

Cultuurparticipatie: kwestie van kunnen kiezen

WIE spreekt er nog over cultuurparticipatie?

Het thema komt in de geschiedenis van het cultuurbeleid terug met de regelmaat van een trage omwenteling rond de zon.

In mijn kinderjaren vond de bibliothecaris het vooral goed dat zijn boeken niet te snel beduimelden. En vermeed de conservator van het stedelijk museum dat de tentoongestelde keramiëkscherven te veel licht kregen – licht dat helaas een noodzakelijk kwaad is als je archeologische opgravingen wil blootstellen aan de bewonderende ogen van bezoekers. Maar zo zag men dat toen: de zorg voor de bewaring van het cultuurproduct was belangrijker dan het toegankelijk maken ervan.

Vijf jaar na de laatste omwenteling komt het participatiedebat – een naam die de cultuurpers eraan heeft gegeven – weer terug. Ook de huidige minister van Cultuur plaatst participatie in het zenit van haar beleid.

79

CULTUURPARTICIPATIE:
KWESTIE VAN KUNNEN
KIEZEN

CULTUURGEBIED! NIET BETREDEN

Ik heb over dit thema de voorbije jaren al regelmatig geschreven; de redeneringen en metaforen lijken opgebruikt. Behalve die ene. Er is een opvallende gelijkenis tussen zorg voor cultuur en zorg voor natuur. Het zijn beide broze domeinen. Er zijn veel natuurgebieden waar het publiek niet in mag. Dat heeft alles van doen met de kwetsbaarheid van sommige gebieden, fragiele evenwichten die door verstoring in het gedrang komen. Als de bomen wat groter zijn, de planten volgroeid, als de jongen zijn uitgevlogen, dan mogen we er wel in. Ook de term 'biotoop' komt uit de sector van het natuurbehoud. Een natuurgebied kan zo'n hoge waarde hebben dat we accepteren dat het publiek het niet mag betreden, omdat we het moeten beschermen. We kennen dus een hoge intrinsieke waarde toe aan de kwaliteit van de inhoud

van dergelijk gebied. Kan een kunstcreatie zo'n hoge waarde hebben dat we accepteren dat het publiek het niet of maar met mondjesmaat mag betreden, onder meer omdat het belangrijk is voor de artistieke ontwikkeling van een kunstenaar of een discipline?

Ik ben geneigd om daar met 'ja' op te antwoorden. We meten immers de kwaliteit van een bos niet af aan het aantal bezoekers en wandelaars in dat bos. Dat wens ik evenmin te doen met een theatervoorstelling, een danscreatie of een beeldend kunstwerk. Meteen betekent dit dat ook hier de kwaliteit en de waarde de norm moeten zijn.

Daarmee is een oude paradox uitgeklaard en een val vermeden: we meten de kwaliteit van een artistieke, een erfgoed- of een sociaal-culturele werking of product niet af aan het aantal 'betreders', maar aan de intrinsieke waarde ervan. Het ontlast me van een onrealistisch en in absolute termen te voeren pleidooi pro cultuurparticipatie. Ik mag de twee zijden uit elkaar houden. Voor mij is dat al duidelijk: de discussie over cultuurparticipatie interfereert niet met deze over artistieke waarde. Het zijn twee systemen, twee kaders die weliswaar als *layers* boven elkaar schuiven, maar geen onderlinge interactie hebben. Er is aan de ene kant het discours over de kunsten en de andere cultuuruitingen zelf en er is aan de andere kant het discours over de participatie. Dat zijn dus twee verschillende discoursen.

Een aantal (inkleuringen van) misverstanden over cultuurparticipatie zijn het gevolg van een interferentie van deze twee systemen. Als je ze uit elkaar houdt, kan het debat zuiver worden gevoerd.

INDIVIDUALISERING VAN DE VRIJETIJDSEBESTEDING

De ontwikkeling van de vrijetijdsbesteding vanaf 1975 kan het best worden gekarakteriseerd met de term individualisering¹. Het individualiseringsproces blijkt een belangrijk kenmerk van het huidige tijdsgezicht. Critici leggen een verband tussen het individualiseringsproces en verschijnselen zoals streven naar privacy, nadruk op persoonlijke ontplooiing enzovoort.² In de ontwikkeling van de laatste decennia zien we nog een aantal gerelateerde trends.

Vooreerst is er de democratisering van de vrijetijdsbesteding: de grote verschillen tussen de consumptie van de gegoede burgerij en het volksvermaak zijn geleidelijk verdwenen. We zien ook privatisering, dat is de 'verhuiselijking' van de vrije tijd, het feit dat we steeds meer

1 THEO BECKERS en HUGO VAN DER POEL, *Vrije tijd tussen vorming en vermaak, een inleiding tot de studie van de vrijetijd*, Stenfert Kroese, 1990, p.113.

2 *Het lokale profiel*, Sociaal en Cultureel Planbureau, Rijswijk, 1994, p.10.

vrijetijds mogelijkheden hebben thuis en er ook meer gebruik van maken. Je kan spreken van een private amusementsvoorziening (incl. vormen van cultuurverspreiding zoals home cinema en *on demand*-televisie, internet, mp3 en 4-speler, spelconsoles enzovoort). Deze heeft zich veel sterker ontwikkeld dan de consumptie van cultuur buitenshuis (concert- of theaterbezoek, bioscoop). Daarmee samenhangend stellen we een hang naar autonomie vast. Er is een diversificatie van de vrije tijd door het breder repertoire van culturele vrijetijdsvoorzieningen.

Een belangrijke tendens bij de vrijetijdsbesteding is die van het hedonisme, een op genot gerichte levensstijl. En ten slotte mogen we spreken van segmentering: niet langer zijn maatschappelijke stand of levensbeschouwing een bindend principe op de vrijetijdsmarkt, maar wel een gemeenschappelijke smaak of voorkeur.

Al deze trends zijn volgens Knulst¹ terug te voeren op een steeds sterkere individualisering. Toch zijn democratisering en individualisering in zekere zin ook tegenstrijdig. Heeft de democratisering een egalitair karakter, dan verwijst de individualisering naar een grotere onderscheidingsdrang van de mens. Naar mijn mening is één van de belangrijkste redenen waarom democratisering van de cultuur zo onder vuur komt te liggen, precies deze steeds sterker wordende individualiseringstrend. De drang naar identiteit en dus groter verschil verdringt de culturele solidariteit en verdelende rechtvaardigheid.

Deze evolutie gaat gepaard met een trend van mondialisering. Cultuurgoederen en -uitingen worden mondiaal: de nieuwste cd van Bruce Springsteen ontsnapt niet aan de aandacht van één krant waar ook ter wereld, het nieuwjaarsconcert uit Wenen komt wereldwijd op televisie, MTV en McDonald's veroveren de aardbol. Dit gaat samen met de verspreiding van symbolen, gewoontes, goederen. Het gevolg is een beweging in de richting van uniformiteit. We zien overal dezelfde klerwinkels, hamburgertenten, pizzahutten, vrijetijdsschoenen... overal u2, Madonna, Pavarotti. De media, waarvan de dragers zelf cultuurgoederen zijn en zich vermenigvuldigen als mieren, dragen bij tot deze wereldwijde stromingen.

DE WORTELS VAN DE CULTUURPARTICIPATIE

Ik ben niet van plan de geschiedenis van de cultuurparticipatie te schetsen. Toch moet ik eerst even terug naar het verleden. Eind jaren 70

¹ WALTER KNULST, *Toekomstige ontwikkelingen in het uitgaansleven*, Nederlands studiecentrum, 1986, geciteerd in *Vrije tijd tussen vorming en vermaak*

verkeerde het prille Vlaamse cultuurbeleid in een soort trance. Er was een haast absoluut geloof in de goede werken en effecten van de cultuurspreiding. De cultuurcentra en de openbare bibliotheken zijn kinderen van deze tijdgeest. Er heerste een rotsvaste overtuiging over de maakbaarheid van de samenleving, zelfs ook van mensen. Vergeet niet dat we hier spreken over de prille stappen van een zich ontvoogdende Vlaams deelstaat. Die prille stappen werden gezet op het terrein van de cultuur. Het symbolische gehalte van die Vlaamse cultuur was bijzonder groot. En er heerste een geloof in de emanciperende kracht van het Vlaamse culturele leven. De kunsten werden bekeken door een sociaal-culturele bril. De kunst moest bij de mensen worden gebracht, vooral in die richting, minder vice versa. Dat ze beide loten zijn van dezelfde boom, zie je aan het feit dat een organisatie als Kunst in Huis werd opgericht op initiatief van de cultuurcentra. De filialen werden gehuisvest in vijf centra, net als vele openbare bibliotheken. Ze zijn een illustratie van het denken over cultuurspreiding in dat tijdsgewricht, de jaren 70 van de vorige eeuw. Zoals boeken werden gespreid en uitgeleend, werd kunst gespreid en uitgeleend. De filialen zijn er nog altijd.

