



Bij gebruik van deze tekst gaarne altijd hieronder aangegeven bron vermelden.
Auteur: Letty Ranshuysen
In: Boekmancahier, Jg. 11, Nr. 41, september 1999.

ONNODIGE OPHEF ROND CULTUURNOTA

De onlangs uitgebrachte cultuurnota Cultuur als confrontatie van staatssecretaris Van der Ploeg leidde tot de nodige commotie. Het wordt echter tijd dat de musea en met name de gesubsidieerde podia meer worden geprikkeld om nieuwe publieksgroepen binnen hun muren te halen.

Van der Ploeg streeft ingrijpende vernieuwingen na, omdat volgens hem de gesubsidieerde cultuur trekken van een monocultuur vertoont, het huidige cultuurbeleid nauwelijks ruimte biedt voor nieuw aanbod en de gevestigde instellingen¹ er niet in slagen om een breed publiek te bereiken. Hij introduceert het actieprogramma Cultuurbereik, waarbij drie van de vijf actiepunten gericht zijn op vergroting en verbreding van het publiek van culturele instellingen. Het eerste punt, 'Versterking van de programmering' heeft als doel dat programmering en publieksbereik van podia, musea, galeries en kunstuitlencentra niet langer als sluitpost van de begroting van deze accommodaties worden beschouwd, maar als speerpunt. Om kwalitatief programmeren te versterken stelt Van der Ploeg een programmeringsbudget in. Het tweede actiepunt, 'Ruim baan voor culturele diversiteit', moet meer diversiteit bewerkstellingen in het aanbod, het publiek en binnen de culturele instellingen. Hiervoor wordt onder meer een ontwikkelingsbudget ingesteld. Voor beide actiepunten wordt in totaal 50 miljoen gulden gereserveerd. Het derde actiepunt, 'Investeren in de jeugd' beoogt cultuur sterker te verankeren in scholen. Dit gebeurt onder andere in het kader van het project Cultuur en School. Voor het realiseren van dit actiepunt wordt 25 miljoen gulden gereserveerd.

Emotionele reacties

In het verleden gingen nieuwe eisen die de overheid stelde aan culturele instellingen wel eens gepaard met bezuinigingen, wat terecht als bedreigend werd ervaren. Nu wordt echter een fors bedrag beschikbaar gesteld voor het realiseren van nieuwe doelen en aangescherpte doelstellingen.² Het lijkt bij de agitatie over de voorgestelde bijstellingen in het cultuurbeleid dan ook niet te gaan om feitelijke knelpunten, maar om emotionele standpunten, waarbij de angst voor vervlakking van het culturaanbod de boventoon voert. Van der Ploeg wordt beticht van 'een verbitterde afkeer van de kunsten en een ongezonde ontvankelijkheid voor postmoderne verwarring' aldus Zeeman M in de *Volkscrant*. (Zeeman 1999). Zijn 'radicale aanpak is schadelijk voor kunst en cultuur' (*NRC Handelsblad* 9 juni 1999). Men spreekt over een 'politiek van esthetische zuivering', waarbij de staatssecretaris geen enkel oog heeft voor het feit dat 'de fragiele, weerloze elitekunst bedreigd wordt door een luidruchtige agressief oprukkende massacultuur' (*NRC Handelsblad* 16 juni 1999). Regelmatig komt ook naar voren dat Van der Ploeg het cultuurbeleid gebruikt als vehikel voor welzijns- en integratiebeleid, wat ten koste gaat van de kwaliteit van het culturaanbod.

Maar wat is er nu feitelijk gaande? Met zijn beleidsvoornemens beoogt Van der Ploeg 'het beste populair te maken en het populaire beter'. Om dit te bereiken vraagt hij de Raad voor Cultuur om nieuwe criteria mee te laten wegen bij de beoordeling van subsidie-aanvragen. Naast het kwaliteitss criterium - dat het belangrijkste blijft - worden ook de criteria 'gemiddelde subsidie-per-bezoek', 'de positie in het bestel' en 'het maatschappelijk bereik' expliciet meegewogen. Om dit laatste concreter te maken, komen er twee maatregelen. Ten eerste wordt de 15% eigen-inkomsten-norm voor podiumkunstgezelschappen aangescherpt: hieronder vallen voortaan alleen nog publieksinkomsten en niet meer inkomsten door giften van sponsors of fondsen. Ten tweede wordt instellingen gevraagd om minimaal 3% van hun subsidie te besteden aan het bereiken van nieuwe publieksgroepen (vooral jongeren en culturele minderheden) met aanvullende activiteiten, zoals: educatieve projecten, introductieprogramma's en outreachactiviteiten³. Instellingen die niet aan deze voorwaarde voldoen, raken 3% van hun subsidie kwijt.

