

Hoe kan klinkend erfgoed weer verbinden?

Een verslag van Ada Boerma

Het festival Klinkend Erfgoed in Maastricht werd op 31 augustus in de Bonbonnière geopend met een symposium: Hoe kan klinkend erfgoed weer verbinden? Dit symposium begon met muziek om ons er aan te herinneren dat alles bij Klinkend Erfgoed in de eerste plaats om muziek draait. De 15-jarige beiaardier in opleiding Elien van den Broek stal direct de show met haar enthousiasme voor de beiaard en de bespeling van het rijdende carillon.

Opening

Daarop ging de burgemeester van Maastricht, mevrouw Penn-te Strake, in een korte toespraak uitgebreid in op het historische karakter van Maastricht als stad met vele monumenten, kerken en torens. Zij wees erop dat de functieverandering van een monumentaal gebouw een monument weer een toekomst kan geven. Zo was de Bonbonnière, het vroegere theater van Maastricht, ooit gebouwd als kerk. Vervolgens is het een theater geworden en nu vervult de Bonbonnière een belangrijke functie als evenementen- en vergaderlocatie in de binnenstad van Maastricht. Carillons en torenklokken hebben in het leven van de Maastrichtenaren altijd een belangrijke rol gespeeld. Als in Maastricht de grootste klok, de Grameer (dus de grandmère, de grootmoeder, uit 1515) luidt, gaan alle ramen open. Mevrouw Penn vindt het een voorrecht te mogen werken in een stadhuis met een eigen carillon.

De keynote van het symposium werd vervolgens gehouden door Luc Rombouts:

Het nieuwe nut van oude klokken

Klinkend erfgoed, torenklokken en carillons staan in de openbare ruimte. In tegenstelling tot het verleden hebben ze tegenwoordig vrijwel geen functie, geen 'nut' meer. Rombouts illustreert de rol van de klok in het verleden aan de hand van het verhaal uit de roman Gargantua van François Rabelais. Op een dag heeft Gargantua, die in Parijs woont, belletjes nodig om aan zijn paard te hangen en met dat doel steelt hij de luidklokken van de Notre Dame. Zodra Parijs zijn klokken kwijt is, raakt het openbare leven in de stad helemaal ontregeld. De professor, die probeert de klokken weer terug te krijgen, spreekt de reus toe met de volgende argumenten: 'Een stad zonder klokken is als een blinde zonder stok, als een ezel zonder staatriem, als een koe zonder bel.' De reus moet erg onder de indruk geraakt, want Parijs krijgt zijn klokken terug. Het verhaal van Rabelais illustreert de onvervangbaarheid van luidklokken in de samenleving van vijf eeuwen terug, toen stadsbesturen, ambachtsgilden en kerkbesturen ze gebruikten als boodschappers van hun autoriteit. De luidklok communiceerde letterlijk en figuurlijk top-down; ze was: "His Master's voice". Daar waar in het verleden de functie van de torenklok onmisbaar was, is in de 21-ste eeuw de enige redding voor het behoud van de torenklok de erkenning als cultureel erfgoed.

Waarom moeten klokken behouden worden? Volgens Rombouts is juist de klank van de klokken cultureel erfgoed, en het waard om in stand gehouden te worden omwille van zijn bijzondere sonische eigenschappen, zijn relatie met de menselijke geschiedenis en zijn capaciteit om reliëf te geven aan tijd en ruimte. Op welke manier kan de klokkenklank

geborgd blijven als Klinkend Erfgoed? De klokkenklank heeft zich in het verleden steeds aangepast aan de behoeften van de eigen tijd en doet dat ook nu nog, namelijk aan onze behoefte aan gemeenschappelijkheid. Als voorbeeld noemt Rombouts de verbondenheid in België toen de Rode Duivels het tot een derde plaats schopten tijdens het WK voetbal. De klokkenklank is in wezen neutraal en krijgt betekenis door de context waarbinnen ze wordt ingezet. Dit betekent dat een (lokale) gemeenschap nieuwe collectieve gebeurtenissen of momenten kan kiezen om daar de klank van de torenklokken aan te verbinden: de wekelijkse markt, de aankondiging van het weekend, de overwinning van de plaatselijke sportclub en zo voorts. Zo ontstaan nieuwe rituelen, een “invented tradition”. Naar dit nieuwe verbinden van de klokkenklank zal niet lukken zonder bijkomende acties op lokaal niveau.