Het is een gevolg van een visie op de democratisering van kunst en cultuur. Men wilde cultuur voor allen toegankelijk maken, de kunst naar het volk brengen, de drempels wegnemen. Cultuur dichterbij de mensen brengen werd gezien als een wondermiddel. Cultuur zou gespreid worden en dus is er bijzonder veel geïnvesteerd in stenen en beton. Deze vorm van spreiding heet territoriale of horizontale cultuurspreiding. Al gauw bleek dat een en ander niet zo werkte, zeker niet zo krachtig en absoluut als verwacht. Het botste snel op grenzen. Sinds de jaren 70 van de vorige eeuw kenden we een enorme toename van het aantal culturele voorzieningen, infrastructuur en organisaties. Je zou kunnen stellen dat er geen auteur, geen theatermaker of beeldende kunstenaar was die niet doordrong tot de kleinste gehuchten of verste uithoeken van Vlaanderen.

De beperkingen werden echter steeds duidelijker. Horizontale spreiding brengt cultuur effectief dichterbij mensen. En dat zorgt, zeker in het geval van toegankelijke en eerder populaire cultuur, voor een participatieverhogend effect. Maar het werkt niet voor 'hogere', voor moeilijker of minder toegankelijke cultuurvormen. Zelfs de aanwezigheid van een kunstenhuis om de hoek is geen waarborg voor deelname, integendeel. Vaak roept die 'moeilijke kunst' weerstand en tegenstand op bij nauw betrokkenen, bij amateurkunstenaars, bij omwonenden.

Hier speelt de verticale spreiding, ook wel sociale cultuurspreiding genoemd. Die is nauw verbonden met kennis en gewoonte. 'De belangstelling voor kunst ontstaat uit de mogelijkheid en het vermo-

gen om ermee om te gaan. Vandaar dat het aanbod niet voldoende is, ook het vermogen moet ontwikkeld worden en hetzelfde geldt voor de omstandigheden.¹ Het vermogen om met kunst en cultuur om te gaan is universeel van aard – het is gelegen in de menselijke fantasie – maar kan door oefening worden ontwikkeld. Bij cultuurspreiding gaat het precies om de spreiding van het vermogen en de mogelijkheden om kunst te genieten.

Dit komt aardig in de buurt van de verder geschetste kerngedachte bij cultuurparticipatie, namelijk de maximalisatie van de keuzemogelijkheden.

CULTUURSPREIDING EN CULTUURPARTICIPATIE, MOET HET WEL ZO NODIG?

83

CULTUURPARTICIPATIE:
KWESTIE VAN KUNNEN
KIEZEN

Moet cultuur wel zo nodig gespreid? En welke cultuur dan wel? Er is immers een relatie tussen cultuurspreiding en cultuurparticipatie. Maar we zien ook de beperkingen van de spreiding.

Nogal wat wetenschappers en cultuurcritici menen dat het streven om cultuur onder de mensen te brengen dient beschouwd te worden als een uitzichtloos achterhoedegevecht. Daarbij stellen politici vaak meteen de vraag of het allemaal wel zoveel geld moet kosten. Is dat nodig? Kan de vrije markt – in een spel van vraag en aanbod – de cultuurspreiding niet beter reguleren?

Of moet je dit project eerder bekijken als een eeuwigdurende strijd, een project van zeer lange adem?

Ik baseer mijn verantwoording o.a. op Hans Blokland. Hij heeft in het verleden veel over dit thema gepubliceerd. In een artikel in *het Boekmancahier* ontvouwt hij een aantal redenen om cultuur te spreiden. Ik vat ze samen:²

Men kan een democratische of egalitaire drijfveer achter de cultuurspreiding onderscheiden.

Er is een belangrijk verband tussen het kunnen deelnemen aan cultuur en het kunnen participeren in de bestaande democratische structuren.

Cultuur is een *welfare good*: zij vormt een voorwaarde om andere waarden te kunnen realiseren.

Cultuurspreiding is gewenst om de dialoog tussen de samenleving en de kunstwereld gezond te houden.

1 HANS VAN MAANEN, *Kunstspreiding of kunstmarketing*, *Boekmancahier*, 10/1991, p. 414

2 HANS BLOKLAND, *Cultuurspreiding, distinctie en beschaving*, *Boekmancahier*, 5/1990, p. 227 e.v.

Cultuurspreiding heeft als waardevol bijproduct dat de maatschappij er als geheel voordeel bij heeft.

Het zou inconsistent zijn om mensen enerzijds bepaalde rechten te verlenen, maar anderzijds indifferent te staan ten opzichte van de vraag of zij hiervan ook gebruik kunnen maken.

We moeten ook een tweede vraag beantwoorden. Moet de overheid een bijdrage leveren aan de cultuurspreiding? En hoe? Kunnen en moeten we deze opdracht niet overlaten aan de markt? Er zijn hierbij drie elementen van belang:¹

De overheid draagt tot op zekere hoogte verantwoordelijkheid voor het welzijn van de burgers. Cultuurparticipatie en -beleving zijn een essentieel onderdeel van dat welzijn.

Als we ervan uitgaan dat de samenleving belang heeft bij de productie en communicatie van nieuwe zienswijzen – kunst vernieuwt het waarnemingssysteem van wie ermee wordt geconfronteerd – door haar burgers, dan is de overheid ook verantwoordelijk voor de productie, distributie en receptie van kunst in de samenleving.

Alle mensen hebben recht op de ontwikkeling van een individueel kunstzinnig vermogen.

Blokland stelt dat het bevorderen van cultuurparticipatie niet langer gaat over het overdragen van een bepaalde esthetische voorkeur, maar wel om het scheppen van de sociale condities waarin eenieder, ongeacht zijn sociale afkomst, de mogelijkheid krijgt om zelf een esthetische voorkeur te ontwikkelen, en zelf te bepalen of hij al dan niet wenst te participeren aan bepaalde culturele activiteiten. Autonomie vormt hier het sleutelwoord, maar de 'vrijheid' waarop Blokland zich beroept, is geen negatieve (vrij van) maar een positieve vrijheid (vrij tot). Positieve vrijheid staat voor die vorm van vrijheid waarin mensen over de capaciteiten beschikken om keuzes te maken.

Interveniëren in de ongelijke cultuurdeelname kan er niet in bestaan de (geprefereerde) cultuurvorm zelf aan anderen op te leggen, maar kan er wel in bestaan de mogelijkheden van mensen te vergroten, vertrekkende vanuit hun capaciteiten, zodat ze zelf hun geprefereerde cultuurvormen kunnen kiezen. Het gaat er dan om de culturele vaardigheden en kennis van mensen te vergroten. In de vermogensontwikkeling van personen in armoede, bijvoorbeeld, vindt Blokland de meest fundamentele en normatieve reden om een inspanning te doen op het vlak van cultuurparticipatie: het is immers inconsistent om het 'recht op cultuur' van mensen in armoede te beklemtonen, wanneer zij

¹ Gebaseerd op HANS VAN MAANEN, *Kunstspreiding of kunstmarketing?*, Boekmancahier, 10/1991, p 416 en 417

niet over de vermogens beschikken om deze rechten te beleven. Het gaat hier niet om het opdringen van één bepaalde cultuurbeleving, maar wel om het ontwikkelen van hun mogelijkheden om een divers cultuurpalet te leren kennen, en aldus keuzes te maken. Essentieel is dat mensen ook werkelijk iets te kiezen hebben, en dit hangt af van de mate waarin iemand vrij is. Participatie aan cultuur in een realiteit van sociale ongelijkheid kent geen andere mogelijkheid dan de moeilijke weg van het bevorderen van positieve vrijheid.¹

Is er een verhouding tussen participatie in de brede zin en cultuurparticipatie? Het zijn twee loten van dezelfde boom. Je zou kunnen stellen dat cultuurparticipatie de heftigste of sterkste vorm is van participatie aan de samenleving. Maar het is omgekeerd ook een belangrijk signaal: wie niet deelneemt aan het cultuurleven van zijn samenleving, doet dat ook niet op andere vlakken. Armoede leidt meestal tot uitsluiting, ook tot culturele uitsluiting. Culturele exclusie gaat samen met een gebrekkige onderwijsparticipatie, problematische sociale integratie, weinig kansen op werk... Cultuurparticipatie is zoiets als de vuurtoren die een krachtig waarschuwingslicht verspreidt.

Omgekeerd dromen idealisten zoals ik wel eens van de positieve effecten en de meerwaarde van cultuurparticipatie voor de algemene participatie. Wie aan de cultuur van zijn samenleving meedoet, zet belangrijke stappen in integratie en emancipatie. Juist, maar ik weet ook dat het maar kan werken als dit kan samengaan met een volwaardige participatie op het vlak van wonen, werken, onderwijs enzovoort. Cultuur werkt als een hefboom met een positieve invloed op het zelfbeeld en een impact op de vorming van groepen en gemeenschappen.

PARTICIPATIEDREMPELS EN -ONDERZOEK

Er is ondertussen veel onderzoek gedaan naar de participatiedrempels. *La Distinction* van Pierre Bourdieu² is een standaardwerk. Ook in ons taalgebied verschenen veel werken over dit thema, die zonder uitzondering refereerden naar zijn werk. Hoewel *La Distinction* wat gedateerd is, vooral omdat de data uit het empirisch onderzoek uit de jaren 70 dateren, toch blijft het een belangrijk werk.

