

2009

Regionair [behorend tot een bepaald gebied]

Enkele jaren geleden bezocht ik de Schotse steden Edinburgh en Glasgow. Als toerist koop je dan doorgaans bij de eerste de beste kiosk op het vliegveld een *Time Out Magazine* of een vergelijkbare gids. Zo'n handleiding is reuzenhandig in het openleggen van een stad. Goede achtergrondartikelen, een uitgebreide culturele agenda, interviews met kunstenaars en musici, en een overzicht van clubs, restaurants en winkels, bieden je niet alleen een eerste kennismaking met de stad, maar bepalen ook de agenda van je verblijf. Tot mijn verbazing, maar ook tot mijn genoegen, ontdekte ik al snel dat beide steden er alles aan doen zich gezamenlijk te profileren. Die dubbele culturele agenda had tot gevolg dat mijn vrouw en ik met grote regelmaat op en neer pendelden tussen het oude, klassieke Edinburgh en het rauwe, hippe Glasgow.

Tijdens de treinreisjes werd ik al snel bevangen door een regionale ervaring. Na enkele dagen stapten we ook onderweg uit en kreeg de klassieke stedentrip het karakter van een heuse ontdekkingstocht door een regio, waarvan ik het bestaan nooit had vermoed. Zonder regionale afstemming, of liever, zonder een regionale culturele agenda, zou mijn kennismaking met de Schotland beduidend armoediger zijn geweest.

Sindsdien ben ik geobsedeerd door het visioen van een meerstedelijke culturele programmering. Op de zuidelijke vleugel van de Randstad heeft de lijn Den Haag-Rotterdam-Dordrecht de potentie van een krachtige culturele metropool. Het Latijnse woord *regio* betekent immers allereerst *lijn of richting*. Het zelfstandige naamwoord regio is een afgeleide van het werkwoord *regere*, dat *richten of regeren* betekent. Met andere woorden, achter onze notie van regio gaat niet alleen een stedenlijn schuil, maar ook de noodzaak van africhting of afstemming. Zonder afstemming bestaat er helemaal geen regio.

Rotterdam en Den Haag, en natuurlijk ook Dordrecht, beschikken over een bijzondere culturele infrastructuur, met eigen ingrediënten, accenten, en historisch gegroeide verbanden en netwerken. Rotterdam blinkt uit in architectuur, in *urban culture* en *street art*; Den Haag is de popstad, kent de beste Hindi en Bollywoodfeesten en heeft met Stroom een boeiend laboratorium voor de autonome kunst; de beste boekenmarkt vind je in Dordrecht, alwaar ook een van de oudste kunstenaarsassociaties van Nederland is gehuisvest: Pictura. Het aantal gezamenlijke hoogtepunten is bijna oneindig en ik zal u hier niet vermoeien met een lange opsomming. Zo'n collectieve agenda zou de culturele rijkdom van de zuidvleugel heel treffend kunnen tonen. De afstand tussen Edinburgh en Glasgow is groter dan die tussen Den Haag en Dordrecht, maar in tegenstelling tot in Schotland ontbreekt hier iedere droom van een gedeelde culturele agenda.

Voordat echter sprake kan zijn van een mogelijke afstemming, is het belangrijk dat we de meerwaarde van meerstedelijke programmering gaan *zien*. Dat kan bijvoorbeeld door het gezamenlijk uitgeven van een variant van de *Time Out Magazine*. Steden zijn verwickeld in een wanhopige en armoedige concurrentieslag. Die *battle* verhindert hen meer diepte-investeringen te doen en sterke aspecten van hun culturele infrastructuur uit te bouwen, omdat het culturele budget van de afzonderlijke steden nu eenmaal wordt gegijzeld door breedte-investeringen: door verwoede pogingen alles in de stad aan te bieden. Verwatering en kwaliteitsverlies worden daarbij op de koop toe genomen. Maak liever keuzes in het aanbod op basis van onderlinge afstemming en haal je kracht en zelfvertrouwen uit het gezamenlijke aanbod. Maar zover is het nog lang niet.

