



EEN ESSAY NAAR AANLEIDING VAN
DE FILM *ENJOY POVERTY*

Eline Muris

Abstract: *In dit essay wordt de film Enjoy Poverty geanalyseerd. Er zal worden ingegaan op de wijzen waarop de film kennis produceert over de journalistieke media. De film geeft inzicht in de aard van de journalistieke berichtgeving door ondermeer de journalistieke werkwijzen te integreren binnen de eigen kennisoverdracht. Aan de hand van theorieën over kennisoverdracht in de kunst en de journalistiek zal er tevens worden gekeken naar de ervaring die de media creëren voor het publiek en de respons op deze kijkervaring van de film Enjoy Poverty.*

Sleutelwoorden: kunst, journalistiek, kennisproductie praktijken, artistiek onderzoek, kijkervaring, Renzo Martens, *Enjoy Poverty*, armoede, Congo, Afrika, media, globalisering, esthetiek.

UNIVERSITEIT UTRECHT

Eline Muris, studentnummer: 3300757

Film- en televisiewetenschap, master thesis. Docent: dr. Eggo Müller. 10-5-2010

Een essay naar aanleiding van de film *ENJOY POVERTY*

In dit essay wordt de film Enjoy Poverty geanalyseerd. Er zal worden ingegaan op de wijzen waarop de film kennis produceert over de journalistieke media. De film geeft inzicht in de aard van de journalistieke berichtgeving door ondermeer de journalistieke werkwijzen te integreren binnen de eigen kennisoverdracht. Aan de hand van theorieën over kennisoverdracht in de kunst en de journalistiek zal er tevens worden gekeken naar de ervaring die de media creëren voor het publiek en de respons op deze kijkervaring van de film Enjoy Poverty.

De economische waarde van armoede

Wij leven in een geglobaliseerde wereld die zich laat kenmerken door een voortdurend proces van wereldwijde economische, politieke en culturele integratie. Door de ontwikkelingen op het gebied van vervoer, informatie- en communicatietechnologie worden steeds meer landen betrokken in de wereldhandel. Deze ontwikkelingen hebben ervoor gezorgd dat productielijnen over de hele wereld worden gespreid. Ook het internationale bankwezen, de effectenbeurzen en de enorme schuld van de tweede en derde wereld typeren deze wereldwijde economische dynamiek. De verregeande schaalvergroting zorgt voor de verspreiding van de consumptiecultuur en de groei van het wereldwijd kapitalisme. Hierbij speelt de invloed van media een belangrijke rol.

Kunstenaar Renzo Martens onderzoekt in zijn essayfilm *Episode III: Enjoy Poverty* (2008) de emotionele en economische waarde van gefilmde en gefotografeerde armoede in de geglobaliseerde wereld. Hij laat zien dat ook gefilmde armoede is opgenomen in de mondiale handel en consumptiecultuur. Gefilmde en gefotografeerde armoede is volgens Martens het voornaamste exportproduct van Afrika, omvangrijker nog dan aardolie of diamanten. Zijn constatering is dat de armsten die het onderwerp vormen van de journalistieke berichtgeving daar het minst van profiteren. In die zin is verschillen de journalistieke beelden van armoede niet van andere export uit Afrika. Er worden veel documentaires gemaakt over de misstanden in Afrika, maar deze onthullen niet de eigen positie van deze documentaires. Het exporteren van gefilmde armoede, en de hulpverleningsindustrie die hiermee wordt gerechtvaardigd, zijn veel winstgevender dan de traditionele exportproducten. *Enjoy Poverty* geeft een beeld van een journalistiek die uitbuiting voor het voetlicht wil brengen maar gelijktijdig zelf ook het eigen onderwerp uitbuit. De rol van de journalistiek aangaande de ervaring van de kijker wordt tevens ter discussie gesteld. Men kan zich afvragen of het bekijken van beelden over armoede, oorlog en onrecht elders überhaupt leidt tot het ervaren van medeverantwoordelijkheid voor wat er in de rest van de wereld met onze medemens gebeurt. In een wereld waar alles met elkaar verbonden is, lijken de media een ervaring te creëren die deze verhouding onzichtbaar maakt.¹

Martens kiest als onderwerp in zijn film de armoede in Congo. Een land dat verkeert in extreme armoede ondanks de waardevolle grondstoffen als diamanten, goud en coltan. Arbeiders worden er uitgebuit op plantages en in het oosten van Congo terroriseren strijdende rebellen al jaren de burgerbevolking, die massaal op de vlucht slaat. Maker/performer Martens reist door dit land met een consumentencamera. Hij doet er verslag van zijn missie: Congolezen uitleggen dat zijzelf ook kunnen profiteren van hun eigen armoede, hun voornaamste exportproduct. Hij gebruikt verschillende methoden om de boodschap over te brengen. Een daarvan is in de vorm van een blauwe neonadvertentie bestaande uit de tekst: *enjoy poverty*

¹ De beschrijving van de film en de positie van de maker is gedeeltelijk gebaseerd op de achtergrondinformatie die de filmproducent op het internet heeft gepubliceerd (www.intifilms.com).

please. Martens geeft de Congolezen inzicht in de economische waarde van hun armoede zodat ook zij hiervan kunnen profiteren. Hij ontdekt echter ook dat armoede niet altijd een economische waarde vertegenwoordigt. In de gebieden waar geen journalisten of hulporganisaties aanwezig zijn is armoede waardeloos. Hier is zijn boodschap: accepteer je armoede, je situatie zal nooit veranderen. Zijn missie onthult de complexiteit en van de aanwezigheid van journalisten, hulporganisaties, de VN, strijdende partijen, armoede en corruptie in het moderne Congo. De rol die de media en hun publiek hebben in deze complexe situatie onderzoekt Martens door zijn eigen rol te analyseren als filmmaker en als westerling. Dit doet hij door in de film te verschijnen als de buitenstaander in Afrika, afwisselend in de rol van de journalist, de kunstenaar, de missionaris, de ontdekkingsreiziger, de hulpverlener etcetera. Hij filmt de omgeving en zichzelf als toeschouwer en toont de wisselwerking tussen de realiteit om hem heen en zijn eigen handelen. Deze zelfreflexieve houding is kenmerkend voor het cinematografisch essay.²

De positie van kunst in de samenleving

De film roept veel vragen op over de rol van de media met betrekking tot de armste gebieden in de wereld. Er wordt zichtbaar dat media ons een beeld geven dat voornamelijk een economisch belang dient. Op televisie worden beelden van hongersnood in Afrika uitgezonden, het westerse publiek doneert geld aan de hulpverleningsindustrie en dit geld vloeit vervolgens weer grotendeels terug naar het Westen. *Enjoy Poverty* laat zien dat de media hun werkelijke aard als handelswaar verborgen houden. Een verwijt dat Martens werd gemaakt door andere journalisten was, dat ook hij verdiende aan zijn film. Het verschil zit volgens Martens in de kwaliteit dat *Enjoy Poverty* de eigen aard niet verhult.