Met name deze laatste maatregel leidt tot verzet. VVD, D66 en CDA dienden 1 juli - nog voordat het debat over de nota was afgerond - een motie in tegen deze 'strafkorting'. D66 Kamerlid Boris Dittrich noemde de 3%-norm 'gevaarlijk' en VVD-vertegenwoordiger Atzo Nicolaï suggereerde dat er "een culturele turfpolitie" zal komen en sprak over "bemoeibeleid in plaats van kwaliteitsbeleid" (*NRC Handelsblad* 1 juli 1999). Tegen de 15%-norm werd overigens ook flink geprotesteerd toen minister d'Ancona dit in de *Nota Cultuurbeleid 1993-1996* (WVC 1992) voorstelde: men achtte dit voor veel instellingen niet haalbaar. Dit is later weerlegd door een onderzoek (Berenschot 1993) en inmiddels ook door de praktijk: de gezelschappen blijken ruimschoots te kunnen voldoen aan de 15% norm, ook als die is aangescherpt. Toneelgezelschappen en mimegroepen zitten er met gemiddeld 14% eigen inkomsten vrijwel tegen aan, muziekgezelschappen zitten er ver boven (gemiddeld 28%), muziek-theatergezelschappen en musea halen gemiddeld 22% eigen inkomsten binnen en dansgezelschappen 18% (OCenW 1999 Bijlage 2b).

Achteraf blijkt de oppositie dus sterk gechargeerd. Dit lijkt ook het geval te zijn bij het huidige verweer tegen de 3% norm. Er wordt immers de mogelijkheid geboden voor dispensatie van de 15% norm, indien instellingen meer dan 3% van hun subsidies uittrekken voor het aantrekken van nieuwe doelgroepen. Bovendien is een percentage van 3% niet erg groot. Daar beleidsnota's van veel podia en musea bol staan van intenties om jongeren en allochtonen beter te bereiken, ligt het voor de hand dat deze instellingen momenteel al veel meer uitgeven aan het effectueren van deze voornemens.

Elitisering van publiek

Onder het publiek van musea en podia zijn de hoger opgeleiden steeds meer oververtegenwoordigd (Knulst 1989). Deze 'elitisering' doet zich niet in gelijk mate voor binnen elke sector. Vooral het publiek van toneel en klassieke muziek bestaat uit een smalle laag van hoog opgeleide inwoners uit grote steden, die geregeld een podium bezoeken. Het aantal lager en middelbaar opgeleiden binnen dit publiek is sinds de jaren zeventig sterk teruggelopen en de bezoekfrequentie van de lager opgeleiden die nog wel gaan neemt af (Knulst 1995).

Voor de relatief sterke elitisering van het toneelpubliek zijn diverse verklaringen te geven. Uit vergelijking met het buitenland blijkt dat ook daar de belangstelling voor gesubsidieerd toneel afneemt, maar niet zo excessief als in Nederland. Het Nederlandse toneelaanbod onderscheidt zich door het grote accent op vernieuwing (Myerscough e.a. 1994). Veel van het klassieke repertoire is vervangen door eigentijds, meer complex en onconventioneel aanbod, met hoge complexiteitsdrempels⁴. Hierdoor is een aanzienlijk deel van het - toch al door de concurrentie van de televisie ingekrompen - toneelpubliek afgehaakt. De relatief geringe aantrekkingskracht van het huidige toneelaanbod wordt geïllustreerd door de statistieken: 31% van de rijksgesubsidieerde podiumkunsten betreft toneel en dit trekt slechts 18% van het publiek van de podiumkunsten, terwijl concerten 16% van het door het rijk gesubsidieerde podiumkunstenaanbod beslaan en 50% van het publiek trekken (CMN 1998). Muziekgezelschappen weten twee keer zo veel eigen inkomsten uit publieksbijdragen weten te genereren als toneelgezelschappen. Dat komt onder andere doordat de afname van belangstelling voor muziek van lager opgeleiden wordt gecompenseerd door de verhoging van de bezoekfrequentie van hoger opgeleiden. Dat is bij toneel niet het geval.

