

Op weg naar een nieuwe relatie tussen de musicus en zijn publiek

Wij oudjes wij kunnen niet zingen
En ook niet meer dansen en swingen
Maar we doen ook wel mee
Op drums en djembé
Wie niet speelt die kan altijd nog zingen

Dit kleine gedichtje werd gemaakt door een van de deelnemers aan een creatieve muziekworkshop in een verzorgingshuis. In een aantal bijeenkomsten ontwierp een tiental oudere (soms zeer oude) deelnemers samen een muziekstuk dat aansloot bij hun dagelijks leven. Aan het eind van de workshopserie werd het resultaat uitgevoerd voor publiek. De workshops werden geleid door een professionele musicus die er voor zorgde dat elke deelnemer – ongeacht muzikale voorkennis – inbreng had in het eindproduct. En het eindproduct mocht er zijn: de deelnemers zagen het echt als ‘hun’ muziekstuk, ook omdat in het muziekstuk de persoonlijke ervaringen van de deelnemers het uitgangspunt waren.

Het is maar een voorbeeld van de nieuwe beroepspraktijken waarin professionele musici meer en meer terecht komen. De tijden zijn voorbij dat musici als vanzelfsprekend op een podium of in een leslokaal van de muziekschool aan het werk konden. Gesubsidieerde ensembles en podia staan onder druk en muziekscholen vallen om. Er wordt bezuinigd op overheidssubsidies voor cultuur, vooral op het platteland. Meer en meer wordt van professionele musici verwacht dat ze op zijn minst een deel van hun inkomsten uit ‘de markt’ halen. En de verwachting is niet dat die tendens teruggedraaid zal worden.

Het is even slikken voor sommige musici. En toegegeven, sommige bezuinigingen maken meer kapot dan strikt genomen nodig is. Maar laten we niet vergeten dat vele musici al heel lang ‘marktgericht’ werken. In de pop en de jazz – en ook in delen van de klassieke muziek – worden niet de gezelschappen maar de podia gesubsidieerd, en het vraagt behoorlijk wat ondernemerschap van musici om op die podia terecht te komen. En er zijn altijd musici geweest die geïnteresseerd zijn in muzikale praktijken die zich buiten de gesubsidieerde podia en de leslokalen afspelen. Ze zijn al lang actief in de vrije markt; maar ook in ziekenhuizen, in gevangenissen, in verzorgingshuizen, op straat, in de natuur. Onze professionele musici zijn nu al veel flexibeler dan sommige discussies doen vermoeden.

Niet voor niets begint de recente Cultuurverkenning 2014 van de Raad voor Cultuur met de constatering: “De culturele sector heeft de afgelopen jaren zijn kracht laten zien.” En zo is het. De angst voor een ‘culturele kaalslag’ (waarmee de culturele sector zelf ten tijde van de bezuinigingsdiscussies haar gelijk probeerde te halen) is voorlopig ongegrond. Maar de Raad voor Cultuur constateert ook dat we geen garanties voor de toekomst hebben, en dat er natuurlijk wel degelijk problemen zijn. Er is her en der sprake, zo schrijft hij, van ‘verborgen werkeloosheid en armoedige arbeidsomstandigheden’. En helemaal aan het eind van zijn verkenning constateert de Raad voor Cultuur dat vraag en aanbod in de kunsten steeds meer uit elkaar lopen. “De canonieke kunsten verliezen terrein. Vergrijzing treedt op en nieuw publiek haakt niet aan. Hier ligt een grote uitdaging.”