1 HANS BLOKLAND, *Vrijheid, autonomie, emancipatie. Een politiek-filosofische en cultuurpolitieke beschouwing*, Eburon, Delft, 1991, in *Kunst in deze wereld*, Nico CARPENTIER, ERIC CORIJN, ERWIN JANS en IVO JANSSENS, Demos vzw, Brussel 2010

2 PIERRE BOURDIEU, *La distinction: critique sociale du jugement*, 1979, Les Editions de Minuit

Bourdieu onderstreept het belang van het primaire en secundaire socialisatiemilieu. Participatie, of zeg liever interesse voor participatie, wordt gewekt bij socialisatie. In eerste instantie en dominant bij de primaire socialisatie, dit is hoofdzakelijk in het gezin, tijdens de opvoeding dus. Wie gewoon is van thuis over kunst te horen en te spreken, voor wie uit een gezin komt waar tentoonstellingen of concerten even gewone onderwerpen zijn als dure auto's of inkomen, is kunst ook gewoon.

Daarnaast is er een grote invloed van de secundaire socialisatie, die hoofdzakelijk op school gebeurt, tijdens de opleiding. Vandaar het belang van een actieve aanwezigheid en deelname aan culturele activiteiten tijdens de schooltijd, van het kleuteronderwijs tot het secundair onderwijs.

Daarnaast ben ik ervan overtuigd dat er veel alternatieve en complementaire sporen en factoren zijn. Er zijn veel mensen die via andere kanalen dan het gezin of de school, tot een actieve kunstinteresse en deelname komen. Via een toevallig gesprek, een tentoonstellingsbezoek of cursus, via kranten, tijdschriften of het internet, via een inspirerende rondleiding enzovoort. Zeker in onze gemediatiseerde samenleving, maar ook door het verenigingsleven, kunnen belemmeringen op zijn minst gedeeltelijk worden overwonnen.

Maar eerst wil ik nog even de determinanten van kunstparticipatie hernemen. Dat zijn hoofdzakelijk de culturele competentie (in functie van een maximale keuzevrijheid en in functie van het onderscheidende vermogen), de eerlijke verdeling van culturele rijkdom, een verstaanbare communicatie (voor het overwinnen van informatiedrempels), de diverse materiële (bijvoorbeeld vervoer, openingsuren) en financiële drempels, statusfactoren – sommige mensen wonen concerten van grote orkesten bij, zeker evenveel om 'gezien' te worden als voor de muziek; jongeren gaan massaal naar muziekfestivals om 'erbij te horen' in de vriendengroep – zowel in negatieve als in positieve zin, identificatie en (on)bekendheid met rituelen.

Uit onderzoek in Nederland komen vijf determinanten van cultureel gedrag naar voren. Dat zijn culturele competentie (samenhangend met opleiding en vorming), streven naar sociale waardering (gelinkt aan het sociale netwerk), de beschikbare tijd, de financiële bestedingsruimte en de ruimtelijke aspecten (bereikbaarheid van het aanbod en mobiliteit van het publiek).¹

¹ INE Vos, *Cultuurparticipatie en maatschappelijk kwetsbare groepen*, in opdracht van CultuurNet Vlaanderen. In nauw overleg en samenwerking met Kunst en Democratie, Brussel, 2003

Bij ons werd de voorbije jaren door Re-creatief Vlaanderen, een universitair samenwerkingsverband dat in opdracht van de Vlaamse overheid onderzoekt doet naar effecten van en deelname aan culturele en sportactiviteiten, een grootscheeps onderzoek gevoerd om correcte informatie over cultuureducatie en -participatie van Vlamingen in Vlaanderen en Brussel te vergaren. De conclusies zijn bijzonder interessant. De opvolger van Re-creatief Vlaanderen, het Steunpunt beleidsrelevant onderzoek Cultuur, Jeugd en Sport publiceerde in februari 2011 de resultaten van de Participatiesurvey 2009¹. In opdracht van de Vlaamse overheid werden in 2009, 3144 Vlamingen tussen 14 tot 85 jaar uitgebreid en gedetailleerd bevraagd over hun participatiegedrag. Het ging om een opvolgingsonderzoek dat ook al in 2003-2004 plaatsvond, en het levert voor veel rubrieken vergelijkende gegevens.

Er blijkt globaal een lichte toename van de participatie aan kunst en cultuur sinds het vorige onderzoek, te lezen in dit tabelletje dat de totalen bevat van podiumkunsten, bioscoopbezoek, erfgoedactiviteiten, musea/tentoonstellingen, concerten en literaire evenementen.

87

CULTUURPARTICIPATIE:
KWESTIE VAN KUNNEN
KIEZEN

Tabel 1: Publieke kunsten- en cultuurparticipatie

	03 - '04	'09	+ OF -
0 KEER	32,3 %	29,8 %	- 2,5 %
1-2 KEER	21,5 %	22,4 %	+ 0,9 %
3-6 KEER	22,9 %	23,9 %	+ 1,0 %
7+ KEER	23,2 %	23,9 %	+ 0,7 %

Op het vlak van cultuurparticipatie stelt het onderzoek echter ook vast dat in de voorbije zes maanden 81,9 % van de Vlamingen niet participeert aan concerten, 75,1 % niet aan theater en 72,4 % niet op museumbezoek gaat. Dat zijn wel hoge cijfers.

Interessant is de wijze waarop journaliste Sarah Theerlynck in *De Morgen* van 10 februari 2011 de resultaten interpreteert. 'De modale Vlaming doet behoorlijk vaak aan cultuur. Bijna de helft van de ondervraagden gaat af en toe naar een erfgoedactiviteit of een podiumvoorstelling en naar schatting één vierde van de Vlamingen gaat minstens één à twee keer per half jaar naar de bioscoop. De cijfers gaan echter in dalende lijn naarmate de activiteit 'kunstiger' wordt: zo'n 18 procent van alle Vlamingen gaat wel eens naar een museum of expo, terwijl maar 9 procent soms een klassiek concert bijwoont. (...) Interessant wordt het ook als je de zaken omdraait. In 2003-2004 ging driekwart

¹ JOHN LIEVENS en HANS WAEGE (red.), *Participatie in Vlaanderen 1. Basisgegevens van de participatiesurvey 2009, 2011*, Acco

van de Vlaamse bevolking nooit naar een theater- of dansvoorstelling, vijf jaar later was dat "maar" 69 procent.'

Jongeren nemen meer deel aan culturele activiteiten. Er is een opmerkelijke vermindering in deelname vanaf 60 jaar. Opvallend is ook dat de voeling voor cultuur die iemand meekrijgt van thuis of via school, voor alle leeftijden en generaties eenzelfde positief effect heeft op de participatie.

Voor het eerst werd ook het verenigingsleven gepeild. Het kent nog altijd een groot bereik. Bijna zes op tien Vlamingen is actief betrokken bij een vereniging. De deelname is echter ongelijk gespreid over de bevolking. Bepaalde sociale groepen en kansengroepen blijken nog altijd moeilijk bereikbaar.

Vergeleken met de cijfers van de cultuurparticipatie uit 2003-2004 is er een duidelijke stijging in het aantal mensen dat het internet gebruikt om zich te informeren over cultuur (van 32 % naar 58 %), om cultuurproducten te verwerven (van 19 % naar 45 %) en om cultuur te beleven via het internet (van 15 % naar 21 %). De nieuwe media blijken het lezen niet te verdringen. Een hoog internetgebruik stimuleert integendeel om een boek vast te nemen.

Ruim een derde van de Vlaamse bevolking beoefent in de vrije tijd minstens één vorm van amateurkunst. De amateurkunstenaars zijn vaak breder actief in hun vrije tijd en hebben een groter sociaal vrijetijdsnetwerk.

Het bibliotheekbezoek neemt af. Verrassend is dat niet. Ik ben ongerust over de ontleding. Op een half jaar gaan nu 33 procent van de mensen nog naar een openbare bibliotheek, in 2003-2004 bedroeg dat cijfer nog 37 procent. Kinderen brengen hun ouders in de bibliotheek. Interessant.

Er worden zeven types van drempels onderscheiden: informatie-drempels, fysieke beperkingen, sociale drempels, geografische drempels, financiële drempels, tijdsgebrek en motivatiedrempels. De motivatiedrempel is veruit de belangrijkste drempel, daarna komen het tijdsgebrek en de geografische drempel.

De onderzoekers stellen vast dat de informatie- en financiële drempel maar beperkt spelen.

De media, het middenveld en ouders spelen een doorslaggevende rol in de culturele bagage. Er bestaat nog altijd een grote ongelijkheid in cultuurdeelname naar opleidingsniveau, gezinssituatie, leeftijd en subjectief inkomen. Het onderzoek bevestigt eerdere vaststellingen dat er een omvangrijke invloed is van het scholingsniveau op de participatie.

Het genoten hebben van cultuureducatie op school heeft een omvangrijk positief effect op cultuurparticipatie. Wie cultuureduca-

tie op school genoot, heeft 2,16 keer meer kans om frequent theater- of dansvoorstellingen bij te wonen, 1,9 keer meer kans om amateurkunsten te beoefenen.