Bij museumpubliek was in de jaren tachtig en begin jaren negentig ook sprake van een toenemende elitisering, maar deze tendens lijkt de laatste jaren te zijn gekeerd. De omvang van het museumpubliek

is enorm toegenomen samen met het aantal musea. In 1970 waren er in Nederland 320 musea met 7,6 miljoen bezoekers, in 1997 ging het om 944 musea met 20,3 miljoen bezoekers (De Haan 1997; Kuyvenhoven e.a. 1998)⁵. Naast volkenkundige musea, historische musea natuur-historische musea, techniekmusea en kunstmusea, zijn er cultuurhistorische stijlkamers, kastelen, vestingwerken en musea met zeer specifieke collecties zoals poppen, speelgoed, klokken, et cetera. Dit uitgebreide, pluriforme aanbod sluit aan op interessegebieden van zeer uiteenlopende groepen. Toch zijn hoger opgeleiden ook in musea nog steeds oververtegenwoordigd. Dit geldt het meest voor kunstmusea, die doorgaans een complex aanbod hebben, en het minst voor (natuur en cultuur)historische musea, die veelal meer laagdrempelig zijn (De Haan 1997).

Afnemende deelname door jongeren

Binnen de meeste jongerensubculturen is een bezoek aan gesubsidieerde podia en musea niet populair. (De Waal 1989) Van de jongeren heeft 77% absoluut geen belangstelling voor de gevestigde cultuur (Van Wel 1993). Van de 18 tot en met 24-jarige inwoners van Nederland bezocht 27% in 1995 een museum, 25% bezocht een toneelvoorstelling en slechts 7% een klassiek concert. De belangstelling voor film en popmuziek onder deze leeftijdsgroep was vele malen groter: 82% bezocht een bioscoop en 46% een concert met populaire muziek (CBS 1997). Cijfers van het Sociaal en Cultureel Planbureau tonen aan dat de belangstelling voor musea en podiumkunsten sterk is afgenomen onder personen jonger dan 40 jaar (OCenW 1999 Bijlage 1). Opmerkelijk voor deze groep is dat opleiding niet van invloed is, terwijl dit bij de oudere leeftijdsgroep wel het geval is. De belangstelling voor het gesubsidieerde aanbod neemt onder hoger opgeleide jongeren net zo sterk af als onder lager opgeleide jongeren, terwijl deze belangstelling onder hoger opgeleide 40-plussers in de tijd sterker is toegenomen dan onder de lager opgeleide 40-plussers.

De afnemende belangstelling voor de gevestigde cultuur onder nieuwe generaties wordt als volgt verklaard. De oriëntatie op de jeugdcultuur is versterkt en verlengd doordat jongeren langer in het onderwijssysteem verblijven, doordat ouders en leraren met de vrijetijdsbesteding van jongeren bemoeien en door het uitstel van feitelijke (economische en sociale) volwassenheid (Knulst 1995). Door veranderingen in opvoedingsklimaat en opvoedingsidealen en de opkomst van een jeugdcultuur zijn generaties die in of na de jaren zestig opgroeiden anders 'geprogrammeerd' dan eerdere generaties, waardoor ze bij het klimmen der jaren op de hun vertrouwde populaire cultuur georiënteerd blijven (SCP 1999). Hierdoor vergrijsst en slinkt het publiek van de traditionele cultuuruitingen. Niet op korte termijn: de toenemende interesse onder ouderen zorgt voorsnog voor substantiële publieksaantallen. Maar als de huidige jongeren ouder worden en ondertussen niet vertrouwd raken met museum- en podiumbezoek, kan het wel eens erg stil gaan worden in deze instellingen.