“Het gaat er mij om dat de film zichzelf ontsluit, zichzelf herkenbaar maakt zoals de schilderijen van Ryman: witte verf op een wit doek. Het doek gaat over zichzelf, daardoor wordt het een soort lichtpunt van autonomie in een wereld met doelmatigheden waarin het ene het andere dient, zoals een auto dient om je te verplaatsen. In de werkelijkheid bestaat er niks enkel voor zichzelf. Wel, een schilderij van Robert Ryman bestaat voor zichzelf. Net omdat het autonoom is, leert het ons kijken. Ik hoop dat mijn film een Ryman-schilderij benadert, door zijn mogelijkheid om – in de woorden van Frank Vande Veire – “op zichzelf terug te plooiën”. Net omdat het werk zichzelf als onderwerp heeft en zijn eigen bestaan huldigt als voornaamste studiemateriaal, kan het wonderwel ook iets leren over bijvoorbeeld ontwikkelingshulp, over Noord-Zuidrelaties, over kapitalisme. Het sluit zich aan bij een lange, goede, vruchtbare en prachtige modernistische traditie” (Martens geciteerd uit een interview met Van Goethem, 2009: www.urbanmag.be)

Voortvloeiend uit dit idee kan beredeneerd worden dat kunst door haar autonomie een andersoortige kennis kan verschaffen over de wereld dan journalistieke media. Martens verwijst hier naar een vruchtbare en prachtige modernistische traditie die Dena Shottenkirk (2006: 4) omschrijft als een traditie waarin kunst diende als een proteststem en waarheid, tegenover bedrieglijke krachten. Wanneer algemeen aanvaarde kennis te sterk verankerd raakte en niet langer een accuraat beeld van wereld uitdrukte, was het de kunst die ingreep (4). Het was een tijdperk waarin er nog een sterk geloof was in vooruitgang en waarheid. Shottenkirk beschrijft de avant-garde in dit tijdsbeeld als een ‘corrigerende markt’ in de wereld

² De term ‘essayfilm’ verwijst niet zozeer naar een filmgenre, maar naar de modus waarin een bepaald onderwerp cinematografisch wordt onderzocht. Kenmerken van deze modus zijn: de houding van de maker als essayist, zijn idiosyncratische blik, het experiment met het medium en de reflectie op het medium. Deze benadering is overgenomen van Laura Rascaroli uit haar artikel ‘The Essay Film: Problems, Definitions, Textual Commitments’ (2008: 38, 33)

van de cultuur. Deze claim van de kunst als brenger van de waarheid en kennis werd niet langer geaccepteerd in het daarop volgende tijdperk dat loyaal was aan het relativisme. Tijdens het postmodernisme werd de waarheid verruild ten gunste van een veelheid aan perspectieven met allen een gelijke waarde maar die elkaar tevens uitsluiten. Ten gevolge hiervan stelt Shottenkirk dat kunst haar relevantie verloor die voorheen door avant-garde genoten werd (4). Volgens Shottenkirk hebben we ook dit relativisme achter ons gelaten maar dat betekent niet dat kunst in de huidige vercommercialiseerde cultuur haar rol terug heeft als provocateur van buitenaf, zoals in het modernisme. De cultuur is steeds sneller geworden in haar vermogen elk commentaar te commodificeren. Oppositionele en radicale tegengeluiden worden uiteindelijk opgenomen in de consumptiecultuur en in een flits wordt de outsider, insider. Volgens Shottenkirk moet de rol van kunst dan ook niet gezocht worden in het oppositionele (5). Zij schetst een geglobaliseerde cultuur die steeds homogener is geworden met universele rechten en waarheden die steeds sterker verankerd raken. Net zoals in het modernisme is er weer een waarheid die ontdekt kan worden. Kenmerkend voor deze verandering is volgens Shottenkirk de groeiende onderzoekscultuur die niet gelimiteerd is tot empirische wetenschappen maar zich over een breed domein van de cultuur verspreid. Het gaat om het produceren van kennis die de meerderheid van de samenleving definieert als betrouwbaar. Kennis is verlost van het relativisme en er is weer ruimte voor waarheden. In deze onderzoekscultuur ziet zij dan ook een nieuwe positie voor de kunst in de samenleving (6).

Aansluitend bij Shottenkirk wil ik de vraag stellen welke plek de film *Enjoy Poverty* inneemt. Het is een kunstwerk dat zich buiten de grenzen van de kunstwereld begeeft. Toch hecht Martens er belang aan dat het een kunstwerk is. In verschillende interviews benadrukt hij dat zijn film een autonoom kunstwerk is en dat hij een kunstenaar is (Van Goethem 2009). Waarom is dit belangrijk? Zou de film zijn kritische kracht verliezen zodra deze als dvd in de schappen van de *Free Record Shop* ligt? In mijn optiek verliest het kunstwerk zijn kritische kracht niet wanneer deze vertoond wordt op tv of in de bioscoop. Daarmee wil ik niet zeggen dat de vertoningsomstandigheid niet van invloed is op de receptie. Op een groot scherm wordt je haast fysiek overdonderd door beelden en geluiden van het lijden van anderen, terwijl een kleiner scherm meer ruimte biedt tot interpretatie. Maar naast dit fysieke verschil vind ik de verschillende institutionele vertoningscontexten (zoals het *International Documentary Film Festival Amsterdam*, het Stedelijk Museum Bureau Amsterdam en de Publieke Omroep) het kritische vermogen van de film alleen maar vergroten. Door deze inschrijving in het brede spectrum van het medialandschap bereikt de film niet alleen een breder publiek dan de kunstliefhebbers, maar plaatst de film zich in het medialandschap dat het bekritiseert. De onmogelijkheid geheel te ontsnappen aan de belangen buiten het kunstwerk en dus de onmogelijkheid tot volledige autonomie ontnemt de film niet de kracht iets te zeggen over het gebrek aan autonomie in de journalistiek en verheldert juist het zicht op het verschil tussen de doelmatige of juist autonome aard van kennisoverdracht. De film doet een poging zo belangloos mogelijk te berichten, over ondermeer de belangen in de journalistiek, maar kan niet ontsnappen aan het feit dat het de maker roem oplevert, dat de film het IDFA publiciteit oplevert vanwege het controversiële karakter en dat de Publieke Omroep subsidie zal ontvangen voor uitzending van de film. Juist de onmogelijkheid tot volledige autonomie toont de hardnekkige doelmatigheid van kunst/media uitingen in de samenleving aan. Vanuit dit perspectief is de film in staat om kennis te verschaffen over de wereld die niet door de gangbare communicatiekanalen geboden kan worden en is zij een voorbeeld van de onderzoekende functie die kunst kan innemen, zoals Shottenkirk dit schetst. Niet als outsider maar als onderdeel van een cultuur die open staat voor nieuwe kennis over de wereld om ons heen.

Artistiek onderzoek

Vormen van artistiek onderzoek en alternatieve kennisproductie, zoals te vinden in het werk van Martens, worden de laatste jaren steeds vaker besproken onder de noemer *artistic research*. Het debat rondom *artistic research* richt zich vaak op de verschillende wijzen van kennisproductie en de waarde die aan deze kennis kan worden toegekend. Er wordt getracht de hiërarchie in soorten kennis te doorbreken. De opkomst van theoretische denkrichtingen als *cultural studies* en de ontwikkelingen in de conceptuele kunst zijn zeer belangrijk geweest voor het ontstaan en erkennen van nieuwe vormen van kennisproductie in de hedendaagse kunst (Hannula 2009: 3). De erkenning die *artistic research* momenteel geniet blijkt ondermeer uit de komst van opleidingen in het hoger kunstonderwijs en op universitair master niveau die zich geheel richten op *artistic research*. Ook wordt er steeds meer gepubliceerd over *artistic research*. Zo is er het online tijdschrift *Art and Research* en zijn er meerdere boeken verschenen: Gray & Malins, *Visualizing research: a guide to the research process in art and design* (2004); Sullivan, *Art Practice as Research: Inquiry in Visual Arts* (2009); Hannula, Suoranta, Vadén et al, *Artistic research: theories, methods and practices* (2005) en Macleod & Holdridge, *Thinking Through Art: Innovations in Art and Design*, (2006).

De film *Enjoy Poverty* levert een andersoortige kennis op over armoede en de positie van het eigen medium dan de journalistiek dat doet. Om een beter zicht te krijgen in wat dit verschil precies is, wil ik eerst wat dieper ingaan op de wijze waarop deze kennis in de kunsten tot stand komt en afwijkt van andere kennisproductie praktijken, zoals wetenschappelijke of journalistieke. Volgens Henk Borgdorff, lector Kunsttheorie en onderzoek aan de Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten en oprichter van de master *Artistic Research* aan de Universiteit van Amsterdam laat de vraag wat *artistic research* inhoudt zich op drie manieren stellen (2006: 12): ontologisch: *wat is de aard van het object? Waar richt het onderzoek zich op?*, epistemologisch: *wat voor soort kennis en begrip is belichaamd in de kunstpraktijk? En hoe verhoudt zich deze kennis tot meer conventionele vormen van wetenschappelijke kennis?* en methodologisch: *welke onderzoeksmethoden en –technieken zijn adequaat aan onderzoek in de kunsten? En in welk opzicht verschillen deze van de methoden en technieken in de natuurwetenschappen, de sociale wetenschappen of de geesteswetenschappen?* Om een theoretisch vertrekpunt te schetsen zal ik in de volgende alinea's in grote lijnen de antwoorden van Borgdorff, die hij beschijft in zijn artikel 'Het debat over onderzoek in de kunsten', volgen.