Wie ouders heeft/had die aan cultuur deelnemen/deelnamen, heeft 1,73 keer meer kans om zelf podiumvoorstellingen bij te wonen, 2,53 keer meer kans om zelf klassieke concerten bij te wonen en 2,27 keer meer kans om zelf aan amateurkunsten te doen.

School, scholing en thuismilieu zijn dé sleutels voor een op participatie gericht beleid.

De invloed van de opleiding is groot. Hogeropgeleiden doen meer. Dat is opnieuw vastgesteld voor zowat alle participatievariabelen met betrekking tot cultuur en het verenigingsleven; de enige grote uitzondering is het intensief televisiekijken. Dit ligt in lijn met ander onderzoek: deels verschillende leefwerelden, deels andere attitudes. Het gaat zover dat de conclusies stellen dat het opleidingsniveau de sociologische 'breuk'lijn vormt waarlangs ook verschillen in participatie in belangrijke mate begrepen kunnen worden.

HET PUBLIEK EN DE DOELGROEPEN

Rudi Laermans¹ stelt dat er verschillende 'publieken' bestaan. Die hebben uiteenlopende functies voor de betrokken sectoren, wat pleit voor een gedifferentieerd of onderscheidend publieksbeleid, liefst alweer tot op het niveau van particuliere instellingen. Het kleine, in de regel hoogopgeleide kernpubliek vervult in iedere kunstwereld (...) steeds ook de rol van *peer group*. Haar bestaan maakt dat de directe sociale resonantie van het aanbod niet beperkt blijft tot medeproducenten of critici, maar ook een deel van de niet-professionele participanten omvat. De tweede kring van belangstellende participanten, die meerdere keren per jaar *acte de présence* geven, waarborgt op zijn beurt een structureel draagvlak in de omgeving van een kunstwereld. Als 'outcrowd' van de 'incrowd' voorkomt hij dat een kunstwereld effectief een sociaal eiland wordt (...), zonder meervoudige uitwisselingsrelaties met de omgeving. De derde en laatste schil omvat de incidentele bezoekers of deelnemers. Die uitdrukking moet letterlijk worden genomen. Het gaat vaak om mensen met weinig of geen intrinsieke belangstelling voor het aanbod: ze zijn passanten, eerder dan participanten.²

1 RUDI LAERMANS, *Het Vlaams cultureel regiem. Onderzoeksrapport in opdracht van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap*, Administratie Cultuur, 2003

2 Idem, p. 185

CULTUURPARTICIPATIE, EEN KWESTIE VAN KUNNEN KIEZEN

90

CULTUURPARTICIPATIE:
KWESTIE VAN KUNNEN
KIEZEN

Dertig jaar geleden werd niet gesproken over cultuurparticipatie, zeker niet in de termen van vandaag, wel van cultuurspreiding, toen gezien als de belangrijkste voorwaarde voor participatie. Cultuurspreiding maakt deel uit van een 'voorwaardenscheppend' beleid, zoals dat heet.

Cultuurparticipatie gaat over de maximalisatie van de keuzemogelijkheden. Het gaat dus over 'keuze'. Om een keuze bewust te maken moet je inzicht in en overzicht van de mogelijkheden hebben. Deelname aan culturele activiteiten en een intense beleving ervan vergen niet alleen een gezonde nieuwsgierigheid, maar ook (voor)kennis, een referentiekader, mentale openheid: kortom culturele competentie. Wie die bezit heeft meer kans op een autonoom bestaan. Wie op de hoogte is van alternatieve ideeën, waarden, opvattingen, smaken en stijlen, is in staat reële keuzes in het leven te maken.¹ Niets moet, kunst lenen moet net zo min als naar een televisiesoap kijken. Vergelijk het met het onderwijs. Je kan de vraag of iedereen naar de universiteit moet eenvoudig met 'nee' beantwoorden. Maar, iedereen moet wel de kans krijgen, of preciezer gezegd een maximale toegang krijgen tot voortgezet onderwijs. Er is al decennia een consensus in de samenleving dat we permanent moeten werken aan het slopen van onderwijsdrempels, al gaat geen meerderheid naar het hoger onderwijs. Gelukkig is dat aantal de voorbije decennia sterk gestegen.

Cultuurparticipatie is van hetzelfde gehalte als onderwijsparticipatie. En dus is het zinvol. Je moet de mensen de 'kansen' bieden om te kiezen, en dus ook om af te wijzen. Er zijn nog veel belemmeringen, te veel om van een volledige keuzevrijheid te kunnen spreken. Die belemmeringen situeren zich op het materiële, het intellectuele en het sociale vlak. We moeten die hindernissen afbouwen, omdat we daar om humane redenen toe verplicht zijn. Als kunst en cultuur waardevol zijn, dan moeten we er zo'n groot mogelijke toegang toe geven.

Ik ben een van die gelukkige mensen die kan kiezen. Als ik liever kies voor een avondje voetbal op televisie, in plaats van een theatervoorstelling in de schouwburg, dan is dat een bewuste keuze en mijn eigen verantwoordelijkheid. Wellicht lever ik op die wijze ook een bijdrage tot de verbetering van de sociale mix bij het voetbalminnende publiek. De kritiek dat het publiek van nogal wat kunsthuizen niet de samenstelling van de bevolking weerspiegelt, is finaal een loze kritiek. Ja, natuurlijk is dat zo, en dan? Is dat de schuld van

1 HANS BLOKLAND, *Cultuurspreiding, distinctie en beschaving*, Boekmancahier, 5/1990.

de kunstenaar of van de organisatie? Ik durf te veronderstellen dat het er in het voetbalstadion ook zo aan toe gaat. Is dat dan ook de schuld van de voetballer of de club? Of zou dat het gevolg zijn van de inhoud, het thema en de format van de voorstelling of de wedstrijd? Is voetbal kunst?

CULTUURPARTICIPATIE HERONTDEKT?

De term cultuurparticipatie kwam krachtig in beeld vanaf 1999, bij het aantreden van Bert Anciaux als minister van Cultuur. Het is niet zo dat de vorige ministers daar geen aandacht aan besteedden. Echter, hun beleid bouwde verder op de horizontale spreiding of legde er niet zo'n sterke nadruk op. Dat veranderde in 1999 dus sterk. Het was de start van een breed uitdeinend participatiedebat.

91

CULTUURPARTICIPATIE:
KWESTIE VAN KUNNEN
KIEZEN

Het is misschien goed om even stil te staan bij het geïntegreerde karakter van cultuurparticipatie. Het is geen voorwerp van één specifiek onderdeel van een cultuurbeleid, het doordeseemt alle beleidsinspanningen. Het is een doelstelling die wordt gerealiseerd via de diverse decreten die de voorbije jaren zijn gemaakt, van het sociaal-cultureel werk en de amateurkunsten, over het lokaal cultuurbeleid tot het kunsten- en het erfgoeddecreet enzovoort. Daarnaast zijn er een aantal complementaire transversale inspanningen opgezet of zijn bestaande vernieuwd. Ze zijn opgenomen in het participatiedecreet. Denk aan specifieke zaken voor personen in armoede, denk aan speciale toelatingsprojecten, aan leesbevordering, aan kansengroepen, aan groot-schalige evenementen enzovoort.

CULTUURPARTICIPATIE IS MEER DAN 'MEER', HET IS OOK 'BETER'

Ik moet het even hebben over verbreding, verdieping en vernieuwing.

We spreken van verbreding als het doel is een ruimer en ander publiek te bereiken, meer publiek dus. Dit is de meest bekende definitie van cultuurparticipatie. Kwaadsprekers schieten bij uitstek graag op deze doelstelling, cfr. 'kijkcijferterreur'.

Deze doelstelling is echter volkomen legitiem. Ze beoogt meer publiek en een toenemende publieksdifferentiatie door de sociale mix (opleidingsniveau, inkomen, leeftijd...). Veelal worden omkaderende inspanningen gedaan: een betere dienstverlening, een attractief ont-

haal, een krachtige culturele communicatie gericht naar een brede groep om mensen aan te zetten deel te nemen.

We spreken van verdieping als we de belevingswaarde van de participant kunnen verhogen, of als mensen ook gaan participeren aan meer diverse artistieke activiteiten. Het gaat in deze doelstelling om mensen die al participeren. Het is voor het grootste deel een kwalitatieve doelstelling en minder een kwantitatieve.

Dit doel is nauw verwant met een verhoging van de culturele competentie, maar dit is allesbehalve eenvoudig. Je kan het bereiken via (kunst)educatie, bij kinderen en jongeren vooral via het onderwijs of via een goede omkadering van voorstellingen en tentoonstellingen (inleidingen, documentatie...). Dit aspect slaat ook op het participeren aan nieuwe en vernieuwende kunstvormen. Iemand die enkel aan één soort concerten van één genre muziek deelneemt, heeft een wat smalle participatiebasis. We kunnen mensen stimuleren om hun palet wat kleurrijker te maken.

PARTICIPATIESTRATEGIEËN

Er is een aantal participatiestrategieën dat wel slaagkansen heeft, aldus de auteurs¹ van *Kunst in deze wereld*. Ze baseren zich daarvoor op literatuur, maar ook op ervaringen van Kunst en Democratie (nu Demos).