Achterblijvende deelname door allochtonen

Circa 6% van de Nederlandse bevolking behoort tot de etnisch-culturele minderheden, dat wil zeggen dat ze afkomstig zijn uit Turkije, Marokko, Suriname, de Antillen, Aruba en nog een aantal andere niet-Westerse landen. Zij leven in sterke mate geconcentreerd in de vier grote steden, waar ook de meeste grote culturele instellingen zijn gevestigd. Van de bevolking van deze steden behoort 22% tot de etnische minderheden (SCP 1994). De gemiddelde leeftijd van de allochtone bevolking ligt aanmerkelijk lager dan binnen de autochtone bevolking, waardoor de allochtone bevolking sneller groeit. Allochtone jongeren vormen bijgevolg een sterk groeiend publiekspotentieel. Landelijke bevolkingsstatistieken bieden weinig inzicht in de cultuurdeelname van allochtonen, omdat gegevens over etnische afkomst doorgaans - om ethische redenen - niet worden geregistreerd. Specifiek onderzoek onder allochtonen (Campbell e.a. 1994; Van Wel e.a. 1994) wijst op een grote verscheidenheid aan culturele activiteiten in deze kring, die zowel op de cultuur van herkomst als op de autochtone cultuur aansluiten. Dit geldt met name voor jongeren: zij kennen een eigen etnische cultuur maar nemen ook deel aan een algemene, niet aan etniciteit gebonden jongerencultuur. Deze jongerencultuur wordt - zoals hiervoor reeds aan de orde kwam - met name buiten het gesubsidieerde circuit beleefd. Volwassen allochtonen - met name Marokkanen en Turken - richten zich doorgaans vooral op de eigen cultuur, die ook veelal buiten het gesubsidieerde circuit tot uiting wordt gebracht.

Er zijn vier redenen aan te geven voor de achterblijvende deelname aan het reguliere cultuuraanbod van allochtonen. (Ranshuysen, 1995). In de eerste plaats sluit het reguliere kunst- en cultuuraanbod niet aan op de interesses en voorkeuren van allochtonen. Door vigerende kwaliteitsopvattingen worden zij als producent - en daardoor ook als consument - over het hoofd gezien. Een tweede knelpunt is dat er binnen het culturele circuit weinig wordt samengewerkt met allochtone organisaties en kunstenaars. Een derde probleem is de geringe effectiviteit van de door podia en musea gebruikte pr-middelen. Bij de promotie van en de informatieverstrekking over het aanbod ligt een groot accent op communicatie via schriftelijke, Nederlandstalige media, die nauwelijks door allochtonen worden geraadpleegd. Het vierde knelpunt is dat het ontbreekt aan stimulansen voor deelname aan de Westerse samenleving en cultuur in de persoonlijke netwerken van veel allochtonen. Door gevoelens van ontheemding is er de neiging om bij familieleden en oud-dorpsgenoten in de buurt te wonen en geen contact te leggen buiten deze eigen kring. Zij richten zich doorgaans sterk op hun eigen culturele domein en identificeren zich nauwelijks met het uitgebreide cultuuraanbod in Nederland.

Maatregelen

Elitisering en vergrijzing van het publiek en het niet bereiken van de groeiende allochtone bevolking vormen dus aantoonbare bedreigingen voor het voortbestaan van podia en musea.

De publieke belangstelling zal steeds meer dalen, wanneer daar geen maatregelen tegen worden genomen. Drempels worden gevormd doordat de complexiteit van het gesubsidieerde aanbod niet aansluit bij de interesses en verwerkingsvaardigheden van grote delen van de bevolking. Bovendien haken de ambiance, sfeer en programmering van veel podia en musea niet in op de verwachtingen en normen van lager opgeleiden, jongeren en allochtonen. Daarnaast werpen tijd- en geldkosten en geografische afstand drempels op. Uit onderzoek blijkt echter telkens weer dat verwerkingsvaardigheden en sociale normen van grotere invloed zijn dan tijds- en geldbudgetten en geografische herkomst. De werking van de laatste drie factoren wordt sterk beïnvloed door de eerste twee. De bereidheid om tijd en geld te investeren in museum- of podiumbezoek en de afstand die men daarvoor wil overbruggen, neemt toe naarmate iemand meer gemotiveerd is. Deze motivatie is sterk afhankelijk van het vermogen om culturele informatie te verwerken en van sociale normen⁶.

