

# STRIJD

**‘We’ wonnen in mei het Eurovisie Songfestival. Goed voor ons saamhorigheidsgevoel, zoals de prestaties van Ajax dat dit jaar waren en zoals internationale sportprestaties dat vaak zijn. Zoals internationale erkenning van cultuurproducten goed is voor het imago en het zelfbeeld van een land. Felicitaties daarom ook hier aan Duncan Laurence en zijn team, aan AvroTros, aan Cornald Maas en aan songfestival-minnend Nederland.**

Door Erwin Angad-Gaur Illustratie: Robert Swart

Uiteraard is in ons land saamhorigheid van korte duur; al spoedig brak de strijd uit over welke stad volgend jaar gastheer zal mogen zijn van het evenement. Ook ik volgde met meer dan gebruikelijke belangstelling de aanloop en nasleep van het Songfestival dit jaar. ‘We’ konden gaan winnen tenslotte. De bookmakers gaven ‘ons’ steeds hogere kansen. En de discussies waren daardoor feller dan gebruikelijk. De discussie of een Songfestival in Israël georganiseerd mocht worden werd door sommigen fel gevoerd. Ook was er de gebruikelijke discussie over de vraag of cultuur zich leent voor een wedstrijd.

3voor12-journalist Atze de Vrieze voerde op Twitter de discussie: “Je hoort wel eens mensen geïrriteerd uitroepen: muziek is geen wedstrijd. Onzin natuurlijk. Muziek is altijd een wedstrijd geweest.” De antwoorden liepen uiteen. Pim van de Werken antwoordde: “Een groot gedeelte van de muziekindustrie is wel een wedstrijd. Een paarderace om precies te zijn. De artiesten zijn de paarden.” Tom van

**‘MEER NOG DAN IN ANDERE CULTURELE SECTOREN, MOETEN MUSICI, UIT DE AARD VAN HUN VAK, SAMENWERKEN’**

Beek relativeerde: “Muziek zelf niet. Succes wel.”

## CONCURRENTIESTRIJD

Zoals ik ook in mijn vorige *Reflecties* bedoelde weer te geven: uiteraard is er een strijd binnen de muziek, een strijd waarin iedereen zijn eigen verantwoordelijkheid heeft. Los van morele zwart-wituitdrukkingen en duidingen en los van de door de jaren heen verschillende uitingen ervan, is het een strijd op vele fronten. De artistieke strijd om het ‘smaakoordeel’ bijvoorbeeld. Door vele sociologen beschreven: in de culturele markt heerst altijd ‘smaakonzekerheid’, omdat elke culturele wereld zich ontwikkelt. Welke ontwikkelingen succesvol zullen zijn en welke niet, is onderdeel van een dagelijkse ‘strijd’.

Ook is er de simpele strijd om prominentie: zoals kunsteconoom en beeldend kunstenaar Hans Abbing ooit beschreef (in *Een Economie van de Kunsten*): ‘Er is nu eenmaal een beperkte ‘sterrencapaciteit.’ ‘Het publiek kan maar een beperkt aantal sterren

aan. (...) Als ik persoonlijk enthousiast ben over het werk van een volstrekt onbekende collega, zal dit hem geen roem of rijkdom brengen. Wat hij nodig heeft is een door meerdere mensen ervaren en tegelijk beleden bewondering. Het mogen verschillende groepen zijn die onderling weinig van elkaar weten (...) maar een groep ‘bewonderaars’ is noodzakelijk. Bewonderen kost tijd en energie. Daardoor is het aantal plaatsen aan de top in de kunsten (...) beperkt, hoewel het in de tijd en per richting kan variëren. (...) De concurrentiestrijd die hieruit voortvloeit kunnen we overal om ons heen, en vooral via de media, waarnemen. Deze strijd wordt soms met een lokaas aangewakkerd en gebruikt voor de publiciteitsdoeleinden van anderen.’ (Met het laatste doelt Abbing op adverteerders en organisatoren van prijzen en talentenshows, de AKO Literatuurprijs, maar ook, vertaald naar het nu en naar de muziek, op de John de Mollen van deze wereld, op *X Factor*, *The Voice of Holland* en *Idols*, op het Songfestival misschien ook, of op bijvoorbeeld de YouTube’s en de Facebooks en andere media, die graag zonder, of tegen een zo laag mogelijke vergoeding, van het werk van auteurs en artiesten willen blijven profiteren.)

Toch is de muziek bijzonder: meer



nog dan in andere culturele sectoren, anders dan bijvoorbeeld schrijvers of beeldend kunstenaars, moeten musici, uit de aard van hun vak, samenwerken. Met elkaar op het podium en in de studio, met de media en producenten, met wie zij zowel een partnership hebben als een wezenlijk verschil in belang. Een verschil in belang in de verdeling van opbrengsten, maar

soms ook door het nastreven van verschillende doelen, met verschillende prioriteiten. De wereld is niet eendimensionaal en de muziekwereld al zeker niet. Een louter economische neoliberale kijk op de muziekwereld is te smal. De liefde voor de muziek zelf verbindt evenzeer als de economische, sociale en de eigen artistieke belangen verdelen. We kunnen en willen niet

zonder elkaar, maar zonder onnodig te romantiseren. Verschil in belang bestaat, de strijd tussen belangen, binnen Sena, binnen Buma, tussen genres, tussen verschillende stromingen, binnen de media, aan de onderhandelingstafel en zelfs op hetzelfde podium, zal altijd bestaan. De samenwerking ook. Om de muziek zelf. Want dat blijft wat ons verbindt.