Ten eerste dient participatie te zijn gericht op het vergroten van de positieve vrijheid van de mens, een vorm van vrijheid die uiteraard niet losstaat van de relatie tot de ander en de leefomgeving. Positieve vrijheid staat altijd in het teken van een competentiebenadering: het accent ligt niet op de eventuele tekorten van mensen, maar wel op hun mogelijkheden en talenten.

Ten tweede mag participatie niet worden gereduceerd en geïsoleerd tot een middel.

Ten derde gebeurt participatie altijd in 'context'. Rekening houden met die context is de 'enige duurzame weg naar verandering'.

Ten vierde moet worden geïnvesteerd in de culturele habitus, met klemtoon op de kinder- en jeugdjaren, omdat in deze periode het culturele handelingspatroon wordt verworven.

Ten vijfde heeft (het gebrek aan) participatie altijd te maken met duidelijke of verborgen uitsluitingsmechanismen. Het bevorderen van cultuurparticipatie kan bijgevolg niet los worden gezien van het bevragen van bestaande hiërarchieën in cultuur. Ze verwijzen naar

1 NICO CARPENTIER, ERIC CORIJN, ERWIN JANS en IVO JANSSENS, *Kunst in deze wereld*, Demos vzw, Brussel 2010

de culturele canon die niet neutraal is en die we moeten durven in vraag stellen. Die moet diverser zijn, ook bijvoorbeeld allochtone cultuuruitingen bevatten, die vandaag worden uitgesloten of ondergewaardeerd.

BEMIDDELING

Het werk dat moet verricht worden om de artistieke creatie in contact te brengen met het publiek, heet bemiddeling. De bemiddelaar brengt beide partijen, de kunstenaar en de kijker, bij elkaar. Die bemiddelaar kan een kunstorganisatie zijn, een sociaal-culturele beweging, een cultuurcentrum... Er is niet altijd een actieve bemiddeling en zelden een educatieve omkadering. Bemiddeling en publiekswerking zijn in de praktijk hetzelfde.

93

CULTUURPARTICIPATIE:
KWESTIE VAN KUNNEN
KIRZEN

Wie werkt aan de participatie streeft naar een intense wisselwerking tussen aanbod, presentatie en bemiddeling. Elke subsidiërende overheid wil haar 'investeringen' (vaak subsidies) maximaal laten renderen in de samenleving. Ze wil dat de auteur gedrukt en gelezen wordt, het schilderij optimaal getoond en bekeken, het toneelstuk gespeeld. Daartoe vraagt ze zich af hoe ze die bemiddeling zo goed mogelijk kan organiseren. Publiek is essentieel, maar het is niet om het even welk publiek er participeert. Naargelang de aard van de kunstuiting verschilt dat uiteraard. Voor populaire dingen kan dat breder zijn dan voor fragiele hedendaagse muziek of actuele kunst, die een bewust kiezend publiek nodig hebben. Bemiddeling kan vele vormen aannemen en vele middelen inzetten: van documentatie op websites, over recensies, bezoekersfolders, educatie, tot het direct aanspreken van doelgroepen via georganiseerd bezoek, cultuurcommunicatie, rondleidingen, gidsen, voor- en nabesprekingen enzovoort. Het palet is oneindig kleurrijk.

In dit kader moeten we het ook even hebben over de inkleding van een infrastructuur, een website, publicaties enzovoort. De gekozen stijl en sfeer trekt sommige mensen aan en stoot anderen af. Het is nuttig bewust met dit fenomeen om te gaan. Het is vaak verwaarloosd. De negentiende-eeuwse inrichting van een museum kan een grote drempel opwerpen voor jonge mensen die dat connoteren met ouderwets, oninteressant, vervelend... De hippe of hypermoderne aankleding van een kunstencentrum of een muziekclub betekent een barrière voor veel oudere cultuurliefhebbers. Mensen moeten zich thuis kunnen voelen, anders komen ze gewoon niet binnen.

Communicatie is een onderdeel van het bemiddelingsproces. Een goede communicatie (zie hierna) zou ruimer moeten zijn dan promotie of bekendmaking, maar ook achtergrond, duiding, situering enzovoort meegeven. In een taal die de potentiële toeschouwers uitnodigt om te kijken en te luisteren, in een taal die kunstenaars erkent in hun zijn en hun handelen, met eerbied voor hun artistiek werk en hun kunstenaarspraktijk.

CULTUUREDUCATIE

Hoe mooi begint de schoolcarrière niet? Ons onderwijs start zo artistiek, maar raakt in de loop van de jaren die creativiteit kwijt. Ons kleuteronderwijs werkt hoofdzakelijk rond en met artistieke vaardigheden van kleuters: zingen, tekenen, schilderen...; kunstonderwijs zonder dat het zo wordt genoemd. Prikkeling van de verbeelding. Hoe ongewoner, origineler, en meer *out-of-the box*, hoe liever. Hoe kleurrijker en expressiever, hoe meer we ah en oh roepen als leerkracht, als ouder.

Waarom laat het onderwijs dat dan plots zo goed als helemaal los? Waarom wordt die creativiteit, dat ongebreideld vrij en fantasierijk denken afgeremd en lijkt het alsof er, vanaf het eerste leerjaar, plots maar één juist antwoord meer kan zijn op elke vraag? Het antwoord dat je achteraan in het boek vindt, en dat je uit het hoofd moet leren? Ik overdrijf, dat weet ik, maar ik wil vooral pleiten voor meer ruimte voor creativiteit.

Genieten van kunst, net als creëren, is een mensenrecht, en dus moet iedereen er toegang toe krijgen. Alleen, het gaat niet vanzelf, je moet de mensen de codes aanleren, de eigen 'taal', vaak een woordenloze, beeldende of abstracte taal. Kunst is niet makkelijk. Daar zit het verschil met entertainment, dat makkelijk te begrijpen is en uiteraard ongevaarlijk voor de gevestigde orde. Kunst daarentegen bevraagt, onderzoekt, zet mensen aan het denken, doet ons twijfelen. Is er iets dat nog meer 'menselijk' is? Culturele competentie ontwikkelen is minstens even belangrijk als technische of linguïstische competenties. De kleuterjuffen weten alvast dat het een het ander niet hoeft te verdringen.

Cultuureducatie draagt sterk bij tot de vorming van cultuurcompetente mensen. Is het niet aangenaam dat burgers een groot keuzepalet bezitten? Cultuureducatie en het aanwakken van creativiteit werpt ook buiten het artistieke zijn vruchten af. Ook op het werk is creatief denken interessant.

Kunst- en cultuureducatie – verder noemen we steeds cultuureducatie – zou aanwezig moeten zijn in het regulier onderwijs, van het kleuter- tot en met het middelbaar onderwijs. Of liever, het dagonder-

wijs moet doorspekt zijn met cultuur, voor alle leeftijden. Het onderwijs zet hard in op kennis, op vaardigheden, op bruikbaarheid in de bedrijfswereld, maar al te weinig op de ontwikkeling van andere o zo typische menselijke kenmerken als artistieke gevoeligheden. Het is een opdracht van het onderwijs om interesse en goesting in muziek, toneel, beeldende kunst aan te wakkeren. Dat kan met artistieke activiteiten, maar ook met kennisoverdracht, al dan niet als apart vak, al dan niet geïntegreerd in andere vakken. Wordt niet vaak geroepen dat de leescultuur bij jongeren problematisch is? Zowel lichaamscultuur als cultuur van het hoofd zijn vandaag onvoldoende aanwezig in het lessenpakket en het curriculum. Waarom wordt cultuur (en taal) niet behandeld zoals wiskunde bijvoorbeeld? Moet niet elke persoon op die gebieden een basale kennis opbouwen, waarom dan niet over cultuur? Omdat die niet meteen op de werkvloer inzetbaar is? Omdat het een vaardigheid is die vooral bijdraagt tot een brede persoonsvorming en niet tot de verheerlijkte homo economicus?

En in de vrije tijd? Vlaanderen kent een uitgebouwd kunstonderwijs, in de verschillende disciplines. Het is een krachtig en te koesteren instrument. Straks komt er wellicht een noodzakelijke hervorming, net om nog meer mensen te bereiken, zowel beginners als pre-professionelen. Dit zou ook moeten leiden tot een intensere samenwerking met het leerplichtonderwijs. Via de brede school zijn er bruggen te bouwen tussen beide onderwijsvormen.

Hoe staat het met de plaats van cultuureducatie in het sociaal-cultureel werk en het jeugdwerk, in de kunsten? We maken de voorbije jaren wel gestaag vooruitgang. Er zijn vormingsinstellingen, zowel in de kunsten als in het jeugdwerk en het sociaal-cultureel werk die gespecialiseerd zijn in kunsteducatie en heel degelijk werk presteren. Daarnaast zijn er steeds meer cultuureducatieve organisaties, cultuurcentra, kunstenorganisaties, Volkshogescholen (VormingPlus) en verenigingen die in hun werking aandacht besteden aan cultuureducatie. Het gaat gestaag vooruit.

