

## ZIJN WIJ PUBLIEK(EN)?

BEING PUBLIC: HOW ART CREATES  
THE PUBLIC

Jeroen Boomgaard, Rogier Brom (red.)

Valiz, Amsterdam 2017  
ISBN 978-94-92095-28-2  
www.valiz.nl

*Door Nynke Feenstra*

*Being Public.* Door de verscheidene interpretatiemogelijkheden zet de titel van deze onlangs verschenen publicatie gelijk aan tot nadenken. Ik ben onderdeel van een publiek maar er kunnen verschillende typen publiek afkomen op een tentoonstelling of kunstwerk. Kunst kan voor iedereen toegankelijk (publiek) zijn, maar ook privé. En, denkend aan wat er online allemaal zichtbaar is, wat is tegenwoordig de scheidslijn tussen publiek en privé? De publicatie – een essaybundel onder redactie van Jeroen Boomgaard en Rogier Brom (red.) – onderzoekt de relatie tussen kunst en publiek en/of de publieke ruimte. De bundel is geen zoektocht naar definities maar stelt vragen bij gekozen benaderingen in de hedendaagse kunstpraktijk om grip te krijgen op deze dynamische begrippen die vaak als vanzelfsprekend worden beschouwd.

*Being Public* be vraagt het hybride veld dat Boomgaard en Brom zien ontstaan, waar de publieke ruimte zich vermengt met de ruimte van en rondom een kunstwerk. Tegelijkertijd lijken grenzen te vervagen tussen wat publiek is en wat privé. Het boek concentreert zich op de complexe relatie tussen kunst en publiek in deze hybride omgeving. Kunst is geen statisch gegeven in een afgebakende ruimte, maar een manifestatie die enerzijds oncontroleerbaar is doordat zij wordt gedefinieerd door de context en (de verwachtingen en reacties van) het publiek. Anderzijds dwingt kunst door haar intrinsieke eigenschappen ook een bepaalde plek en een bepaald publiek af.

Het boek is opgedeeld in drie thema's: *art and its public*; *the personal, the public and the political*; en *public behaviour and public domain*. Daarnaast komen ook twee andere onderwerpen sterk naar voren. Allereerst het onderscheid tussen fysieke en non-fysieke deelname van het publiek. Brom benadert in zijn essay het publiek als een performatief concept: als een gemeenschap, een tijdelijke verbinding die wordt geactiveerd in relatie tot een geheel. Deze cohesie kan worden gecreëerd door een fysieke plek, zoals het bezoeken van eenzelfde tentoonstelling in het museum. Maar zoals Boomgaard en Maaïke Lauwaert stellen, ontstaat het publiek tegenwoordig ook in de virtuele wereld. Social media zijn belangrijke spelers geworden in het aantrekken en betrekken van een groot (internationaal) publiek bij kunst, zowel door actieve als passieve online participatie. Bijvoorbeeld het zelf online samenstellen van een museale collectie of het volgen van een galerie op Facebook.

Dit doet denken aan een andere niet-fysieke vorm van deelname aan kunst: de mentale interactie met een kunstwerk. Kunstenaar Gabriel Lester reflecteert in zijn essay op de specifieke benadering die hij kiest voor werk dat in de publieke ruimte komt te staan. Waar hij normaliter in zijn werk de onzichtbare (mentale) verbeelding van de bezoeker wil activeren, probeert hij bij werk in de publieke ruimte veel meer in te spelen op het zichtbaar (fysiek) activeren van de toeschouwer. In hoeverre dit lukt is natuurlijk altijd de vraag, maar duidelijk wordt wel dat net als in het publiek, ook in het kunstwerk beheersbare en onbeheersbare elementen zitten.

Een tweede thema dat in de publicatie niet als zodanig wordt gepresenteerd maar duidelijk naar voren komt is de wijze waarop de media interacteren met en van invloed zijn op het publiek. Tegenwoordig spelen zowel de geijkte media, als online kanalen een invloedrijke rol in de ervaring van het publiek. Maar de mate van media-aandacht bepaalt ook voor een groot deel het type publiek en de omvang ervan. Het boek plaatst een kritische noot bij de hedendaagse tendens waarin het succes van een kunstwerk of tentoonstelling wordt afgemeten aan de bezoekersaantallen.

Al met al is *Being Public* een prettige mix van theorie, voorbeelden en praktijkervaringen. Maar hoewel de essays op zichzelf staan en de onderlinge link duidelijk is, miste ik toch een rode draad. De kleine tekstuele maar grote inhoudelijke verschillen tussen een publiek en het publieke zorgden tijdens het lezen soms voor verwarring. Ondanks dat de beknopte inleiding de drie overkoepelende thema's introduceert, had een toelichting op deze thema's voor meer samenhang kunnen zorgen. Daarnaast wordt zowel in de inleiding als in de essays regelmatig het werk van filosoof Jacques Rancière aangehaald. Een korte toelichting op (de relevantie van) zijn werk zou voor lezers onbekend met zijn denkwijze zeer welkom zijn.

Afgezien van deze kanttekeningen nodigt de publicatie uit tot nadenken over het publiek(e). Een begrip waar – zoals ook benoemd door de redacteurs – vaak te snel aan voorbij wordt gegaan. Al lezende zag ik een web van factoren ontstaan die van invloed zijn op een publiek. Inzicht krijgen in deze factoren helpt mij als onderzoeker kritisch na te denken over hoe een publiek zich vormt en hoe een museum deze bij haar activiteiten kan betrekken. De uitdaging die ik daarbij zie is om het onbeheersbare van het publiek beheersbaar te maken.

---

*Nynke Feenstra schrijft een proefschrift aan de Universiteit Leiden over inclusieve musea en adviseert musea op het gebied van toegankelijkheid voor mensen met een beperking.*