Toch ligt het accent bij het huidige publieksbeleid in podia en musea veelal op de secundaire factoren, in de vorm van concrete maatregelen, zoals tijdsbesparing bij het reserveren van kaarten bij podia, avondopenstellingen bij musea, prijsreducties of betere bereikbaarheid. Deze acties zijn alleen effectief bij de selecte groep van reeds geïnteresseerden, want als iemand geen belangstelling heeft voor het aanbod maakt het niet uit of dit gemakkelijker in het vrije tijdsbudget is in te passen, goedkoper wordt of eenvoudiger te bereiken is. Om een breder publiek te bereiken zullen eerst informatie- en sociale drempels moeten worden verlaagd; pas daarna heeft het verlagen van tijd-, geld- en geografische drempels zin. Aansluiting op verwerkingsvaardigheden en sociale normen van nieuwe doelgroepen wordt bewerkstelligd door bijstellingen en uitbreiding van educatieve en pr-activiteiten en van het aanbod. En dat zijn de maatregelen die Van der Ploeg voor ogen staan.

Educatie en communicatie

Educatieprogramma's kunnen de culturele competentie van het potentiële publiek vergroten. Cultuur-educatie in het basisonderwijs bevordert immers de belangstelling voor kunst en cultuur (Ranshuysen en Ganzeboom 1993), en leidt daardoor niet alleen tot de opbouw van een toekomstig publiek voor cultuurinstellingen, maar kan ook op korte termijn een groter publieksbereik bewerkstelligen. Kinderen die enthousiast worden gemaakt voor culturele activiteiten op school, kunnen hun ouders stimuleren tot museum- en podiumbezoek. Een groot voordeel van cultuureducatie in het basisonderwijs is ook dat hiermee alle allochtone jongeren in de basisschoolleeftijd worden bereikt. In het voortgezet onderwijs blijkt deelname aan een eindexamen in een kunstzinnig vak samen te gaan met een blijvend grotere belangstelling voor en deelname aan kunst en cultuur (Nagel e.a. 1996). Daarnaast is buitenschoolse educatie van invloed. Deze is echter groter in de jeugd dan tijdens de adolescentie (Nagel en Ganzeboom 1996). Ook door de cultuurinstellingen zelf georganiseerde educatieve activiteiten zijn een vruchtbare strategie. Het blijkt dat musea met intensieve (educatieve) publieksbegeleiding een lager opgeleid publiek trekken dan op basis van de complexiteit van de collectie verwacht mag worden. Nog signifikanter zijn de effecten van educatieve experimenten waarbij de collectie naar het potentiële publiek wordt toegebracht, zoals bij de Kunstbus in Den Haag (Ganzeboom en Haanstra 1989).

Bij de publiciteit over hun aanbod maken podia en musea veel gebruik van schriftelijke media die vooral door hoger opgeleiden worden geraadpleegd. Die informatie is regelmatig in een 'highbrow'

taal vervat, waardoor onervaren publiek het aanbod ten onrechte als te complex inschat en er geen verbinding wordt gelegd met de belevingswereld van nieuwe doelgroepen. Er zal meer aandacht moeten komen voor de communicatie met die doelgroepen door andere informatiekanalen en benaderingsstrategieën in te zetten. Zo maken sommige podia en musea al succesvol gebruik van sleutelpersonen binnen scholen en allochtonenorganisaties om jongeren en allochtonen te informeren en te enthousiasmeren.