De ontologische vraag: *Wat is de aard van het object?* Borgdorff antwoordt hierop dat kunstpraktijken altijd esthetische praktijken zijn, waarbij esthetische categorieën zoals smaak en schoonheid een rol spelen. Daarnaast zijn kunstpraktijken hermeneutisch omdat ze openstaan voor en uitnodigen tot interpretatie. Ook kunnen kunstpraktijken performatieve praktijken zijn in de zin dat kunstwerken en creatieve processen iets met het publiek doen. Zij zetten de toeschouwer in beweging en verruimen of veranderen de kijk op de wereld, ook in moreel opzicht. Tevens kunnen kunstpraktijken expressief zijn wanneer ze op hun eigen manier, in hun eigen medium representeren, reflecteren, articuleren of communiceren. Tot slot kan gesteld worden dat kunstpraktijken emotioneel zijn, omdat ze het psychisch en emotioneel leven van het publiek aanspreken (12). Het artistiek onderzoek zal zich niet altijd met al deze invalshoeken bezighouden, maar de bovengenoemde eigenschappen spelen vaak een rol in het onderzoek. De focus van onderzoek kan liggen op het kunstwerk zelf, of op het creatieve maakproces, waarbij in beide gevallen ook de context betekenis geeft. Artistiek onderzoek staat net als andere kunstpraktijken niet op zichzelf maar is altijd gesitueerd in de cultuur en het discours over de kunst.

Vanuit ontologisch oogpunt gezien hebben verschillende onderzoeksvormen betrekking op verschillende soorten feiten. Natuurwetenschappelijke feiten verschillen bijvoorbeeld van sociale feiten. Ook artistieke feiten hebben hun eigen status. Borgdorff beschrijft deze status als volgt: “*kenmerkend voor artistieke producten, processen en ervaringen is de omstandigheid dat in en door de materialiteit van het medium iets aanwezig wordt gesteld dat de materialiteit overstijgt*” (13). Hij voegt hier aan toe dat dit ook geldt daar waar kunst zich als zuiver materiaal bekent en zich tegen elke transcendentie verzet. Als voorbeeld hiervan haalt hij de ontwikkelingsgang van de historische avant-garde en de fundamentele schilderkunst aan.

De epistemologische vraag: *Om wat voor soort kennis gaat het bij onderzoek in de kunsten en hoe verhoudt deze kennis zich tot meer conventionele vormen van kennis?* In de Griekse oudheid maakte Aristoteles al onderscheid tussen *episteme* (verstandskennis) en *techne* (praktische kennis). Daarnaast kan ook *phronesis*, praktische wijsheid die nodig is om moreel juist te handelen, tegenover verstandelijke kennis geplaatst worden (Kessels, Korthagen 2001: 22). In de 20^e eeuw hebben andere vormen van kennis een emancipatie doorgemaakt tot epistemologisch gelijkwaardig. Ondermeer het werk van denkers als Michael Polanyi is van belang geweest voor deze ontwikkeling. In zijn boek *Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy* (1958) verzet hij zich tegen het verlichtingsdenken en beschrijft hij het idee van *tacit intimation*, een vorm van impliciete kennis of intuïtie, maar dan niet in de betekenis van een subjectief of mystiek gevoel, maar als een aangeleerde capaciteit. Deze impliciete kennis kent, in tegenstelling tot expliciete kennis, geen onmiddellijke uitdrukking in de geschreven of gesproken taal en vormt volgens Polanyi het fundament van alle weten (Mead 2007: 303, Borgdorff 2006: 14).

In de wijsgerige esthetica is op verschillende wijzen gereflecteerd op de niet conceptuele kennisinhoud van kunst. Alexander Baumgarten stelde dat deze kennis alleen kon worden begrepen via onze zintuigen. Hij omschreef deze zintuiglijke kennis niet als rationeel of als irrationeel maar als analoog aan de ratio (analogon rationis). Volgens hem kan grote kunst perfecte zintuiglijke kennis presenteren (Borgdorff 2006: 14). Immanuel Kant beschreef de vormelijke doelmatigheid zonder doel in esthetische ervaringen die niet begrepen kan worden door het verstand (het vermogen der begrippen), maar ervaren wordt door de Rede (het vermogen der ideeën) die een hogere samenhang verleent aan de kunst (van den Braembussche 2006: 149,158-160). Theodor Adorno stelde dat de dissonantie in de samenleving niet tot uitdrukking komt in het thema of de conceptuele kennis inhoud van het kunstwerk, maar in de vorm. Hij zag in de autonome kunst een potentie tot maatschappijkritiek, door wat hij de ervaring van het niet-identieke noemt. Deze ervaring van het niet-identieke vond hij in het modernisme (224-226). De poststructuralistische denkers verzetten zich tegen de conceptuele kennis, die gefundeerd zou zijn op tekens die verwijzen naar de werkelijkheid. Jean-François Lyotard bijvoorbeeld betwistte de gehele theorie van klassieke linguïsten waarin een *teken* per definitie staat voor een primaire en gegronde, maar niet aanwezige realiteit (Marvin 2004: 75). Over het algemeen gesproken wordt in het poststructuralisme deze afwezige basis van betekenis als filosofisch onaanvaardbaar beschouwd. In tegenstelling tot voorgaande theorieën worden in het poststructuralisme alle posities: relatief, verschuivend en onderhandelbaar (75). Hierdoor verliest de conceptuele kennis haar hiërarchische positie. Het is dan ook niet verwonderlijk dat het poststructuralistisch denken een grote inspiratiebron is geweest voor de kunst, het artistiek onderzoek en visa versa. Een voorbeeld hiervan is de filosofie van Jacques Derrida en de deconstructie die plaats heeft in de kunst (Oger 1995: 73-76).

De methodologische vraag: *Bestaat er een eigen geprivilegieerde wijze waarop men toegang tot het onderzoeksdomein kunstpraktijk en de er in belichaamde kennis kan verkrijgen, en die met de term*

'artistiek onderzoek' aangeduid zou kunnen worden? Wat zijn de voorwaarden voor dergelijk onderzoek, en dient dergelijk onderzoek zich te richten naar, zich te conformeren aan beproefde academische standaarden en conventies? (Borgdorff 2006: 16) Om deze vraag te beantwoorden vergelijkt Borgdorff artistiek onderzoek met wetenschappelijk onderzoek. Hierin kan er een globale driedeling worden gemaakt tussen natuurwetenschappen, sociale wetenschappen en geesteswetenschappen. De natuurwetenschappen zijn empirisch deductief, de methode is proefondervindelijk en gericht op het verklaren van algemene verschijnselen. Ook de sociale wetenschappen zijn empirisch georiënteerd, maar de nadruk ligt ook op de beschrijving en analyse. De geesteswetenschappen zijn eerder analytisch dan empirisch georiënteerd en richten zich eerder op een interpretatie van het particuliere en het singuliere dan op een beschrijving of verklaring. Als er dan gekeken wordt naar het artistiek onderzoek kan gesteld worden dat het zich, net als de geesteswetenschappen, richt op de interpretatie van het afzonderlijke en bijzondere, maar dat bij dit soort onderzoek het experiment in de praktijk een wezenlijk bestanddeel is van de onderzoekspraktijk (17-18). Daarnaast is het zo dat het artistiek onderzoek door de kunstenaar wordt gedaan en niet door een ander herhaald kan worden. Dit in tegenstelling tot andere onderzoeksmethoden waar dit juist een voorwaarde vormt voor goed onderzoek. De kunstenaar heeft een geprivilegieerde toegang tot het onderzoeksdomein doordat zijn/haar creatieve persoonlijkheid en idiosyncratische blik onlosmakelijk verbonden zijn met het artistieke maakproces (17).