Zo'n tijdschrift of gezamenlijke culturele agenda vervult ook andere, onverwachte functies. Stedelijke culturele agenda's zijn doorgaans sterk gesegregeerd, dat wil zeggen, Hindi-

loungefeestjes, *urban* talentenjachten, Arabische filmfestivals, maar ook discussieavonden in Pictura of literaire soirees van letterkundige genootschappen trekken hun bezoekers veelal met eigen media uit de intieme eigen kring. Door ze in de grotere openbaarheid van het magazine te brengen, achtergronden te belichten en culturele contexten te verkennen, worden ook nieuwe, potentieel geïnteresseerde cultuurminnaars aangespoord zo'n locatie of gebeurtenis te bezoeken. Mensen zullen zich verbazen over de variatie van het aanbod in de regio. En misschien, laten we hoopvol zijn, zal het courante beeld van het culturele aanbod kantelen en zullen kunst en cultuur nieuwe uitdagingen worden geboden.

Ook kan collectieve programmering de mythe van de stedelijke identiteit doorprikken. Dure programma's van citybranding – alle steden en dorpen maken zich er vandaag schuldig aan – beogen de identiteit van een stad in beeld te brengen. Maar wat is eigenlijk identiteit? In de Nederlandse taal worden sinds 1824 eenzelligheid en gelijkvormigheid als betekenissen opgevoerd. Maar hedendaagse steden zijn juist dynamisch, veranderen in sociaal en etnisch opzicht ingrijpend van karakter, en hebben juist behoefte aan interactie en interesse, aan nieuwe stadsverhalen, aan mogelijkheden zichzelf opnieuw uit te vinden. Hoe eenzellig of gelijkvormig willen we vandaag zijn? Niet identiteit, maar nieuwsgierigheid, interesse en het vermogen een nieuwe verhouding met de wereld aan te gaan, zouden de springveer van cultureel beleid moeten zijn.

Citybranding, als identiteitsformule, heeft er paradoxaal genoeg toe geleid dat steden steeds eenvormiger zijn geworden. Niet alleen lijkt het winkelaanbod steeds meer inwisselbaar, ook de renovatie van oude dorpskernen lijkt te worden gedomineerd door dezelfde plannen, bedrijven, bouwmaterialen en verkeersoplossingen. Elk stadje heeft een theater waar dezelfde cabaretvoorstelling wordt opgevoerd en op iedere rotonde prijkt voortaan een openbaar kunstwerk. Dus opnieuw, zijn het niet juist de verschillen die onze nieuwsgierigheid prikkelen en interesse bij ons aanwakkeren? We willen geen reis naar plaatsen waar we al geweest zijn, we zijn culturele avonturiers en snakken ernaar ons als geïnteresseerde wezens te ontplooien. Het zichtbaar maken van een gezamenlijke programmering zou ons al heel wat bewuster maken van de eenzelligheid en gelijkvormigheid die ons bedreigen.

Toen het Kunstgebouw me vroeg een column uit te spreken over Regionale Samenwerking dacht ik: wat oubollig – dat zoiets nog bestaat. Maar hoe langer ik erover nadenk, hoe geruststellender de gedachte zich nestelt in mijn hoofd. De regio zou wel eens een aantrekkelijk alternatief kunnen zijn voor het doodlopende spoor van citybranding. Zoals burgers weer moeten leren zich te verhouden tot anderen, zo zullen steden weer moeten leren zich te verhouden tot andere steden. In dat kennismakingsproces dienen we ons niet over te geven aan de Hollandse lulligheid van kaasmarkten, molens, dialecten en klederdrachten. Want dat zou de noties van citybranding en identiteit alleen maar verplaatsen van de stad naar de regio. Nee, de regio moet opnieuw worden ontworpen. En kunst en cultuur moeten daarbij het voortouw nemen. Ik heb al een voorlopige werktitel: *Time Out Waterweg*.