Het actiepunt 'investeren in de jeugd' uit de nota van Van der Ploeg stuit op de minste weerstand. Gezien het belang van cultuureducatie op een zo vroeg mogelijk tijdstip is dit actiepunt uiterst zinvol. Degenen die het belang van een breder publieksbereik onderkennen, zouden zich ook moeten kunnen vinden in de voorgestelde 3% norm. Deze maatregel stimuleert immers educatieve projecten, outreachactiviteiten en activiteiten die de communicatie met nieuwe doelgroepen bevorderen. Dat hierop met meer afweer is gereageerd, zal niet alleen voortkomen uit de weerstand die de bijbehorende sanctie oproept. Aandacht voor nieuwe doelgroepen kan gepaard gaan met vervreemding van oude doelgroepen, omdat nieuwe sociale oriëntatiepunten een drempel op kunnen werpen voor het reeds bereikte publiek. Een meer laagdrempelige uitstraling zal een podium of museum voor de één veel aantrekkelijker maken, terwijl de trouwe bezoeker 'zijn' museum of podium als bezoedeld kan gaan ervaren en een ander heenkomen zoekt. Zo is er momenteel een tendens waarneembaar dat podia en musea inspelen op jongeren door het creëren van een housepartysfeer in een theater of het transformeren van een museum tot een kermis. Dit kan het oudere publiek de deur uit jagen, terwijl er weinig jongeren worden gewonnen omdat podia en musea toch niet kunnen concurreren met discotheken en pretparken. De missie en de essentie van een instelling dienen dan ook altijd het uitgangspunt te vormen bij activiteiten voor nieuwe doelgroepen. Bovendien kan de term 'nieuwe doelgroepen' ruim worden opgevat: het hoeft niet altijd om jongeren of allochtonen te gaan. Instellingen waarbij een hoge informatie- of sociale drempel inherent is aan het aanbod, kunnen zich focussen op andere groepen, zoals: werklozen, gehandicapten, studenten of andere voor de betreffende instelling relevante nieuwe doelgroepen. Instellingen met lagere informatie- en sociale drempels die zijn gevestigd op locaties waar weinig jongeren of allochtonen wonen, kunnen activiteiten ontwikkelen gericht op nieuw publiek onder de regiobevolking of toeristen. Zo kunnen cultuurhistorische musea in de omgeving van gebieden waar waterrecreatie plaats vindt - bijvoorbeeld in Noord-Holland in de omgeving van de badplaatsen en in het Gooi in de omgeving van de Loosdrechtse Plassen en de randmeren- zich actiever richten op waterrecreanten die geen ervaring hebben met museumbezoek.

Een pluriformer aanbod

De politicoloog Hans Blokland pleit er al jaren voor om de kloof tussen het gesubsidieerde cultuuraanbod en de samenleving niet alleen te verkleinen door educatie, maar ook door een aanbod te scheppen dat meer aansluit bij de aanwezige culturele competentie van de burgers. 'Gekozen volksvertegenwoordigers kunnen niet volstaan zich tot doel te stellen een hoogwaardig aanbod mogelijk te maken, zij dragen ook verantwoordelijkheid voor de pluriformiteit van het geheel, de mogelijkheid tot participatie en de maatschappelijke legitimiteit van het totale beleid' (Blokland 1997, 33). Kennelijk wil Van der Ploeg zich niet aan deze verantwoordelijkheid onttrekken, want hij wil een forse financiële en organisatorische impuls geven aan het daadwerkelijk realiseren van een meer pluriform aanbod. Het ruim baan geven aan culturele diversiteit noopt tot bijstelling van de huidige kwaliteitsdefinitie, die momenteel vooral wordt bepaald door criteria als 'vernieuwing' en 'originaliteit'. Het monopolie van de vakinhoudelijke deskundigheid in de diverse adviesraden zal worden afgebroken om intersubjectieve beoordeling vanuit alle denkbare invalshoeken tot stand te laten komen, zowel in termen van representativiteit als van deskundigheden (OCenW 1999, 31).

Deze voorstellen om het kunst- en cultuuraanbod pluriformer te krijgen, worden Van der Ploeg niet in dank afgenomen. Ter sprake kwam reeds dat veel opposanten menen dat een grotere aandacht voor de behoeften en verwachtingen van een breder publiek tot vervlakking leidt. Zij vergeten echter dat een omvangrijk reservaat van hoogdrempelig aanbod voor de echte kenner en liefhebber, de vertrusting van de samenleving veel meer in de hand werkt dan een pluriform aanbod. Het kunst- en cultuuraanbod kan geplaatst worden op een continuüm dat loopt van laagdrempelig, eenvoudig (veelal commercieel) aanbod voor een breed publiek tot hoogdrempelig, complex (veelal gesubsidieerd) aanbod voor een specialistisch publiek. Het huidige aanbod lijkt geconcentreerd te zijn op de beide uiteinden van dit continuüm. Dit geldt met name voor beeldende kunst en theater. Wanneer er

tegenover het omvangrijke onconventionele, complexe aanbod vooral hapklaar, populair aanbod staat, valt het middengebied weg. Degenen voor wie het grensverleggende gesubsidieerde aanbod te hoog gegrepen is of die dit gewoon niet interessant vinden, worden hierdoor gedwongen hun heil te zoeken bij commercieel aanbod dat geen gelegenheid biedt om culturele competentie op te bouwen.

