

TE GAST

In deze rubriek reageert een deskundige gast op een vraag of stelling. Deze week luidt de vraag: in Vlaanderen kun je 's zomers van het ene festival naar het andere hoppen, er is voor elk wat wils, maar zijn het er op den duur niet te veel?

Festivals staan bloot aan de vrije markt



Gert KEUNEN
Docent muziekgeschiedenis en
muzieksociologie

Het zomerfestivalseizoen in Vlaanderen begint vanaf het einde van de examens, met enkele voorlopers in juni en uitlopers in september. Aan de ene kant heb je de professionele festivals. Daar speelt een economische logica: zolang er een publiek is, is er een festival. Er zullen er dus nooit te veel zijn. Die markt wordt gedomineerd door Live Nation, een Amerikaanse multinational. Zij hebben eigen festivals en festivals waar ze coproducent zijn. Daarnaast hebben ze impliciete samenwerkingen met andere festivals, en waar ze niet betrokken zijn, doen ze de boekingen van de headliners. Live Nation kan dus de hele zomer uittekenen en groepen een plaats geven, vanaf het begin van het festivalseizoen met *Rock Werchter* tot op het einde met *Pukkelpop* in Hasselt.

Aan de andere kant heb je de minder professionele festivals. Vaak gaat het om een uit de hand gelopen dorps- of vriendenfeest. De organisatie is vaak in handen

van een jeugdhuis, een jeugdbeweging of een gemeente. Het zijn publieke initiatieven die soms historisch zijn ontstaan om een 'vakantie in eigen land' aange-naam door te brengen. Steden of gemeenten beschouwen zo'n festival ook als een toeristisch uithangbord. Zoals *Maanrock* in Mechelen of *Suikerrock* in Tienen. Als stad wil men een 'leuke' activiteit organiseren. Zij richten zich allereerst op de eigen regio. Onderschat daarbij de sociale functie niet. Festivals brengen mensen bijeen: op een wei heb je een wij-gevoel. Muziek is daarbij het glijmiddel.

Niet elk festival wil per se een artistiek statement maken. Op *Ronse Opscene* zul je Soulsister vinden, terwijl *Pukkelpop* ervoor kiest de nieuwste groepen te brengen. Als je als muzikliefhebber alle festivals met een specifieke artistieke koers wilt volgen, zoals het *Cactusfestival* in Brugge of het folkfestival in Dranouter, dan zijn het er allicht te veel. Die artistieke ambitie vind je niet bij stadsfestivals. Het *Festival in het park* in Oudenaarde bijvoorbeeld zat geprangd tussen het streven

om onafhankelijk te blijven en de grotere festivals waar de grotere boekingskantoren een stevige impact hebben. Zij hadden een publiek, maar ze stopten ermee omdat ze niet meer trouw konden blijven aan hun artistieke traject.

Over de hele lijn is er van alles te veel. Dat is een typisch element van onze eenentwintigste-eeuwse cultuur. De digitalisering veranderde veel. Er is ontzettend

Het 'meesleureffect' bepaalt succes of opdoeken van een festival

veel bereikbaar, veel mensen kunnen veel delen, je hebt bijna overal toegang toe. Daardoor krijg je een soort democratisering: iedereen kan eender wat boosten. Tegelijk schept dat onduidelijkheid en onzekerheid, omdat je verdrinkt in te veel prikkels. Je verliest het overzicht.

Het leven speelt zich ook veel meer af achter de computer. Naast dat virtuele contact is er evenwel een behoefte aan soci-

aal contact, aan te worden opgenomen in een groep. Vandaar de behoefte aan festivals. Maar ook die kunnen de overload als gevolg van de digitalisering niet ontlopen. Je kunt makkelijk met vrienden iets aanmaken op Facebook, de wereld insturen en delen, en je hebt meteen een onlinepromotiecampagne. Vandaar de vele kleine festivals. Maar ook hier is een gaan en komen.

Ook de vraag naar de maatschappelijke en ecologische kost van festivals ligt in het verlengde van ons dagelijkse leven. Dat is relatief. Een steeds groter festivalpubliek staat open voor het ecologische aspect. Een zomerfestival is een goede gelegenheid om een breder publiek bewust te maken. Heb je een goed programma en een aangename sfeer, dan zijn mensen makkelijker te overtuigen. Een voorbeeld is het *Boomtown Festival* tijdens de *Gentse Feesten* dat er alles aan doet om de ecologische voetafdruk zo klein mogelijk te houden.

Je merkt ook een toenemende vraag naar iets op mensensmaat, naar iets ambachtelijks, naar eerlijke producten, al wordt ook

daar commercieel op ingespeeld. Sommige festivals menen het, bij andere 'staat het goed'. Sommige nichefestivals trekken de kaart van cocooning, van gezelligheid, mikken op een ouder publiek, op een jonger publiek, op families met kinderen.

Als je zou willen, kun je dus je hele zomeragenda volboeken met festivals. Maar de vrije markt speelt ook hier haar rol: mensen beginnen met iets, er is een publiek voor, of geen publiek, en dan stopt het. Het festivallandschap reguleert zichzelf. Zoals in ons dagelijkse leven, heb je echter te maken met een 'meesleureffect'. Door toedoen van de muziekindustrie, de media, maar evenzeer van het publiek, verwierven sommige festivals een symbolische status. Je hebt immers te maken met een sociaal proces: omdat erover gesproken wordt, krijgt iets een reputatie en een dwingend en onontkoombaar karakter, zonder dat het een intrinsieke kwaliteit hoeft te hebben. Wil je mee zijn en 'in' zijn, dan moet je dat volgen. En hoe meer mensen dat doen, hoe meer de waarde ervan stijgt.



© Reinhart Croon

Advertenties




**Mijn Stannah Siena,
aangepast aan mijn behoeften**

Documentatie en gratis
prijsopofferte op
0800 95 950

info@stannah.be www.stannah.be

Naam + Voornaam
Adres
Postcode Tel :
Stad E-mail

Stannah sprl
Poverstraat 208, 1731 Relegem

Stannah

Inspiratie en bezinning in homilieën voor vandaag

Mark Cornelis

Mark Cornelis, licentiaat in de theologie, werd priester gewijd in 1956. Met dit boek wil hij een bron van inspiratie en een houvast aanbieden. Zijn bezinningen en homilieën hebben een Bijbelse en theologische grond, maar zijn actueel verwoord.

78 blz. • 15,00 euro
21 x 14,9 cm

bestellingen@halex.be
www.halewijn.info

Uitgeverij Halewijn, Halewijnlaan 92, 2050 Antwerpen,
tel. 03/210 08 11, bestellingen@halex.be • www.halewijn.info

**De boeken zijn ook te koop in de liturgische centra
en boekhandels.**

Blijf op de hoogte!
facebook.com/uitgeverijhalewijn
www.halewijn.info



INSPIRATIE
& BEZINNING
IN HOMILIEËN
VOOR VANDAAG

Mark Cornelis

halewijn