Rombouts doet een viertal aanbevelingen:

1. Leg de boodschap van de klok uit in begeleidende communicaties. Indien de klokken luiden om de wekelijkse markt in te leiden, communiceer dat dan ook vooraf. Indien de klokken in uw dorp luiden om een sterfgeval aan te kondigen, maak dan een twitter-account aan waarop de parochianen de naam van de overledene kunnen lezen. Als volgend jaar de klokken zullen luiden omdat Tom Dumoulin op de Alpe d'Huez de gele trui pakt, leg het dan uit op Facebook!
2. Geef klokken weer een naam. Vroeger hadden alle klokken een naam. Je respecteert iets of iemand pas wanneer je er een naam aan geeft. Wie van kent de klokken in zijn buurt bij naam? Ga ernaar op zoek en noem ze weer bij hun naam of zorg dat ze weer een naam krijgen.
3. Laat de klokken niet enkel horen, maar laat ze ook zien en voelen. De eenvoudigste manier om dit te realiseren is de klok aan het publiek te tonen. Gebruik daarvoor klokken met een onherstelbare barst, zoals de Liberty Bell in Philadelphia, of met een hoek af, zoals de Tsar Kolokol op het Kremlin in Moskou. Er zijn ook andere mogelijkheden om klokken te laten zien of voelen, zoals open-torendagen, een infobord met foto's onderaan de kerk, een QR-code met een link naar een filmpje, een replica van een klok op de begane grond. En waarom zou het luiden van klokken niet visueel kunnen worden weergegeven via livestreaming? Het zelf luiden van klokken is de ultieme manier om de betrokkenheid te verhogen: de klokkenluider wordt zelf de schepper van de klokkenklank.
4. Als klokken zijn verdwenen, breng ze dan weer tot leven. Aan de Dom van Keulen herinnert een plaat aan de beroemde Kaiserglocke, ooit de grootste klok van Europa, die in 1918 aan de oorlogsindustrie werd geofferd. In een Normandisch dorpje herinnert een plaat aan het klokluiden op D-Day in juni 1944. Uit deze en andere voorbeelden blijkt dat verhalen over oorlog, diefstal of verwoesting de lokale bevolking kunnen verbinden met het eigen cultureel erfgoed. Zo worden lokale klokken getransformeerd van “His Master’s voice” tot “the people’s voice”.

De toon van Het Klokhuis door Loes Wormmeester

In een interview door Edwin Rutte lichtte Loes Wormmeester vervolgens een tipje van de sluier op over het succes van Het Klokhuis, het NTR Jeugd programma bij de publieke omroep. Mevrouw Wormmeester houdt zich al jaren bezig met het maken van radio- en televisie programma's. Zij ziet televisie voor de jeugd als een werkveld waarmee belangrijke

boodschappen overgebracht en met een nieuwe generatie gedeeld kunnen worden. Zij gelooft in de kracht van het medium, maar constateert wel een verschuiving. Uit onderzoek blijkt dat de traditionele televisie steeds meer vervangen wordt door beeldschermen die via het internet overal en altijd aanwezig zijn. Het gebruik van Instagram en YouTube heeft een enorme vlucht genomen. In augustus 2018 heeft een internetbericht van Klokhuis via Instagram een gemiddeld bereik van 42.000.

De uitdaging voor Klokhuis is nu: hoe krijg je het jeugdige publiek geïnteresseerd in moeilijke onderwerpen en hoe ga je om met het gebruik van de nieuwe media? Een belangrijk uitgangspunt van Klokhuis is dat de informatie moet aanhaken bij de leefwereld van de kinderen. Als de informatie niet aanhaakt wordt deze niet onthouden. Daarbij moet rekening gehouden worden met de vier doelgroepen waarin de tegenwoordige jeugd verdeeld wordt: namelijk in de leeftijdscategorie van 3-5 jaar, van 6-8 jaar, van 9-10 jaar en van 11-12 jaar en ouder. Deze verschillende leeftijdsgroepen hebben stuk voor stuk specifieke kenmerken.

De doelgroep van Klokhuis bestaat uit de 7- tot 11-jarigen; zij zijn het meest ontvankelijk en kunnen bereikt worden met een mengsel van educatie en entertainment, waarbij humor en kennisoverdracht soepeltjes in elkaar overgaan. Het omslagpunt ligt bij de kinderen van groep 8; dan beginnen de interesses van kinderen ver uiteen te lopen en wordt het element van competitie erg belangrijk. Veel dingen worden dan opeens als kinderachtig gezien. Door alle leeftijdsgroepen heen loopt echter wel de behoefte van kinderen om vooral samen met hun ouders van alles te doen en te ondernemen.

Pecha Kucha

Na de lunch werden zes Pecha Kucha's gepresenteerd. Een Pecha Kucha bestaat uit twintig beelden die elk in twintig seconden toegelicht worden.

1. De beiaardcultuur als dagelijks erfgoed door Leo Samama. Leo ging in op de rol van klokken en carillons in het verleden en in het heden. Nog steeds klinken in kleine en grote steden carillons, die sfeer geven aan de stad. Het repertoire van het carillon past zich aan. "Hallo allemaal" uit de bekende televisieserie "De Luizenmoeder" is een ware beiaardhit geworden. Het carillon leeft en heeft toekomst.
2. Het orgel verbindt door Johan Zoutendijk. Johan constateert dat het orgel inspireert tot samenwerking van verschillende partijen. Bij de bouw van het orgel werken diverse disciplines, zoals houtbewerking, metaalbewerking en vormgeving samen. Er wordt samen met organisten, orgelmakers en vormgevers gezocht naar nieuwe en eigentijdse vormgeving van het orgel.
3. Een hightech impuls voor klinkend erfgoed door Jeu Schouten. Erfgoed wordt door middel van nieuwe technologie verbonden met de toekomst. Na jaren van onderzoek werd het geheim van "de Stradivarius-viool" ontrafeld. Momenteel worden nieuwe violen gebouwd die niet van een echte Stradivarius onderscheiden kunnen worden. De uitdaging is daarom om nu "het geheim van Hemony" te ontsluiten.
4. Monsieur Carillon: altijd oplossingsgericht denken door Jochem Schoots. Jochem ontwerpt en bouwt al jaren corsowagens voor het fruitcorso van Tiel. In 2017 maakte hij een unieke verbinding met Klinkend Erfgoed door een carillon in een corsowagen