Voor mensen met geen of weinig ervaring met museum- of podiumbezoek dient derhalve een uitgebreid laagdrempelig aanbod te worden gecreëerd. Door ervaring op te doen met exposities en podiumkunstuivoeringen die aansluiten op hun verwerkingsvaardigheden en referentiekader, kunnen onervaren bezoekers vaardigheden opbouwen en belangstelling ontwikkelen voor complexer en onconventioneler aanbod. Tenslotte wordt kunst en cultuur onder andere gesubsidieerd opdat zo veel mogelijk mensen hieraan deel kunnen nemen en zich hiermee kunnen verrijken. Spreiding van cultuur, van het vermogen om reële keuzen te kunnen maken uit werkelijke alternatieven, is (...) er een bewijs van dat men een ieder, en niet slechts een handvol geprivilegieerden, de potentie toedicht om autonoom te worden en dat men niemand wenst te veroordelen tot een mensonwaardig nihilistisch hedonisme' (Blokland 1992, 44). De nota *Cultuur als confrontatie* gaat uit van deze visie. Hiermee wordt 'de ontideologisering' van de politiek, die de laatste tijd regelmatig wordt gesignaleerd in beschouwingen over de verrichtingen van het parse kabinet, tegengegaan. Voor degenen die verantwoordelijk zijn voor de instandhouding van het gesubsidieerde kunst- en cultuuraanbod - politici, adviseurs en degenen die zorg dragen voor de productie en distributie - zou deze nota een inspiratiebron kunnen zijn. Daarbij geeft deze nota ook praktische impulsen, want de voorgestelde maatregelen zijn een adequaat antwoord op de gesignaleerde elitisering, vergrijzing en homogenisering van het publiek van podia en musea.

Over de auteur:

Letty Ranshuysen is socioloog gespecialiseerd in onderzoek naar cultuurdeelname. Zij heeft een eigen onderzoeksbureau en op basis van haar beroepspraktijk schreef zij de handleiding voor publieksonderzoek ten behoeve van musea en theaters die de Stichting Boekmanstudie in het najaar 1999 publiceert. Bovenstaand artikel is deels gebaseerd op teksten uit die handleiding..

Literatuur

Berenschot (1993) *De prijs van het toneel: een onderzoek naar de inkomstenmaatregel voor de toneelsector*. Utrecht: Berenschot

Blokland H. (1992) 'Een politieke theorie over kunst en economie' in: *Schoonheid, Smaak en Welbehagen*. (samenstelling: D. Diels) Antwerpen: Dedalus.

Blokland H. (1997) *Publiek gezocht. Essays over cultuur, markt en politiek*. Amsterdam/Meppel: Boom.

Campbell, H.W., P.Q. Reinsch en P.G.P. Driessen (1994) *Etniciteit en cultuurparticipatie. Een onderzoek naar de deelname van leden van etnische groepen aan cultuuruitingen in Nederland*. Maarsen: Stichting Studia Interetnica Research.

CBS (1997) *Cultuurparticipatie 1995*. Voorburg/Heerlen: Centraal Bureau voor de Statistiek. (Sociaal-culturele berichten 1996 -17)

CMN (1998) 'Bezoek rijksgesubsidieerde gezelschappen in Nederland daalt, maar neemt toe in buitenland.' In: *CMN Culturele Marketing Nieuwsbrief* Jg 7, Nr 3, 3.

Duwêl, S. (1998) *De moeilijkheidsgraad van het podiumkunstaanbod*. Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam, Faculteit der Historische & Kunstwetenschappen (doctoraalscriptie).

Erfgoed Aktueel 'Een kopje thee. Musea bestrijden passieve uitsluiting.' in: *Collection and Community, the benefits of being social*. Verslag symposium over de sociale taak van musea. pp 11-14

Ganzeboom, H.B.G. en F. Haanstra, (1989) *Museum en Publiek. Een onderzoek naar ontwikkelingen in publiek en publieksbenadering in de Nederlandse musea door middel van heranalyse van bestaande publieksgegevens en herondervraging van educatieve medewerkers*. Rijswijk: Ministerie van WVC.

Haan, J. de (1997) *Het gedeelde erfgoed*. Rijswijk: Sociaal Cultureel Planbureau (Het culturele draagvlak 3).