Inderdaad. Hoe gaan musici een nieuw publiek bereiken? De Raad voor Cultuur zelf focust op versterking van het ‘doelgroepen denken’. Musici, zegt de Raad, moeten zich realiseren dat het publiek “een optelsom is van veel verschillende groepen met eigen, zelfstandige kenmerken, veranderende samenstelling, voorkeuren en gedrag”. Ik denk zelf dat de Raad nog wel een stapje verder zou mogen gaan. Het marktgerichte model waarin productaanbieders hun product afstemmen op de wensen van een doelgroep is mij te amorf, en doet te weinig recht aan het feit dat individuen steeds minder deel uitmaken van één doelgroep, en ook steeds minder gezien willen worden als onderdeel van een doelgroep. Mensen willen erkend worden als individu, als muzikaal individu bijvoorbeeld. En de belangrijkste opdracht aan musici in deze tijd zou weleens kunnen zijn dat ze hun publiek steeds minder als doelgroep en steeds meer als mens gaan benaderen.

Dat vraagt van de musici in deze tijd een fundamentele omslag. Een omslag in het denken, over het publiek én over zichzelf. Het publiek is niet een doelgroep die bereikt moet worden met een op hen toegesneden muzikaal product; het publiek bestaat uit een verzameling individuen die aangesproken willen worden als individu. En de musicus is niet een product dat zichzelf in de markt zet, maar een aanbieder van een dienst: “Ik kan prachtig muziek maken; en als u mij vertelt hoe ik van betekenis zou kunnen zijn voor u, kunnen we elkaar ergens in het midden ontmoeten.”

Die omslag vraagt nogal wat van de musicus. Het vraagt, om te beginnen, zelfinzicht. Weten wie je bent, als musicus en als mens. Weten wat je kunt en wat je wilt. Weten hoe je van waarde kunt zijn voor anderen. Maar het vraagt ook het vermogen je in te leven in anderen, en het vermogen het oordeel uit te stellen. Ja, je geniet zelf van het spelen van Mozart of Thelonious Monk, en je wenst anderen diezelfde ervaring toe. Maar tegelijkertijd beseft je dat die ervaring van anderen misschien niet via Mozart of Monk verloopt maar via Marianne Weber. Je beseft dat de kracht van muziek niet gebonden is aan stijl, genre, speelniveau of locatie, maar dat muziek voor al die anderen op steeds weer verrassend andere manieren van betekenis is.

Die combinatie van zelfinzicht en empathie stelt je als musicus in staat jezelf op een geloofwaardige manier te wenden tot nieuw publiek. Nieuw publiek dat voor de musicus van groot belang is, maar ook, omgekeerd: nieuw publiek waarvoor die musicus van groot belang is. Nieuw publiek waarvan je als musicus niet vermoedde dat het op jou zat te wachten, maar waarbij je toch een snaar weet te raken – omdat je die snaar hebt weten te vinden.

Het klinkt misschien ietwat utopisch, maar ik voorspel dat dit meer en meer de realiteit van de beroepspraktijk van de musicus zal worden. De musici die het in de toekomst gaan redden zijn de flexibele, wendbare, zelfverzekerde en empathische musici die kansen zien op al die plekken waar muziek, op wat voor manier dan ook, een rol speelt in het leven van mensen. Musici die weten hoe ze van betekenis kunnen zijn voor anderen, niet alleen omdat ze een prachtig ‘product’ leveren, maar ook omdat dat product is toegesneden op de individuen voor wie dat ‘product’ is bedoeld.

Zoals gezegd: de voorbeelden zijn er al lang. Het is aan de opleidingsinstituten voor professionele musici – waaronder mijn eigen Prins Claus Conservatorium – om er voor te zorgen dat ze musici opleiden die niet louter hoger, sneller, harder en mooier hebben leren spelen, maar die ook geleerd hebben zich te bekommeren om de mensen voor wie ze het allemaal doen. Om die eindeloos gevarieerde verzameling van muzikale individuen die we gemakshalve maar aanduiden met dat ene woord: het publiek.

Als dat lukt, zal dat publiek ook steeds meer beamen wat een van de deelnemers aan de creatieve muziekworkshops in verzorgingshuizen waarmee dit stuk begon na afloop zei: “Ik heb in maanden niet zo’n mooie dag gehad!”

Evert Bisschop Boele

Dr. Evert Bisschop Boele is lector ‘New Audiences’ bij het lectoraat Lifelong Learning in Music van het Prins Claus Conservatorium.