te bouwen. Monsieur Carillon was 12 meter lang en 6 meter hoog. In de toren stond een carillon met 43 klokken, 3 jacquemarts en een beiaardier die het carillon live bespeelden. Jochem won daarmee voor de 11e keer in zijn carrière de hoofdprijs.

5. Hoe betrek je de jeugd bij Klinkend Erfgoed door Richard de Waardt. Richard is stadsbeiaardier van Rotterdam. Hij ontplooit veel initiatieven om de beiaard naar de jeugdig publiek te brengen. Zo nodigde hij vorig jaar Beiaardpiet uit voor een concert tijdens de intocht van Sinterklaas. Momenteel verzamelt Richard kinderliedjes van de meer dan 165 verschillende nationaliteiten die in Rotterdam wonen. Zo wil hij een divers publiek aanspreken.
6. Hoe commercieel kan een carillon zijn? door Frank Steijns. Frank ging in op de vraag of een carillon zonder subsidies professioneel kan worden bespeeld en onderhouden. Hoewel Frank zelf een ondernemende beiaardier is die met zijn twee mobiele carillons een winstgevend bedrijf heeft opgezet, is zijn conclusie dat het carillon bij uitstek een publiek instrument is en dat ook moet blijven. Daarvoor zijn publieke middelen zinvol en noodzakelijk.

Deze Pecha Kucha's en de lezingen leverden voldoende stof voor een interactief debat onder leiding van Edwin Rutten. Tijdens dat debat, tussen een panel en de zaal, werd gehoor gegeven aan de oproep de kansen en de doelen voor het Klinkend Erfgoedjaar 2020 te benoemen. Er werden ervaringen en ideeën uitgewisseld. De deskundige panelleden hebben bijgedragen aan verdieping en onderbouwing van de kaders. Alle panelleden waren het er over eens dat onderwijs van groot belang is voor de culturele vorming van kinderen. Daarbij gaat het vooral om het beleven en ervaren van cultuur. In het curriculum op school zou ook meer aandacht moeten komen voor het creatieve proces. Kinderen moeten op hun eigen niveau worden uitgedaagd om oplossingen te zoeken voor de problemen (ook creatieve problemen) die ze tegen komen.

Samenvatting

Als dagvoorzitter van het symposium heb ik de bijeenkomst afgesloten met een samenvatting.

Bij Klinkend Erfgoed draait het om klank, om muziek. Muziek was vandaag een belangrijk programmaonderdeel. Tijdens dit symposium was dan ook duidelijk te horen waarom en waarover we ons zo druk maken: de muziek. Er was een bijzondere rol toebedeeld aan Edwin Rutten die met de "Erfgoed blues" 's ochtends direct de toon zette, en ons bewust heeft gemaakt van het belang van ieders 'fantasielknopje'.

Tijdens het symposium zijn de kaders geschetst, de problemen benoemd en oplossingen aangereikt. Uit de bijdragen van de sprekers en de Pecha Kucha's bleek een grote betrokkenheid bij en liefde voor het Klinkend Erfgoed. Kortom passie! Die betrokkenheid is een fantastische basis om verder te werken met het erfgoed. Je zou zeggen als er zulke bevlogen mensen zo betrokken zijn, heeft het Klinkend Erfgoed een grote toekomst.

Ik denk dat die conclusie een al te gemakkelijke is, maar liefde en passie maakt mensen in ieder geval creatief en innovatief. Het inspireert hen om gebaande paden te verlaten, nieuwe uitdagingen aan te gaan. Dat hebben de sprekers van vandaag met ons gedeeld. Hun onderzoek, hun voorbeeld, hun ervaringen kunnen anderen inspireren en helpen bij het zoeken van antwoorden op de centrale vraag van vandaag:

Hoe kan klinkend erfgoed weer verbinden?

Ik zou de dag tot slot in vijf sleutelwoorden willen samenvatten. Bij het leggen van verbinding gaat het om:

1. de beleving door Klinkend Erfgoed;
2. het aanhaken bij ervaringen en emoties;
3. zelf het voorbeeld geven en betrokken zijn;
4. het verschaffen van maatschappelijke betekenis;
5. creativiteit, 'het fantasieknopje'.

Ik denk dat we kunnen terugkijken op een mooie afwisselende symposium. Het was een dag waarop niet alleen kennis en ervaring werd uitgewisseld, maar we ook genoten hebben van de muziek en de ambiance in de Maastrichtse Bonbonnière.

Ammerzoden, 11-9-2018

Ada Boerma, voorzitter NKV