Borgdorff heeft laten zien dat de kunstpraktijk gesitueerde impliciete kennis belichaamt die niet in andere vormen van onderzoek gepresenteerd wordt. Kennis wordt over het algemeen gepresenteerd binnen de materialiteit van feiten. Kunst stelt daarentegen in haar materialiteit iets aanwezig dat deze materialiteit overstijgt. Op deze wijze genereert kunst kennis over datgene dat elders onzichtbaar blijft. In theorie klinkt dit interessant maar hoe moeten we ons dit voorstellen? In de komende paragrafen zal ik aan de hand van de film *Enjoy Poverty* deze concepten illustreren en evalueren. De door Borgdorff gestelde vragen en antwoorden zijn zeer productief voor het bestuderen van de film. Er zal een vergelijking worden gemaakt tussen de eigenschappen van de film als hermeneutisch, emotioneel en performatief, en de eigenschappen van de journalistiek. De constatering van Borgdorff dat artistieke feiten verschillen van andere soorten feiten raakt aan de kern van het verschil tussen de journalistiek en de film *Enjoy Poverty*. Later zal hier nog uitgebreid op worden ingegaan wanneer ik de ideeën van filosoof Marcus Steinweg bespreek. Hij stelt dat kunst het verschil articuleert met de textuur van feiten (2009: 4). Borgdorffs methodologische vergelijking vormt een helder vertrekpunt om te laten zien hoe Martens het experiment, en de interpretatie van het afzonderlijke, materialiseert in zijn film en hiermee op een unieke wijze kennis verschaft over zijn onderzoeksobject.

Een vergelijking tussen de film *Enjoy Poverty* en de journalistiek

In hedendaagse kunst wordt vaak gebruik gemaakt van populaire media als video en internet. Niet alleen de populaire media zelf maar ook hun technieken en soms ook hun distributiekkanalen worden ingezet in de kunstpraktijk. Hierdoor ontstaan er steeds vaker overlappingsen met het onderzoek in de journalistiek. In het werk van Martens vormen bijvoorbeeld het vastleggen van de wereld op video en het vergaren van kennis met behulp van interviews belangrijke methoden in zijn film. Maar het vormt hier niet alleen een methode van onderzoek, de journalistiek is tevens het onderzoeksobject in zijn film. Om te laten zien hoe de film inzicht geeft in deze media zal ik de kennisproductie praktijk van de essayfilm *Enjoy Poverty* vergelijken met de kennisproductie praktijken van de televisiejournalistiek en de persfotografie. De vorm van kennisproductie praktijken is van invloed op het soort kennis dat er geproduceerd wordt omdat de vorm de wijze van receptie bepaald. Televisieverslaggeving verschilt bijvoorbeeld van geschreven kennis

in de krant omdat het de ontvanger een andersoortige ervaring biedt. Het interessante van de film *Enjoy poverty* is dat deze een soort kennis produceert die verschilt van de kennis in de journalistieke media ondanks dat de vorm die gekozen wordt voor de film overeen lijkt te komen met die van de journalistieke media.

Presentatie van het onderzoeksobject/ positie van de maker

Belangrijk voor de analyse van de vorm van kennisproductie praktijken is de verhouding tussen het onderzoeksobject en de presentatie van dit object. Kenmerkend voor de televisiejournalistiek is dat de kennis primair geproduceerd wordt voor presentatie en visualisatie. Zo worden er interviews afgenomen om te passen in de dramaturgische structuur van het verhaal, is de toegang tot goed visueel materiaal bepalend voor wat wel of niet onderzocht wordt, en is de montage van cruciale betekenis (Ekström 2002: 264). De presentatiezijde van de journalistiek moet niet worden opgevat als de ongelukkige verontreinigingen van een anders puur feitelijke realiteit, maar als het doel van de journalistiek vanaf het allereerste begin (Hartley, 1996: 43). Deze voorrang van presentatie in de televisiejournalistiek wordt niet gedeeld met de wetenschap. In de wetenschap wordt niet in de eerste plaats onderzoek gedaan voor een publiek maar neemt het onderzoeksobject een centrale plaats in (Ekström 2002: 265). Zo wordt bijvoorbeeld in de wetenschap een interview afgenomen om dichterbij te komen tot het antwoord op de onderzoeksvraag en niet omdat de geïnterviewde zich goed kan presenteren of omdat de inhoud zo goed past binnen de dramaturgische structuur van het onderzoek.

De persfotografie vertoont overeenkomsten met de televisiejournalistiek in de zin dat de kennis primair geproduceerd wordt voor de presentatie, maar de kennis die geproduceerd wordt in de persfotografie is verbonden met een sterkere authenticiteitsclaim. Dit komt omdat er voor het maken van een foto er tussen het originele onderwerp en de reproductie, alleen de instrumentaliteit van een niet levende agent intervenueert (Bazin 1967: 13). Hierdoor maakt fotografie ons getuigen van een stukje van de wereld zoals het op dat moment door de lens viel. Bij televisie is deze claim minder sterk door de narratieve structuur van het medium. Toch is ook de presentatie bij de persfotografie bepalend voor de keuze van het onderwerp en de esthetische ervaring speelt hierbij een rol. Vaak wordt er vaak gekozen voor een anti-artistieke of amateuristische stijl omdat de beelden dan authentiek zouden overkomen (Sontag 2005: 27). Door de documentaire functie van fotografie wordt vaak de esthetische functie ontkend. Dit geldt ook andersom bij artistieke fotografie zoals te zien in *Enjoy Poverty*. Wanneer de welgestelde stedelingen in Kinshasa tijdens een fototentoonstelling gevraagd wordt naar de arbeiders op de artistieke zwart-witfoto's, geven zij enkel commentaar op de artistieke kwaliteit van de foto's en lijken zij blind te zijn voor de achterliggende realiteit dat deze arbeiders in erbarmelijke omstandigheden leven.

De rol van de fotograaf is tweeledig. Hij/zij is de auteur die het kader van de foto bepaalt en op zoek gaat naar fotogenieke onderwerpen die hij wil documenteren (Carroll 1996: 40; Taylor 2000: 129). In deze functie is de fotograaf dus de auteur van zijn foto's en niet slechts een agent in de documentatie van gebeurtenissen. Martens onderzoekt de rol van de fotograaf op verschillende momenten in zijn film. Hij reist een tijdje mee met persfotografen en vraagt aan een van hen wie de eigenaar van de foto is. Zijn het de mensen die op de foto te zien zijn of is het de maker van de foto. Voor de westerse fotograaf is het vanzelfsprekend dat hij de auteursrechten heeft. De vraag vertelt iets over de economische waarde van de afgebeelde situatie. Dit wordt nog sterker wanneer Martens de rol van de Congolese fotografen onderzoekt. Zij maken foto's van bruiloften en partijen en werken in dienst van de mensen die op de foto's staan. Dit levert ze zeer weinig op in vergelijking met hun westerse collega's. Onder een rieten

dakje rekent hij hen het verschil voor op een flip-over: het fotograferen van een verkrachte vrouw, uitgehongerd kind of lijk levert 50 dollar op terwijl het fotograferen van een feest slecht 50 cent oplevert. Hij maakt het tot zijn missie om de Congolese fotografen te leren hoe ook zij kunnen verdienen aan de armoedige situatie waarin zij zelf verkeren. Martens neemt zijn leerlingen mee op pad en leert ze hoe je uitgehongerde kinderen fotografeert. Eerst ga je opzoek naar het meest uitgehongerde kind, dan trek je de kleertjes uit en maakt van dichtbij een foto waarop de ribjes goed zichtbaar zijn. Deze scène is een van de meest schokkerende scènes in de film. Het fotograferen van uitgehongerde kinderen dat door de westerse media wordt gezien als een noodzakelijk communicatiemiddel, wordt hier verbeeld als een handel waarmee men geld kan verdienen. Dit exploiteren van de eigen ellende wordt als immoreel ervaren en stelt tegelijkertijd vragen bij het exploiteren van andermans ellende. Het maakt de machtsverhouding zichtbaar tussen hen die bekeken worden en hen die kijken.

