

2006

Hoe nieuw is 'Urban'?

Interview met Siebe Thissen voor het tijdschrift voor beeldmakers Credits (#1 2006), door Lies Holtrop.

Urban culture laat zien dat onze traditionele opvatting van 'nieuw' volledig achterhaald is, aldus de historicus en filosoof Siebe Thissen. Hij is hoofd kunst en openbare ruimte bij het Centrum Beeldende Kunst in Rotterdam, een stad waar interculturele vernieuwing overal zichtbaar en vooral hoorbaar is.

Voor het eerst wonen er wereldwijd meer mensen in de stad dan op het platteland. Al die mensen nemen hun eigen culturele bagage mee, waardoor de stedelijke cultuur verandert. Dat heeft ook de opvattingen over 'nieuw' veranderd. Nieuw is niet meer per definitie beter. Thissen: 'Die verticale opvatting is een afgelopen zaak. Volslagen onzin. Nieuw is tegenwoordig veel meer een horizontale lijn, alles bestaat naast en door elkaar heen. In urban culture zie je allerlei kruisbestuivingen, fusies en cross-overs, waardoor combinaties ontstaan waarvan wij dachten dat die niet bestonden. Vooral in de muziek zie je heel veel nieuwe dingen gebeuren. Denk bijvoorbeeld aan Desi & Bhangra, Indiase muziek geënt op hiphop die is overgewaaid uit Londen. Dat klinkt waanzinnig nieuw voor ons, terwijl bhangra eigenlijk eeuwenoud is. Een ander voorbeeld vind je in T.O.K., een Jamaicaanse band. Hun grootouders kunnen die nummers waarschijnlijk gewoon meezingen, omdat het vaak bewerkingen zijn van traditionele calypso-songs.

'Nieuw = beter is achterhaald, maar het verlangen naar beter zal wel altijd blijven bestaan. Het verschil is, dat beter niet per se nieuw hoeft te zijn. Nieuw kan ook zijn dat je allerlei elementen uit voorafgaande perioden opnieuw bewerkt.'

Die extreme vernieuwing zie je vooral in de muziek, niet in de beeldende kunst, zegt Thissen: 'Er is maar heel weinig nieuw in de kunst. Wat je wel ziet, is dat de kunst enorm verbreed wordt door de interculturele ontwikkelingen in de stad. De straatcultuur dringt erin door, en daardoor wordt het kunstdiscours onderuit gehaald. We worden overspoeld door engelstalige begrippen zoals *public art* en *urban culture*, omdat onze eigen begrippen niet meer toereikend zijn. Je ziet dat ons hele kunstbegrip daardoor onder druk komt te staan.'

Binnen urban culture bestaat ook een heel andere opvatting over underground, mainstream en commercie. Thissen: 'De term underground verwijst naar de verticale opvatting van nieuw. Er is volgens mij geen trend te vinden in de urban culture die underground wil zijn. Urban heeft vanaf het begin mainstream willen zijn – het spannende is, dat die mainstream nog niet geformaliseerd is en je dus nog niet weet hoe die er uit gaat zien. In tegenstelling tot underground, zie je dat urban een commerciële wereld is. Mensen willen zo snel mogelijk doordringen tot het hart van de stad, geld verdienen en sponsors aan zich binden. En die

sponsors hebben een soort beschavend effect, want ze weigeren artiesten te steunen die homofob of antivrouw zijn. Dingen als vrouwenmishandeling vind je juist terug in de zogeheten underground van urban culture. Dat is een omkering van ons oude begrip underground, dat stond voor alles wat goed en vooruitstrevend was, terwijl mainstream stond voor alles wat fout was. Wij hadden vroeger de neiging sponsoring als slecht te beschouwen, maar dat is nu heel anders geworden.'