In de culturele agogiek wordt een onderscheid gemaakt tussen kunsteducatie, en bij uitbreiding erfgoeieducatie en nog breder cultuureducatie, als doel en als middel. Die educatie kan tot doel hebben dat mensen over kunst leren, zodat ze kunst beter begrijpen of zelf kunnen beoefenen. De artistieke (culturele) praktijk staat dan centraal. In het andere geval wordt kunst (cultuur) gebezigd als middel om mensen te vormen. Je spreekt over toneel om de groepscohesie te bevorderen bijvoorbeeld, of je speelt muziek om te ontspannen. Hier geldt een louter vormingsdoel. Kunst (cultuur) als hefboom voor andere doelen dus. In de feite gaat het in beide gevallen over een vormingsdoel.

Een titanenwerk. Je ziet immers de effecten niet op korte termijn. En je kunt ze niet zo goed meten. Er zijn geen klare indicatoren. Ik blijf geloven in de noodzaak.

CULTUURCOMMUNICATIE

Het Vlaamse cultuurbeleid is vanuit historisch perspectief bekeken een aanbodgericht beleid. De overheid steunde organisaties die aanbod creëerden, kunstenorganisaties, sociaal-culturele en amateurkunstenorganisaties, maar ook cultuurcentra en openbare bibliotheken die vooral actief zijn op het terrein van spreiding en distributie.

96

CULTUURPARTICIPATIE:
KWESTIE VAN KUNNEN
KIEZEN

Een vraaggericht beleid daarentegen is gericht op het stimuleren en het prikkelen van potentiële bezoekers en deelnemers. Het aanzwengelen van de vraag naar cultuur gebeurt voornamelijk via marketing en communicatie: via promotie door culturele actoren, via de media, diverse campagnes enzovoort.

Het probleem in het verleden was dat er een zeer grote versnippering was van communicatieve acties. Er werd veel onnodig en dubbel werk gepresteerd.

Daarom werd besloten om op Vlaams niveau CultuurNet Vlaanderen op te richten, een instelling die in 2002 het levenslicht zag. Cultuurnet is een specialist in cultuurmarketing. De instelling beweegt zich op dat terrein van de vraagstimulering, of liever, het creëert de voorwaarden daarvoor. Op vraag van de Vlaamse overheid tracht deze instelling (meer) mensen (meer) goesting in (meer) cultuur te geven, zoals ze het zelf formuleren.

Er is een UiTnetwerk opgebouwd, samen met de lokale besturen. Zo kan het lokale bestuur werk maken van collectieve cultuurcommunicatie, in nauw overleg tussen de cultuursector en de stad. Zo'n samenwerking leidt tot veel grotere zichtbaarheid van en aandacht voor het plaatselijke kunst- en cultuurleven. Het is de bedoeling om daarmee een volledige dekking van Vlaanderen te realiseren. Dat gebeurt via een uitgebreide centrale databank waaraan de lokale besturen gekoppeld zijn en zo hun lokale agenda's mee opmaken. Ook kranten en tijdschriften, de VRT en tal van websites gebruiken deze databank als bron. Het is tevens het uitstalraam waarop het volledige cultuuraanbod van Vlaanderen te vinden is. Cultuurnet werkt ook voor kinderen waarvoor het speciale acties opzet.

Het belang van cultuurcommunicatie kan niet worden onderschat. Culturele instellingen, organisaties, verenigingen, ze investeren er veel

geld en tijd in. Helaas leidt dat soms tot opbod, net omdat die communicatie zo cruciaal is. Dat is jammer.

Ik wil een pleidooi houden voor meer aandacht voor kunst en cultuur op de openbare omroep, maar ook in kranten en magazines. Zij dragen in belangrijke mate bij tot het aanzwengelen van de goesting om aan cultuur te participeren. De populaire kranten en bladen beperken de aandacht tot culturele activiteiten die grote publieksgroepen aantrekken, die populair zijn dus, tot de grootschalige commerciële cultuur van de popmuziek en het sterrendom van de film en de televisie. Ze doen dat eigenlijk vooral uit eigenbelang: hun lezers zijn geïnteresseerd in de fait divers en ze nemen deel aan die activiteiten. Ze hanteren uiteraard een commerciële logica. Alleen de kwaliteitsbladen hebben nog cultuurbijlagen, waaronder een boekenbijlage, maar ook hun inhoud is een stuk opgeschoven in de richting van grootschalige en populaire cultuuruitingen.

En dan de televisiezenders. Ze zijn nog steeds de belangrijkste cultuurmakers en -verspreiders. De commerciële zenders gedragen zich zoals de kranten, waarmee ze trouwens sterke zakelijke banden hebben. Maar ze moeten hun eigen aanbod wel op een voldoende hoog niveau brengen of houden, net om de concurrentie met de openbare omroep aan te kunnen gaan. Bij de VRT is dat de voorbije jaren een beetje verbeterd. 'Het uitspreken van het woord cultuur mag weer', zei iemand van de redactie me onlangs. Er is meer aandacht voor cultuur in nieuwsuitzendingen. Cobra, Klara, Radio 1 en Canvas doen hun ding en hun deel, maar op andere zenders blijft de aandacht toch mager. Cultuur en televisie, zeker de VRT, moeten elkaar versterken en bevruchten. Het is de plicht van de openbare omroep om de bevolking toegang te geven tot wat er in Vlaanderen artistiek wordt gecreëerd en geproduceerd. Dat is zo voor de diversiteit van wat er is, voor de kunsten, de vele andere (ook allochtone) cultuuruitingen, de amateurkunsten enzovoort.

EEN DOZIJN MISVERSTANDEN OVER CULTUURPARTICIPATIE¹

In dit stukje probeer ik misverstanden over (cultuur)participatie uit te klaren.

¹ Fragmenten van deze tekst verschenen eerder in: *Over (cultuur)participatie*, BART CARON e.a., *Kunst en Democratie*, Brussel, januari 2006

1 *Hoge cultuurparticipatie werkt de verlaging van het artistieke niveau in de hand*

Veel mensen leggen een relatie tussen de kwalitatieve waarde van kunst en publieksparticipatie, vaak een negatieve relatie. Het is iedereen bekend dat avant-gardekunst niet meteen de harten en geesten beroert van grote groepen mensen. Alleen de connaisseurs van de discipline volgen dergelijk werk. Niemand ervaart dat als een probleem. Maar producties waar grote publieksgroepen naartoe gaan of een blockbuster tentoonstelling zijn al gauw verdacht in de ogen van de kenners. Alsof die niet van een hoge kwaliteit kunnen zijn. De verwijzing naar de populaire cultuur is dichtbij: de reeks van Clouseau in het Sportpaleis of het concert van Robin Williams lokken makkelijk 100 000 toeschouwers. Dat kan toch niet voor een kunstdentoonstelling of een theaterproductie? Meteen ontstaat een verdacht sfeertje: wie veel publiek aantrekt kan toch geen hoge cultuur maken? Is een groot publiek niet exclusief gereserveerd voor de lage cultuur? Ik weet het, ik chargeer. Maar toch suggereren sommigen zelfs dat een grote cultuurparticipatie niet eens mogelijk is als het artistieke niveau hoog is, waarmee ze bedoelen dat het niveau eigenlijk te laag is.

Laat ons deze onvruchtbare discussie stoppen. We mogen geen relatie leggen tussen de mate van participatie en de artistieke kwaliteit van een voorstelling. Beide zijn nodig, maar onafhankelijk van elkaar.

2 *De overheid dwingt kunstenaars om de artistieke lat lager te leggen in functie van meer publiek*

Dit is de grootste mythe in kunstenland: namelijk dat het Vlaamse cultuurbeleid, door zijn ijver om de cultuurparticipatie te verhogen, de artistieke lat naar beneden haalt. Een cultuurbeleid dat dergelijke eisen zou opleggen aan kunstenaars, verdient meer dan een draai rond zijn oren. Kunstenaars moeten worden ondersteund voor hun artistiek werk, niet voor hun publiekswervende kracht. Je mag van artistieke organisaties zoals toneelgezelschappen of orkesten wel verwachten dat ze het artistieke werk begeleiden en omkaderen, en dus ook de brugjes naar het publiek bouwen. Om het wat technischer uit te drukken: dat ze een goede publiekswerking en -werving organiseren. Maar in tegenstelling tot fastfoodproducenten is het niet de communicatieafdeling die moet bepalen welke producten gecreëerd worden. Het is wel haar taak om de goede creaties bekend te maken bij een zo ruim mogelijk publiek.

3 *Iedereen moet naar het theater*

Of beter gezegd: iedereen zou aan kunst/cultuur moeten deelnemen. Echt? Nee, dat is niet nodig. Toch niet als je die keuze ook bewust

maakt. Daarvoor moet je inzicht hebben in en overzicht van de mogelijkheden. Niets moet, net zo min als je tv 'moet' kijken of 'moet' buiten staan wanneer de Ronde van Vlaanderen in je dorp passeert. Ik maakte de vergelijking met onderwijsparticipatie al. Nee, natuurlijk moet niet iedereen naar de universiteit. Maar iedereen moet er wel de kans toe krijgen. Lezen we niet dat arbeiderskinderen en allochtonen nog altijd een achterstand hebben? We willen dat het onderwijs alle jongeren de kansen geeft hun interesses te verkennen en hun talenten maximaal te ontwikkelen. Cultuurparticipatie is familie van onderwijsparticipatie. Maar het is niet de verantwoordelijkheid van de kunstenaar, net zo min als de wetenschapper verantwoordelijk is voor gelijke onderwijskansen.