Als dan de verhouding in de journalistiek tussen presentatie en onderzoeksobject vergeleken wordt met de film *Enjoy Poverty*, wordt zichtbaar dat binnen het artistiek onderzoek presentatie en onderzoeksobject weer een geheel andere verhouding hebben tot elkaar. De film verschilt van alle bovengenoemde onderzoekspraktijken omdat het creëren van een esthetische ervaring niet op de eerste of juist de laatste plek komt, maar samenvalt met de onderzoekspraktijk: het uiteindelijke kunstwerk is per definitie het onderzoek zelf. Het is dus niet een esthetische presentatie van het onderzoek. Een goed voorbeeld hiervan is de verhaallijn over de fotografie. De esthetische ervaring van de film onderzoekt de esthetische ervaring van de foto en de verhouding tussen esthetiek en documentatie en tussen handelswaar en communicatie. De esthetische ervaring is het onderzoek omdat de film zelf een verbeelding van armoede is. De film is tegelijkertijd evenredig aan wat het onderzoekt. Dit zelfde geldt voor de rol van de maker. Ook deze kent geen volgorde in het kunstenaarschap en de taak als agent van kennis. Beide vallen ook hier samen, omdat (zoals we eerder zagen) de kunstenaar een geprivilegieerde toegang heeft tot het onderzoeksobject doordat het artistieke maakproces onlosmakelijk is verbonden met de creatieve persoonlijkheid van de kunstenaar. In het geval van Martens onderzoekt hij ook zijn eigen rol als maker om op deze wijze iets te kunnen zeggen over andere makers van gefilmde armoede. De subjectieve stilering van de film benadrukt het gevoel dat er gekeken wordt naar de egotrip van de maker. Gekleed in een witte blouse en een strohoed neemt hij de rol aan van de blanke ontdekkingsreiziger op avontuur in Congo. De ijdele performance van de maker laat zien dat het maken van een documentaire een ijdele bezigheid is waar voornamelijk de maker beter van wordt en niet het onderwerp van zijn film. Hij verbeeldt de vraag: maak ik deze beelden voor mijzelf of voor de mensen die lijden onder deze armoede.

Betekenis Constructie

Het geven van betekenis aan een tekst en het interpreteren van betekenis is een actieve daad. Zowel de maker (journalist/kunstenaar) als het publiek heeft een actieve rol bij de constructie van betekenis. Om de betekenis van boodschappen te vatten is het belangrijk om zowel de productie als receptie te belichten. Kennisproductie praktijken zoals de televisiejournalistiek en de persfotografie produceren krachtige, emotieve en vereenvoudigde boodschappen waarin de kennis vorm krijgt. Televisie biedt de kijkers een specifieke vorm van receptie. Programma's worden zo geproduceerd dat hun content een onmiddellijke indruk geeft die direct begrepen kan worden en het tempo van het narratief wordt zo afgestemd dat de inhoud door iedereen begrepen kan worden. Deze eigenschappen van het medium hebben consequenties voor de wijze waarop televisiejournalistiek kennis presenteert. Ingewikkelde kwesties en een veelheid aan perspectieven lenen zich slecht voor televisie, dit zorgt ervoor dat er vaak gekozen wordt voor een vereenvoudigde boodschap. Het visuele karakter van televisie leent zich zeer goed voor de constructie

van krachtige betekenissen, levendige impressies en het uitlokken van emotionele betrokkenheid. In het artikel *Epistemologies of TV journalism* (2002: 265) stelt Ekström dat televisie over het algemeen niet uitdaagt tot kritische reflectie over de gepresenteerde feiten. Hij concludeert, uit zijn receptieonderzoek, dat de kritiek van de kijker zich niet focust op de waarheid of geldigheid van de verhalen en beweringen, maar de kritiek van de kijker richt zich eerder op de personen in deze verhalen, hun daden en de wijze waarop zij zich presenteren in een programma. Martens maakt gebruik van deze kwaliteit van het medium door verschillende rollen aan te nemen zoals de journalist, de kunstenaar, de missionaris, de ontdekkingsreiziger, de hulpverlener enz. Door de veelheid aan rollen wordt de positie van dé westerling in Afrika zichtbaar, omdat de wisseling van rollen de performance van personen in zijn film laat zien. Door zelf rollen te ‘citeren’ en de Congolezen rollen te laten ‘citeren’ (als bijvoorbeeld persfotograaf) uit het koloniaal verleden en de hedendaagse journalistiek en hulpverleningsindustrie creëert de film associatieve verbanden en reflecteert op de huidige positie van de westerling in Afrika. Martens’ ijdele houding speelt door al zijn rollen heen als een spiegel aan het westerse publiek en de journalistiek. Deze spiegel lokte bij sommige geërgerde reacties uit en deze ergernis vormde weer aanleiding tot debat.

In overeenstemming met de televisiejournalistiek produceert de persfotografie ook krachtige emotieve boodschappen maar volgt zij wel een eigen narratieve logica. De foto's in de krant dienen vaak als lokkertje, illustratie en/of getuigenis bij een artikel. Deze functies beïnvloeden de keuze voor het onderwerp. Zo wordt er vaak gekozen voor onderwerpen als ingezoomde emoties, schokkende taferelen (niet te schokkend want dit zou weerzin bij de lezer kunnen opwekken) of iets dat de verbazing van de lezer wekt (Taylor 2000: 133-134). De boodschappen in de persfotografie kunnen meestal alleen worden begrepen in de bredere context waarbij de geschreven tekst een belangrijke betekenisgever is van de foto (129). Betekenis wordt geconstrueerd in de wisselwerking tussen beeld en tekst, maar het beeld domineert de eerste indruk van de geconstrueerde boodschap.

De boodschappen die Martens produceert zijn gedeeltelijk een bewuste kopie van eerder media boodschappen en hebben dan ook dezelfde krachtige emotieve kwaliteit die direct binnenkomt bij de kijker. Zij communiceren echter niet dezelfde vereenvoudigde boodschappen maar staan open voor interpretatie en kritische reflectie. De film creëert zowel een emotieve als rationele ervaring bij het publiek. De subjectieve houding van Martens in zijn essayfilm speelt hierbij een belangrijke rol in contrast met de objectieve houding van de journalistiek. In deze subjectieve positie zijn de principes van de kritische hermeneutiek te herkennen. Kenmerkend voor het hermeneutisch onderzoek is dat er standpunten en meningen worden uitgedragen die niet generaliserend of universeel zijn, maar dat het altijd duidelijk is dat deze specifiek en persoonlijk zijn. Dit is gebaseerd op het klassieke idee dat wanneer wij zo subjectief mogelijk zijn en handelen, wij het meest in de buurt komen van objectiviteit (Hannula 2009: 17). Op basis van deze principes worden er subjectieve boodschappen gearticuleerd die uitnodigen tot meerduidige lezingen. Zijn subjectieve houding maakt hij voor zijn publiek zichtbaar door bijvoorbeeld met de camera zijn eigen gezicht te filmen terwijl hij door de vluchtelingenkampen loopt. Hiermee wordt gelijk het auteurschap van Martens zichtbaar en wordt voor de kijker het subjectieve karakter van de film duidelijk. Ook herinnert Martens het publiek eraan dat zij kijken door de lens van de camera. Dit doet hij door zijn lens niet schoon te maken, de moddervlekken benadrukken de kadrering van de lens. Omdat de boodschappen in Martens' werk overduidelijk vanuit één perspectief worden geconstrueerd dwingen zij niet tot de aanname van een algemene betekenis, zoals bij de “alwetende” verteller in de televisieberichtgeving, maar door het subjectieve perspectief lokken de boodschappen reactie uit.

