivistische visie:

Deze opvatting gaat uit van disposities: diepgewortelde gewoontes die verankerd zijn in het menselijk handelen maar die (tijdelijk) transformeerbaar zijn (Lahire, 2003). Hier komt de rol van de bemiddelaar in beeld : je kan het publiek ten dele maken, construeren.

Volgens Erving Goffman interpreteren we onze omgeving d.m.v. bepaalde kaders of frames. A.h.v. die kaders kunnen we aan werkelijkheidsbepaling doen en weten we hoe ons te gedragen in een bepaald kader. Door het publiek sleutels of keys aan te reiken, kunnen disposities getransformeerd worden. Keying kan zowel zorgen voor een complexiteitsreductie als -toename. Bijvoorbeeld het plaatsen van een bepaalde titel onder een kunstwerk kan het verduidelijken maar ook extra betekenislagen toevoegen met als gevolg dat je nooit meer hetzelfde naar een kunstwerk kan kijken als voorheen. Het publiek bestaat niet en wordt door keying gevormd.

Vier frames zijn belangrijk in de culturele sector:

1. Domestieke ruimte:

Dit is de ruimte waar het publiek voor de eerste keer gemaakt wordt. Het is de thuissituatie, een ruimte die relatief vrij is en waar je je redelijk complexloos durft bloot te geven, op je eigen ritme en met ruimte voor spel en trial & error. De relatie tussen cultuur en publiek is vrij(blijvend).

2. Peers of Gemeenschap:

Dit is de ruimte van de vrije tijd, vrij van politiek en economisch handelen, waar er tijd vrijgemaakt wordt om te leren en ruimte om dieper te graven: *time to dig deep* (Sennett). De relatie tussen cultuur en publiek is minder vrij(blijvend) doordat je er leert dat er legitieme smaken en hiërarchieën zijn. Dit is ook de ruimte voor culturele educatie.

3. Frame van de markt:

Dit is de ruimte waar geld in het geding komt waardoor een vervreemding van cultuur en culturele producten optreedt. Cultuur wordt inruilbaar, contextloos en anoniem. In deze marktverhouding kan je cultuur zonder verantwoording en argumentatie 'kopen'. Kwantiteit en kwantificeerbaarheid worden zo belangrijker dan kwaliteit. Het publiek heeft geen binding met cultuur, geld zorgt voor distantie.

4. Het civiele frame:

Dit is de ruimte van het publiek tonen en beargumenteren (Habermas). Het publiek wordt gedwongen zijn mening te geven en bij die argumentatie komen emoties kijken (agonie, Mouffe). Keuzes moeten verantwoord worden, cultuur wordt politiek en geeft vorm aan de samenleving. Je krijgt een gedeeld discours over cultuur (*commons*) – terwijl het tegelijk van niemand meer is.

De bemiddelaar heeft de macht om publiek in een bepaald frame te brengen door het aanreiken van bepaalde sleutels. Bijvoorbeeld door te kiezen om of een titel, of een prijskaartje of een leeg blad waar je iets op mag schrijven naast een kunstwerk te hangen.

Onderzoek is ook een vorm van keying, bijv. survey maakt publiek monddood (= frame van de markt) versus panelonderzoek & participerende observatie. Als bemiddelaar moet je instrumenten ontwikkelen waarbij het publiek ook gaat praten en argumenteren. Vandaag overheerst echter het marktframe als dominant kader. Alles wordt gekwantificeerd, het marktdenken dringt door in de culturele werking die geobsedeerd raakt door meetbaarheid. Kunst is echter onmaat, kunst doet net iets wat je niet kan meten. Maar ook erfgoed kan onmaat zijn, kan ons beeld op het heden doen kantelen. In onze samenleving verdwijnt de discussie, terwijl die net interessant is en dit ook de kern van democratie is. Democratie is onmaat (= minderheid) naar boven brengen, anders dan meerderheidsdemocratie wat neerkomt op stemmen. Bemiddelen is dus ruimte maken voor onmaat.