Je moet de mensen de kansen bieden om te kiezen, en dus ook om af te wijzen.

99

CULTUURPARTICIPATIE:
KWESTIE VAN KUNNEN
KIEZEN

4 *Kunst is niet voor de gewone mensen*

Och, laat het volk toch naar het voetbal gaan of naar soaps op televisie kijken. Waarom het hen moeilijk maken? Maar je kan ook stellen dat al dat moois, dat gemaakt is door zoveel kunstenaars, moet kunnen bekeken, gesmaakt, geproefd worden door iedereen die dat wil. Ik beklemtoon het nog eens: als kunst en cultuur een unieke waarde bezitten en zo een extra dimensie geven aan het leven van elk mens, dan moeten we die waarde en dimensie maximaal toegankelijk maken.

Ik weet het, achter die visie zit een ideologisch standpunt over de verdeling van rijkdom in de samenleving. In dit geval van culturele rijkdom. Ik vind dat we ook die rijkdom zo eerlijk mogelijk moeten kunnen verdelen, vooral door cultuurgoederen en -uitingen toegankelijk te maken.

Het is zoals met alle vormen van rijkdom: je moet overtuigd zijn dat een eerlijke verdeling goed en nodig is.

Een apart probleem is dat culturele rijkdom in de meeste gevallen niet tastbaar is, niet materieel, maar immaterieel. Het verdelingsvraagstuk is dus ook immaterieel. Het verwijst naar kennis, kunde en vaardigheden. Eerlijk verdelen van cultuur vooronderstelt daarom dat er stevig geïnvesteerd wordt in de mentale en intellectuele toegang tot cultuur. Dat komt neer op het maximaliseren van onderwijs- en andere vormingskansen, van de opbouw van culturele competentie onder meer via cultuureducatie. We hadden het er al over.

Kijk naar de praktijk: als je helemaal niets kent van muziek, wordt het heel moeilijk om de hedendaagse klassieke muziek te begrijpen en te smaken. Dat vereist nu eenmaal een beetje voorkennis. Of een nog eenvoudiger voorbeeld: als je niet kunt lezen, kun je niet genie-

ten van de vele duizenden prachtige boeken die geschreven zijn. Dat aspect komt voor andere drempels zoals de financiële. Om te tobben over de prijs van een kaartje voor een theatervoorstelling, moet je er naartoe willen gaan. De goesting in pakweg theater valt niet uit de lucht, maar verwerf je. Van die verwerving moeten het onderwijs en het cultuurbeleid werk maken.

5 *Kunstinstellingen en cultuurhuizen communiceren in een taal die iedereen begrijpt*

De websites en brochures van cultuurhuizen hanteren niet altijd een makkelijke taal en stijl. Ik wil niet iedereen over dezelfde kam scheren, maar soms moet je toch veel voorkennis hebben om met zo'n taal uit de voeten te kunnen. Jargon, soms een soort codetaal. Kunstprogramma's op de televisie krijgen regelmatig kritiek omdat ze te veel voor ingewijden bedoeld zijn en niet genoeg mensen aanspreken. De communicatie van nogal wat kunsthuisen is dusdanig dat ze bevestigend werkt voor ervaren bezoekers en voor de kenners, maar nieuwkomers net daardoor buiten de muren houdt. Dat laatste zal wel niet bedoeld zijn, maar het werkt wel zo. Het is en blijft een belangrijk aandachtspunt om zo te schrijven dat mensen aangetrokken worden naar een voorstelling, een concert of een tentoonstelling. Dat kan, zonder afbreuk te doen aan de inhoud, in een toegankelijke taal gebeuren.

6 *Je mag geen onderscheid aanbrengen tussen cultuuruitingen, dat werkt discriminatie in de hand*

Mogen we geen onderscheid meer maken tussen hoge en lage cultuur? Ik meen van wel. Cultuurparticipatie bevorderen staat in principe los van het feit of we de participatie bevorderen aan hoge dan wel aan lage cultuur. We willen immers de keuzemogelijkheden van mensen vergroten, en gaan er dus van uit dat mensen de juiste keuzes maken. Mensen kiezen uiteraard vrij. Maar de overheid mag bepaalde genres of gezelschappen meer waarderen (en derhalve beter subsidiëren) dan andere. Dat doet ze vooral via subsidiëring maar ook wel via specifieke instrumenten die de participatie bevorderen. Het belangrijkste keuzecriterium voor een overheid om keuzes te maken in de waardering is de inhoudelijke en/of artistieke kwaliteit en de maatschappelijke waarde of relevantie.

7 *De materiële en financiële drempels zijn onbetekenend*

Hoe belangrijk zijn de materiële en de financiële drempels bij participatie? Ik schreef het al: je moet eerst naar het theater willen gaan,

vooraleer je je kunt afvragen of de toegangsprijs al dan niet te hoog is.

Eerst een eenvoudige vergelijking. Laat ons even kijken naar de sport, bv. het voetbal, naar het bezoek aan een pretpark of naar optredens van populaire zangers: waarom zijn mensen bereid hiervoor een hoge prijs te betalen en een grote afstand af te leggen? Omdat ze een uniek product kunnen krijgen dat hoog op hun waardeladder staat, waar ze mensen ontmoeten uit hun gemeenschap en waar ze zich kunnen identificeren met het spektakel en de omkadering. Een live voetbalmatch in de hoogste klasse beantwoordt daaraan, een toneelvoorstelling niet. Waarom? Omdat ze dat milieu met zijn eigen gewoonten en rituelen vaak niet kennen en er geen gelijken ontmoeten. Het komt er dus op aan die factoren te bewerken. Pas dan gaat een eventuele materiële of financiële belemmering spelen. Uit het vorige blijkt wel dat die drempel relatief is.

Maar kan het ook niet dat die relativiteit sterk wordt gevormd door externe factoren? Door de wijze waarop de media het gebeuren voorstellen: het ophemelen en aanprijzen, je een schuldgevoel aanpraten als je er niet bij zou zijn, het voorstellen als een niet te missen en unieke ervaring?

Helaas gebeurt dat weinig of nooit voor culturele manifestaties en activiteiten. Daarvoor komen de grote mediamachines en reclamebureaus niet in het getouw. Dus ontbreekt die drive. We kunnen dan alleen, en gelukkig maar, verwijzen naar de reële waarde van het artistieke gebeuren. En dan moet je mensen de drempel over helpen, met de gepaste hulp. Ze laten kennismaken, en dan kan de financiële drempel best zo laag mogelijk zijn.

Het is rekenkundig zo: voor veel mensen kosten tickets erg veel, of liever, ze vertegenwoordigen een niet te verwaarlozen deel van hun inkomen. Hoe relatief ook, we moeten dus durven nadenken om voor een aantal terreinen die drempel (bijna) weg te nemen. Denk hierbij aan basisdiensten gebaseerd op een principe, zoals het recht op informatie. Dat ligt aan de basis van gratis openbare bibliotheken en is een sterk argument voor gratis internet. Daarnaast zijn er de algemene culturele verworvenheden, de standaarden van culturen: kunst in erfgoedcollecties, de culturele geschiedenis, literatuur, archieven, dus alle musea, bibliotheken, archieven... Verder zou ook de educatie over, met en in cultuur zeer goedkoop of gratis moeten kunnen zijn.

8 Sociaal-artistiek werk is bedoeld om cultuurparticipatie te verhogen

Nogal wat mensen verbinden sociaal-artistiek werk met cultuurparticipatie. Dat is niet zo vreemd, het is in de aandacht van het cultuurbeleid gekomen tegelijk met de beleidsmatige inspanningen voor

cultuurparticipatie. Wellicht komt de verwarring daarvan. Het gaat om werkingen met een artistieke finaliteit, die dus resulteren in artistieke eindproducten.

Dat het sociaal-artistiek werk geen troeven zou hebben of heeft voor publieksvernieuwing, is echter ook niet waar. Die voorstellingen of tentoonstellingen kunnen verbindingen leggen naar nieuw publiek en de ervaringen van bestaand publiek verruimen. Door de gehanteerde taal, de vormen en technieken en de grote mate van herkenbaarheid zijn ze goed toegankelijk voor nieuwe en brede publieksgroepen.

9 *De invloed van de media is verwaarloosbaar*

Er is een nieuwe kaper op de kust, of liever die wordt sterker. De traditionele smaakvormende milieus, – het gezin en de school – komen steeds meer onder druk te staan, of worden steeds meer beconcurrereerd door de media. We hadden vroeger dan wel ideologisch gekleurde kranten, maar ook openbare radio en televisie. Ondertussen zijn er niet alleen talrijke commerciële spelers gekomen op televisie en het internet, maar ze hebben ook een hoge vlucht genomen. Mensen kijken er vele uren naar. Ze staan naast de al oudere media zoals kranten en weekbladen. Al die media zijn invloedrijk en bepalen zo diepgaand het waarden- en normenkader van mensen.