Een groot contrast tussen de journalistiek en het artistiek onderzoek van Martens is dat zij beide een ander soort waarheid nastreven. In de journalistiek wordt gestreefd naar een ideaal van objectiviteit dat de journalist in een neutrale positie plaatst (Deuze 2004:279). De journalist lijkt een alles overziende blik te hebben waar vanuit kennis geproduceerd wordt. Martens daarentegen laat zijn publiek meekijken vanuit zijn subjectieve positie. De kijker krijgt een beeld van de situatie in Congo zoals Martens het zag. Dit beeld probeert zo eerlijk mogelijk te laten zien dat het door een mens gemaakt is met zijn eigen bagage, eigen belangen en eigen positie in de wereld, het ontkent niet de maker en de markt die bepalend zijn voor de constructie van deze kennis. Op deze wijze reflecteert de film ook op de positie van de journalistiek en de markt waar zij deel van uitmaakt.

De televisiejournalistiek lijkt vaak een objectieve presentatie van feiten, maar er is altijd verhaalstructuur met een gewenst of onbewust effect op het publiek. Een effect dat de beelden van rampen kunnen hebben op het publiek is dat deze het gevoel krijgt dat er toch niets gedaan kan worden aan de problematiek. Deze reactie zorgt voor een passieve houding. Het gevaar zit hem er in dat het lijden van de ander los lijkt te staan van de kijker. Medeleven lijkt een meer gepaste reactie van het publiek, omdat het een relatie suggereert met de ander. Susan Sontag schrijft hierover in haar boek *Kijken naar de pijn van anderen*:

“Het gevoel aanwezig te zijn bij het lijden van anderen, dat door beelden mogelijk wordt gemaakt, suggereert dat er een verbinding bestaat tussen de verre slachtoffers [...] en de bevoorrechte kijker. En dat is eenvoudig niet waar, het is opnieuw een mystificatie van wat we werkelijk vermogen. Als we mededogen voelen, kunnen we ons inbeelden dat we niet medeplichtig zijn aan de oorzaak van het lijden. Ons mededogen is zowel een brevet van onschuld als van onmacht”. (Sontag 2003: 97-98)

Sontag ziet het als onze taak om ons gevoel van mededogen aan de kant te schuiven en na te gaan hoe onze voorrechten zich verhouden tot hun lijden, hoe ze - hoewel we daar liever niet bijilstaan - wellicht direct verband houden met hun lijden, zoals de rijkdom van enkelen de armoede van anderen kan betekenen (98). Renzo Martens neemt deze taak op zich in *Enjoy Poverty* en sluit zich aan bij Sontags idee dat empathie de kijker gerust stelt. Hij spreekt in een interview in het *NRC Handelsbad* de hoop uit dat zijn film empathie onmogelijk zal maken (2008: 8). Het verhaal waarvan de betekenis al jaren op ongeveer dezelfde wijze wordt geconstrueerd krijgt een verontrustende wending voor zowel het publiek als de journalistiek. Martens koppelt het westerse publiek aan de lijdende ander. De film laat zien dat het Westen financiële belangen heeft bij de situatie zoals deze is en dat daarom de situatie niet zal veranderen. De film verzet zich niet tegen deze situatie maar onderzoekt hoe de Congolezen er het best mee kunnen omgaan. Martens komt met twee mogelijkheden: de Congolezen kunnen zelf profiteren van hun eigen ellende als persfotograaf of zij zullen hun eigen ellende moeten accepteren. Beide oplossingen zijn problematisch voor het publiek. Het eerste wordt als immoreel ervaren en ontnemt de westerse journalistiek haar idealistische imago. De tweede opvatting ontnemt niet alleen de Congolezen de hoop, maar ook het publiek. Martens' les in de acceptatie van armoede komt tot uitdrukking in een scène waarin hij een feest organiseert diep in de jungle waar nooit een hulporganisatie komt. Bij zich heeft hij een blauwe neonreclame die hij heeft meegenomen op zijn missie door Congo. De drank en het blauwe licht van de reclame zorgen voor een uitgelaten sfeer en er wordt gedanst en muziek gemaakt. De tekst op de neonreclame is in het Engels zodat deze leesbaar is voor het westers publiek en de boodschap is gebiedend: *Enjoy Poverty*. De boodschap kan op twee manieren begrepen worden, als de boodschap áán de dorpelingen: 'Hoop niet op een betere toekomst maar geniet van je armoede want dat is het enige dat je bezit'. Of als een boodschap gericht op westers publiek, dat armoede begrijpt als iets dat overwonnen kan

worden. Het idee dat we kunnen bijdragen aan de oplossing van het probleem stelt gerust. Martens ontnemt de kijker dit geruststellende gevoel. De combinatie van de woorden enjoy en poverty roept verontwaardiging op, omdat het concept armoede iets is dat overwonnen dient te worden. Martens geeft in zijn film het begrip armoede een nieuwe uitleg. In eerste instantie door het te koppelen aan een handelsdiscours waarbinnen armoede geïnterpreteerd dient te worden als een waardevol exportproduct en later door het te koppelen aan een religieus discours waarbinnen armoede niet overwonnen dient te worden maar geaccepteerd of zelfs genoten. Betekenis wordt hier niet gedeconstrueerd maar eerder ingezet als een strategische vorm van verzet (Pullen, 2008: 674). Deze nieuwe betekenissen verbinden de kijker met de Congolezen omdat de economische relatie zichtbaar wordt gemaakt en de geruststellende hoop ontnomen wordt.

Medialogica

De media tonen een evenement georiënteerde vorm van kennis, de dagelijkse gang van zaken is niet interessant voor de journalistiek (Ekström 2002: 266). Journalisten zijn altijd op zoek naar opvallende gebeurtenissen om over te berichten en andere partijen geven invulling aan deze vraag. Dit geldt ook voor humanitaire hulporganisaties, zij voegen zich naar de medialogica door hun communicatiestrategieën hierop aan passen. Zo wordt er door de communicatiemanagers van humanitaire hulporganisaties gekeken naar welke onderwerpen het best passen in welke televisieprogramma's en hebben zij directe connecties met de eindredacteuren van programma's. Communicatiemanagers ervaren een competitie met andere hulporganisatie en zij zien hun organisatie als een merk dat in de markt gezet moet worden, zo blijkt uit interviews met communicatiemanagers van leidende humanitaire hulporganisaties (Cottle en Nolan 2007: 865-874).

“Aid organizations today, through experience and routine media interactions, know exactly what the media require and reflexively incorporate this into their professional practice and communications strategies. Packaging information and images in conformity to the media's known predilections constitutes the 'media logic' which has now become institutionalized inside aid agencies” (citaat uit Cottle en Nolan 2007: 865, zie het rapport van de IFRCRCS, 2005: 134).

Cottle en Nolan concluderen in hun onderzoek *Global Humanitarianism and the Changing Aid-Media* dat de medialogica, als uiting van bredere commerciële belangen en het veranderende media klimaat, niet in de eerste en vaak ook niet in de tweede plaats geïnteresseerd is in de wereldwijde betrokkenheid en zorg voor de medemens, zoals deze in het verleden werd gepromoot door de leidende humanitaire hulporganisaties, maar vaak juist een schadelijk effect heeft op de idealen en het ethos van deze organisaties in de mediagestuurde communicatie praktijken. De concurrerende mediamarkt vraagt naar beelden van hoge uitzendkwaliteit en is niet geïnteresseerd in de slachtoffers van een bepaalde humanitaire ramp. De medialogica heeft het vermogen om de boodschap van wereldwijde medemenselijkheid uit te hollen en de leven en dood relatie tussen de media en humanitaire rampen te ontkennen en te vervangen door iets dat veel te triviaal is (875-876). Linda Polman, journaliste en schrijfster van het boek *Crisiskaravaan: Achter de schermen van de noodhulp industrie* (2008), observeert dat de marktwerking in de hulpindustrie ervoor zorgt dat de hulp organisaties zich voegen naar de media. Is een ramp aantrekkelijk voor de media dan is deze dat ook voor de hulporganisaties. En ook wanneer het mis gaat bij de hulpverlening, er geldt bij de verkeerde mensen terecht komt of de hulp een verkeerd effect heeft, wordt dit liever stil gehouden voor de pers, want dit zou de inkomsten van de

industrie kunnen schaden. Ook de warlords en corrupte regimes zijn zich bewust van deze medialogica zo blijkt uit interviews die Polman deed met rebellen (*Trouw* 8-11-2008; *Vrij Nederland* 11-10-2008).

De werking van medialogica is van invloed op de informatie die uiteindelijk het publiek bereikt maar ook op de werkwijze van de hulporganisaties en gedeeltelijk zelfs op de wijze waarop er strijd geleverd wordt in conflictgebieden. Zo heeft het niet alleen een negatief effect op de autonomie van de nieuwsvoorziening maar beïnvloed het ook de werkwijze van andere partijen. In de film van Martens neemt het thema van dit gebrek aan autonomie een centrale plek in. *Enjoy Poverty* tracht vanuit een belangenloze positie de belangenrelaties zichtbaar te maken die de autonomie onmogelijk maken in de journalistiek. Doordat ook de film hier niet volledig aan kan ontsnappen (ook de film levert bijvoorbeeld geld op), maakt het de onmogelijkheid tot ontsnappen zichtbaar en door het zichtbaar maken van deze onmogelijkheid bereikt de film haar autonomie en is deze kunst. Omdat deze onmogelijkheid de aard is van het medium. Dit doet denken aan hoe een readymade werkt. Een object dat onderdeel uitmaakt van de kapitalistische consumptiecultuur wordt uit de warencirculatie gehaald en door dit te doen wordt de warencirculatie zichtbaar en tevens de onmogelijkheid te ontsnappen hieraan. Doordat de film *Enjoy Poverty* zichzelf onderzoekt als media-uiting laat deze niet alleen de eigen positie zien, maar toont ook de positie van de journalistieke media. De film maakt door dit zelfonderzoek de rol die de journalistieke media spelen in de consumptiecultuur zichtbaar, omdat het een citaat is van deze media. Het laat zien hoe de media los raken van de sociale realiteit waar zij naar lijken te verwijzen en onderhevig zijn aan de medialogica.

Politieke potentie van kunst

Politiek is de strijd van een niet erkende partij voor erkenning van de gevestigde orde. Volgens filosoof Jacques Rancière is politiek een vorm van esthetiek.³ Esthetiek maakt onderdeel uit van de politieke strijd omdat er gestreden wordt over de verbeelding van de samenleving. Vanuit deze optiek kan kunst een politieke functie vervullen. Rancière stelt dat wie er wel of geen plek krijgt in een regime wordt bepaald door de specifieke deelname aan het zintuiglijke. Wat wordt er gezegd of getoond en wat niet? De ene activiteit is zichtbaar en de andere niet. De ene uiting wordt begrepen als onderdeel van het discours en de andere als ruis. Politiek ontstaat wanneer de bestaande orde wordt verstoord door hen die er geen deel van uitmaken (Rancière 1999: 29). Vanuit de filosofie van Rancière wordt in het boek *Communities of Sense: Rethinking Aesthetics and Politics* de taak geformuleerd die kunst zou moeten aannemen: kunst zou niet het onzichtbare zichtbaar moeten maken door de gegeven informatie in een nieuwe context te plaatsen, maar door het zichtbare opnieuw vorm te geven op een manier die de huidige divisies in de samenleving opdeelt en de distributie van sociale rollen verstoort (Hinderliter et al 2009 11). Zo werkt ook de film *Enjoy Poverty*. De film grijpt in in de huidige divisies in onze geglobaliseerde samenleving en creëert een directe relatie tussen de kijker en de gefilmde Congolezen. In de transformatie van het zichtbare in de journalistiek ligt de politieke potentie van de film. De beelden worden niet simpel in een andere context geplaatst waardoor er een nieuw perspectief kan ontstaan, maar ondergaan een transformatie van betekenis.

Volgens Filosoof Marcus Steinweg articuleert kunst een verschil met de textuur van feiten (Steinweg 2009: 4). De objectieve feiten die een zodanig belangrijke rol spelen in onze wereld vormen ook de basis van journalistieke kennisproductie. Om inzicht te bieden in de wijzen waarop kunst dit verschil kan

³ Rancière definieert het begrip esthetiek als de "wetenschap van het zintuiglijke" en niet als een theorie van kunst.

articuleren beschrijft Steinweg meerdere kenmerken van kunst. Zo heeft kunst iets ongewoons dat het vervreemd in het domein van de gevestigde zekerheden. Met soevereine onafhankelijkheid verzet het zich tegen de toe-eigening door dominante communicatiestrategieën. Ook bezit kunst een antithetisch kritisch element dat het toestaat te reflecteren op haar eigen voorwaarden, maar tegelijkertijd is het van belang dat het kunstwerk zichzelf niet uitput in deze reflectie (4). Steinweg stelt dat ook kunst, zoals elk poneren, een bewering bezit van vorm en keuze, een element van het ontduiken van haar zelfbegrip en een zelfgeruststellend element. Zelfs de meest zorgvuldige analyses bevatten een minimum aan blindheid, vooringenomenheid, oncontroleerbaarheid, geweld en eigenbelang (5). In *Enjoy Poverty* vormt de onmogelijkheid een kunstwerk te creëren dat belangeloos is een belangrijk thema. Enerzijds bekritiseert de film de verborgen belangenrelaties die in de journalistiek een bepalende functie hebben ten aanzien van de kennis die geproduceerd wordt. Anderzijds laat het zien dat het zelf niet aan deze kritiek kan ontsnappen. Door het narratief waarin de belangen van de maker, de Congolezen en het publiek al dan niet behartigd worden, vertelt de film ook iets over de verschillende belangen en de blindheid hiervoor in de journalistiek. *Enjoy Poverty* articuleert een verschil met de textuur van feiten door te laten zien dat feiten de complexe werkelijkheid niet verbeelden.

Volgens Steinweg ligt de politieke potentie van kunst in de eigenschap dat zij enerzijds weigert om de eigen kritische kracht te neutraliseren in een blinde bekrachtiging van de feiten en tegelijkertijd de zekerheid in stand houdt dat er geen kunst kan bestaan zonder eigen blindheid, omdat deze juist de opening markeert naar iets onbekends en nieuws (5). Deze opening tot blindheid als productieve kracht is wat kunst onderscheidt van journalistiek. In de kunst markeren blindheid, ambivalentie en waarheid de status van incommensurabiliteit met een wereld die gelooft in zichzelf als in een feit. Het is niet zo dat er twee verschillende werelden zouden bestaan, er is maar één wereld. Maar deze wereld zonder opening is op geen enkele wijze identiek aan de kennis die het aanbiedt over zichzelf in de vorm van beelden, taal en informatie. De verbindende eigenschap van het kunstwerk verzet zich tegen de verheerlijking van feiten door zichzelf in te schrijven in deze wereld (5). Steinweg:

“The alertness and care of art, its political nature, become visible in its resistance against the temptation to turn itself into journalism, in its resistance against the power of facts, on the one hand, and against the aesthetic, always idealist mistaking of itself in the phantasma of pure art, on the other. Art exists only in the sphere of economic, cultural, social, and political overdetermination. Here it must articulate its distance from everything that limits its claim to autonomy” (Marcus Steinweg 2009: 5)

Om esthetisme te voorkomen moet kunst onderkennen dat een deel van zichzelf ligt in de niet-artistieke sfeer van feiten. Anderzijds moet kunst vasthouden aan haar autonomie om niet te verworden tot een vorm van sociaal politiek engagement of moralisme. Kunst is dat wat het conflict van vorm en vormloosheid doorstaat en het articuleert (8). Volgens Steinweg is het contact dat door de kunst gemaakt kan worden met vormloosheid gelijk aan contact maken met de waarheid. Ik wil mij hier bij aansluiten en herken in dit contact de kennis die de film *Enjoy Poverty* overdraagt aan de kijker.