Voor al de invloed van het beeld is zeer groot. Het televisielandschap is verdeeld tussen openbare en commerciële zenders. Dat verdeelde medialandschap is gedualiseerd. De openbare zenders vinden over het algemeen aansluiting bij een publiek dat de waarden en smaken draagt die ook door de scholen worden verspreid. Het gaat overwegend om democratische opvattingen en om smaken die 'cultureel correct' zijn. De commerciële zenders vinden aansluiting bij een publiek dat afstand neemt van de waarden van de school, dat in veel mindere mate democratische opvattingen draagt en dat zich duidelijk onbehaaglijker en onveiliger voelt. Kortom, de dualisering van de massamedia biedt verschillende smaakculturen en identiteiten aan.¹ De populaire media bevestigen de mensen in sterke mate in een aantal denkbeelden en smaken, die ze uitdragen omdat ze de kijkers en lezers uit hun doelgroep aan hun medium binden. Er is daarin niet veel plaats voor diepgang en kritisch denken, maar wel voor kommerloze ontspanning en dito oppervlakkigheid. Ze maken een mogelijk bruggetje naar andere denkwijzen en cultuuruitingen heel onstabiel. Opvallende kenmerken zijn de eenvoudige taal, de eenduidige boodschap en de doordachte marketing... en daar kan de cultuurwereld van leren...

1 MARK ELCHARDUS in de Dramademocratie, Lannoo, 2002

10 *Het kan artiesten niet schelen hoeveel volk er komt kijken*

Veronderstel even dat deze uitspraak correct zou zijn. Betekent dat dan dat artiesten het goed vinden voor een lege zaal te spelen, of een tentoonstelling te bouwen waar geen kat naar komt kijken? Dat geloof ik niet. Kunstenaars zijn net als politici en veel anderen ijdel. Ze willen aandacht krijgen, als het kan geliefd zijn en als de tijd er is, ook gevierd worden. Serieus nu: kunst kan slechts gedijen in de mate dat ze ook interfereert met een publiek. Kunst moet aandacht, emotie, reactie losweken bij de bezoeker of de toeschouwer. Kunst is communicatie.

Dus wil de kunstenaar publiek zien en voelen. Bij voorkeur een publiek dat meestapt in het artistieke proces dat de kunstenaar aflegt, een publiek dat openstaat voor zijn ideeën of vragen. Dus een betrokken publiek, omdat net dan de interactie de grootste intensiteit heeft. En bij voorkeur ook een zo ruim mogelijk publiek. Wie kan kunst creëren met de bedoeling om die aan zo weinig mogelijk mensen te laten zien of horen? Dus graag met velen, maar ook kwaliteitsvol. De kunstenaar wil, terecht, dat de toeschouwer zich inspannt om de kunstenaar te volgen. Interactie is een wederkerig proces.

Wie het verhaal vertelt van een kunstenaar die liefst geen publiek heeft, dwaalt.

11 *Iedereen kent de regels en rituelen*

Stel je voor dat je voor het eerst binnentreedt in een chic en groot cultuurhuis, zoals Bozar (Paleis voor Schone Kunsten) of de Vlaamse Opera, het Brugse Concertgebouw of het SMAK, of zelfs een stadsschouwburg, hoe voel je je dan? Op je gemak? Nerveus? Denk je ook dat iedereen je aangaapt omdat je de dingen verkeerd doet? Voel je je thuis? Wie heeft je de regels en de etiquette bijgebracht?

Doe eens alsof jijzelf, beste lezer, er de eerste keer binnenkomt. Want je hebt een kaartje gekregen. Hoe gedraag je je dan? Heb je de juiste kleren aan? Vind je de vestiaire voor je jas? Weet je dat je een genummerde plaats hebt en niet gelijk waar mag gaan zitten, en hoe vind je die plaats? Weet je wanneer je wel en niet mag applaudiseren?

Ik maak er geen persiflage van, het is reëel. Mensen die zelden of nooit naar een voorstelling of tentoonstelling gaan, zeggen dat meestal eenvoudig: 'we voelen ons daar niet op ons gemak'.

Ik wil een pleidooi houden om de drempels veroorzaakt door etiquette en rituelen zo diep mogelijk in de grond te stoppen. Het is haast een geheim stelsel van regels en codes, voorbehouden voor een kleine schare kenners. Cultuurhuizen moeten stoppen met onnozele regels zoals avondkledij verplicht, betalende of verplichte vestiaire. Ze moeten onduidelijke pictogrammen, stijf en knorrig zaalpersoneel, gekleed

in ouderwetse deux-pièces dringend vervangen. Maak een herkenbaar, normaal huis, laagdrempelig qua sfeer, duidelijk qua regels, hedendaags in aanpak. Smijt alle stijfburgerlijkheid buiten en doe gewoon. Misschien dat ook jongeren er zich dan wat beter thuis zullen voelen.

12 Dankzij het beleid van cultuurspreiding bereiken we iedereen

Er is geen land ter wereld dat per inwoner zoveel culturele infrastructuur heeft, zo verspreid en bereikbaar. Tot op zekere hoogte heeft de fysieke nabijheid van een culturele voorziening positieve effecten op de participatie. Maar die is snel uitgewerkt. Helaas stel ik vast dat nogal wat cultuur- en gemeenschapscentra voorspelbaar geworden zijn, succesgericht programmeren en hun aanbod 'vermarkten'. Programmatoren laten zich in belangrijke mate door twee criteria beïnvloeden: een zo groot mogelijk publiek en wat de collega's over hen denken.

Kijk maar eens naar de programmabrochure van een modaal cultuurcentrum: het overgrote deel van het aanbod komt uit het vrije circuit – wat ik overigens geen probleem vind – maar is eerder licht en goed toegankelijk. Ook dat mag gerust. Meer zelfs, cultuurcentra moeten een diverse en gevarieerde programmering hebben, gericht op vele smaken. Zolang het daar niet bij blijft. Veel cultuurcentra zijn de levende illustratie van het misverstand nummer 2 (*De overheid dwingt kunstenaars om de artistieke lat lager te leggen in functie van meer publiek*). Ze passen hun artistieke lat, hier hun programmering, aan in functie van het publieksbereik. Dat is niet ongevaarlijk.

Deze aanpak leidt tot weinig originaliteit, weinig investeringen in onontgonnen paden. Nu komt moeilijke of nieuwe kunst, alternatief of nieuw werk, er meestal niet in. Dat zie je bijvoorbeeld aan de moeilijke spreiding van nieuwe hedendaagse dans in Vlaanderen. De grote namen wil iedereen wel op de affiche hebben, maar nieuwkomers mogen thuisblijven.

In hun werking laten ze kansen en moeilijke doelgroepen (te) links liggen, en denken te weinig na over de aard en het waarom van hun programma.

Tot slot

Ik hoop dat heel veel mensen, allen die dat willen, mogen genieten van wat vele kunstenaars maken of gemaakt hebben. En dat vele kunstenaars nog veel nieuw werk mogen maken, dat dan weer bezoekers, kijkers, luisteraars of lezers kan beroeren.

Daarom wil ik pleiten voor een doorzettend en aanklappend beleid inzake cultuurparticipatie. Het blijft even belangrijk als altijd en is dus nog brandend actueel. Dat participatiebeleid moet vorm worden

gegeven in de verschillende cultuursectoren. Het is dus een kwestie van de actoren in de kunsten, in het erfgoed, in het sociaal-cultureel werk, de cultuurcentra, de openbare bibliotheken, kortom van alle spelers. Het mag van mij een nog uitdrukkelijker plaats krijgen in de regelgeving, zodat er bij de opmaak van beleids- en jaarplannen grondiger aandacht aan besteed moet worden, zodat het wordt beoordeeld in de beoordelingscommissie, en nadien wordt geëvalueerd. Ook de rol van de steunpunten mag op dit terrein versterkt worden. En in het cultuurbudget van de minister van Cultuur mag cultuurparticipatie meer prioriteit toebedeeld krijgen. Er mag meer geld naartoe dan vandaag. Ik pleit ervoor van cultuurparticipatie een sterker criterium te maken in de reguliere, de sectorale decreten, en dat niet in een apart decreet op te nemen. Dat is al deels zo, maar het mag sterker.

Tot slot wil ik de gesubsidieerde culturele en artistieke organisaties in ons land oproepen om de publiekswerving en -werking sterk uit te bouwen. Meer zelfs, ik vind het eigenlijk een plicht om dat te doen. Dat wil ik niet vragen van de individuele kunstenaars (beeldende kunstenaars, literatoren...). Zij moeten hun ding doen, en dat is met kunst bezig zijn. Zij kunnen meewerken aan initiatieven op het vlak van participatiebevordering en -verdieping, maar ik wil hen dat niet opleggen.

Van cultuur naar onderwijs tenslotte. Het cultuurbeleid mag nog zoveel aandacht besteden aan participatie, er algemene en specifieke instrumenten voor ontwikkelen en de regelgeving aanpassen, de basis voor cultuurparticipatie wordt gelegd in het gezin en in het onderwijs, op jonge leeftijd dus. In het gezin kan de overheid moeilijk ingrijpen. Dus ik mag smeken dat het leerplichtonderwijs werk maakt van cultuureducatie door ze een volwaardige plaats te geven in het curriculum.