Samenvattend

De film *Enjoy Poverty* biedt het publiek een geheel eigen ervaring van gefilmde armoede. De belangen in de journalistiek worden verbeeld vanuit een positie die vrijwel belangeloos is maar niet volledig. Deze onmogelijkheid tot volledige autonomie maakt de doelmatigheid zichtbaar. De film schrijft zich in het medialandschap dat het bekritiseert. Te midden van journalistieke kennis die gepresenteerd wordt binnen

de materialiteit van feiten, stelt de film iets aanwezig dat deze materialiteit overstijgt en op deze wijze genereert de film kennis over datgene dat in de journalistiek onzichtbaar blijft. De esthetische ervaring van de film valt samen met het onderzoek naar de economische en emotionele waarde van armoede omdat de film zelf een verbeelding is van armoede. Hierdoor wordt er een andersoortige kenniservaring geproduceerd. Martens onderzoekt zijn eigen rol als maker en daarmee ook de rol van andere makers van gefilmde armoede. In zijn film citeert hij de positie van buitenstaander in Afrika en reflecteert op deze wijze op de huidige positie van de westerling ten aanzien van dit continent. Omdat de film tactieken uit de televisiejournalistiek gebruikt creëert deze krachtige emotieve boodschappen die gelijk binnen komen bij het publiek. Maar tegelijkertijd creëert de film ook een rationele ervaring, ondermeer door de subjectieve houding van Martens. Het subjectieve perspectief zet aan tot interpretatie, in tegenstelling tot de algemene feiten die gecommuniceerd worden in de televisie journalistiek. Deze combinatie biedt de kijker een unieke ervaring. *Enjoy Poverty* werkt gedeeltelijk als een readymade, als citaat van de media en laat op deze wijze zien hoe de media onderhevig zijn aan de medialogica en los raken van de sociale realiteit waar zij naar te lijken verwijzen. De politieke potentie van de film ligt in de transformatie van het zichtbare. De film wijzigt de huidige divisies in onze geglobaliseerde samenleving en creëert een directe relatie tussen zij die kijken en zij die bekeken worden.

Kunst maakt contact met wat in de wereld van feiten onzichtbaar blijft, omdat feiten nooit grip kunnen krijgen op de werkelijkheid. Dit betekent niet dat kunst de werkelijkheid onthult maar zij raakt haar aan door te laten zien dat zij onzichtbaar is. Dit overstijgt louter de persoonlijke groei van de kunstenaar en gaat verder dan kritische reflectie of het aanvoeren van kritische bewijsstukken, zoals in de journalistiek.

Referenties

- Bazin, André. 'The Ontology of the Photographic Image'. Uit *What is Cinema?* Vert. en selectie Hugh Gray. Berkeley: U. of California. 1967: p. 9-16.
- Borgdorff, Henk. *Het debat over onderzoek in de kunsten*. 2006.
<http://www.scienceguide.nl/pdf/20061018E.pdf>. laatst bekeken op 14-1-2010.
- Braembussche van den, A.A. *Denken over kunst: Een inleiding in de kunstfilosofie*. Bussum: Coutinho. 3de herz. Druk. 2006.
- Carrol, Noël. 'Chapter III Concerning Uniqueness Claims for Photographic and Cinematographic Representation'. Uit *Theorizing the Moving Image*. Cambridge: Cambridge UP. 1996: p. 37-48.
- Claus, Sybilla. 'Alle beetjes hulp helpen of toch niet'. *Trouw*, 8 november 2008.
http://www.trouw.nl/achtergrond/deverdieping/article1896192.ece/_Alle_beetjes_hulp_helpen..._of_niet_.html, laatst bekeken op 24-3-2010.
- Cottle, Simon and David Nolan (2007) 'Global Humanitarianism and the Changing Aid Media Field' *Journalism Studies*. 2007: 8: 6: p. 862-878.
- Deuze, Mark. 'Journalism studies beyond media: On ideology and identity' *Ecquid Novi African Journalism Studies*. 2004: 25: 2: p. 275-293.
- Ede Botje, Harm. 'Linda Polman: 'Hulp-verleners moeten weg uit Soedan''. *Vrij Nederland*, 11-oktober 2008 <http://www.vn.nl/Standaard-media-pagina/LindaPolmanHulpverlenersMoetenWegUitSoedan.htm> laatst bekeken op 24-3-2010.
- Ekström, Mats. 'Epistemologies of TV journalism: A theoretical framework' *Journalism*: 2002: 3: p. 259-282.
- Goethem van, Peter. '*Enjoy Poverty*': *Renzo Martens over zijn film Episode III*
<http://www.urbanmag.be/artikel/1522/renzo-martens-over-zijn-film-episode-iii>. laatst bekeken op 14-1-2010.
- Gray, Carole, Julian Malins. *Visualizing Research. A guide to the research process in art and design*. Aldershot: Ashgate. 2004.
- Hannula, Mika, Juha Suornta, Tere Vadén et al. *Artistic Research: Theories, Methods and Practices*. Helsinki: Academy of Fine Arts. 2005.
- Hannula, Mika. 'Catch Me If You Can: Chances and Challenges of Artistic Research'. *Art and Research*. 2009: 2: 2.
- Hinderliter, Beth, et al. *Communities of the Sense: Rethinking Aesthetics and Politics*. Durham: Duke University Press. 2009.
- International Federation of the Red Cross and the Red Crescent Societies (IFRCRCS) *World Disasters Report: focus on information in disasters*, Bloomfield, CT: Kumarian Press. 2005.
- Kessels, Jos, Fred Korthagen. 'The Relation between Theory and Practice: Back to the Classics'. Uit: *Linking Practice and Theory*, F.A.J. Korthagen (ed). New York: Lawrence Elrbaum Associates, 2001.

- Macleod, Katy, and Lin Holdridge. *Thinking through Art. Reflections on Art as Research*. Londen: Routledge. 2006.
- Martens, Renzo. *Episode III: Enjoy Poverty*. Videofilm. Productiemaatschappij: Menselijke Activiteiten/Inti Films. 2008.
- Mead, Walter B. “‘I Know More Than I Can Tell’: The Insights of Michael Polanyi”. *Modern age*, 2007: 49: 3: p. 298.
- Oger, Erik. *Jacques Derrida*. Kapellen: Pelckmans. 1995.
- Polanyi, Michael, *Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy*. Taylor Francis e-Library, 2005/1958.
- Polman, Linda. *Crisiskaravaan: Achter de schermen van de noodhulp industrie*. Amsterdam: Uitgeverij Balans. 2008.
- Pullen, Christopher. ‘AIDS orphans, parents and children in documentary: disclosure, performance and sacrifice’ *Media Culture Society*. 2008: 30: 663.
- Rancière, Jacques. *Dis-Agreement: Politics and Philosophy*. Vert. Julie Rose. Minneapolis: University of Minnesota Press. 1999
- Rascaroli, Laura. ‘The Essay Film: Problems, Definitions, Textual Commitments’. *Framework: The Journal of Cinema and Media*. 2008: 49: 2: p. 24-47.
- Shottenkirk, Dena. ‘Research, Relativism, and Truth in Art’. *Art and Research*. 2006/07: 1: 1.
- Somers, Maartje: ‘Afrika, tel uit je winst; Renzo Martens over zijn nieuwe film 'episode 3’’. *NRC Handelsblad*, 7 november 2008: Cultureel supplement p. 8-9.
- Sontag, Susan. *Kijken naar de pijn van andere*. Vert. Heleen ten Holt. Amsterdam: De Bezige Bij. 2003.
- Steinweg, Marcus. ‘Nine Theses on Art’. *Art and Research*. 2009/10: 3:1.
- Sullivan, Graeme. *Art Practice as Research. Inquiry into the visual arts*. Thousand Oaks: Sage. 2de druk. 2009.
- Taylor, John. ‘Problems in Photojournalism: realism, the nature of news and the humanitarian narrative’. *Journalism Studie*. 2000: 1: 1: p. 129–143.