Knulst, W.P. (1989) *Van vaudeville tot video. Empirisch-theoretische studie naar verschuivingen in het uitgaan en het gebruik van de media sinds de jaren vijftig*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau (Sociale en Culturele Studies 12).

Knulst, W.P. (1995) *Podia in een tijdperk van afstandsbediening. Onderzoek naar achtergronden van veranderingen in de omvang en samenstelling van het podiumpubliek sinds de jaren vijftig*. Den Haag: VUGA (SCP-cahier 117).

Kuyvenhoven, F., L. Croiset van Uchelen-Brouwer en R. de Jong-Dalziel (1998) *Museums in the Netherlands: facts and figures 1997*. Zwolle: Waanders.

Myerscough, J., F.N. Simoneau, M. Marschall en C.J. Kleberg (1994) *National cultural policy in the Netherlands*. Straatburg, Council of Europe, National cultural policy reviews programme, Report of an European group of experts.

Nagel, I., H. Ganzeboom, F. Haanstra en W. Oud (1996) *Effecten van kunsteducatie in het voortgezet onderwijs*. Amsterdam: SCO-Kohnstam Instituut.

Nagel, I. en H. Ganzeboom (1996) 'De invloed van ouders, school en buitenschoolse kunsteducatie.' In: Ensink, J. (red) *Katernen Kunsteducatie, Cultuurdeelname in de levensloop*. Utrecht: LOKV Nederlands Instituut voor Kunsteducatie, 7-42.

NRC Handelsblad (9 juni 1999) 'Van der Ploeg geprezen en bekritiseerd' (Kunstredactie)

NRC Handelsblad (16 juni 1999) 'Het is hoog tijd voor een cultureel reveil', (Herman Franke op Opiniepagina)

NRC Handelsblad (1 juli 1999) 'Van der Ploeg houdt vast aan 'strafkorting''. (Kunstredactie)

OCenW (1999) *Cultuur als confrontatie. Uitgangspunten voor het cultuurbeleid 2001-2004*. Zoetermeer: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen.

Ranshuysen, L. en H.B.G. Ganzeboom (1993) *Cultuureducatie en cultuurparticipatie. Opzet en effecten van de Kunstkijkuren en Muziekluisterlessen in het Amsterdams primair onderwijs*. Rijswijk: Ministerie van WVC.

Ranshuysen, L. (1995) *Cultuurdeelname van allochtonen en Dordrecht Zuidhollandse Cultuurstad 1995*. Rotterdam: Letty Ranshuysen Onderzoek Cultuurdeelname.

Sociaal en Cultureel Planbureau (1994) *Rapportage minderheden 1994*. Den Haag.

SCP (1999) *Sociaal en Cultureel Rapport 1998*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau (paragraaf 16.4.4.).

Zeeman, M. 'Naar een culturele apartheidspolitiek'. In: *de Volkskrant*, 31 mei 1999.

De Waal, M. (1989) *Daar ga je toch niet heen? Een oriënterende studie over jongeren en gevestigde kunst*. Amsterdam: Raad voor het Jeugdbeleid/Boekmanstichting.

Wel, F. van (1993) 'Een cultuurkloof tussen de generaties? Cultuurstijlen onder jongeren en hun persoonlijke netwerk'. In: *Boekmancahier*, jrg. 5, nr. 17, september, 306-327.

Wel, F. van, T. Kort, H. Haest, en E. Jansen (1994) *Jongeren over kunst en cultuur. Cultuurdeelname van allochtone en autochtone jongeren*. Utrecht: SWP.

WVC (1992) *Investeren in cultuur. Nota Cultuurbeleid 1993-1996*. Rijswijk: Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur.

¹De nota 'Cultuur en Confrontatie' bestrijkt het gehele culturele veld, dit artikel concentreert zich echter op de situatie van musea en podia.

²Om het totale actieprogramma te realiseren wordt ruim 130 miljoen uitgetrokken; ruim 76 miljoen is reeds vrijgemaakt.

³ Outreachactiviteiten zijn activiteiten waarbij culturele instellingen nadrukkelijk contact zoeken met groepen die de instelling niet bezoeken. In de Angelsaksische bestaat daar al langer een traditie in, in de vorm van programma's in samenwerking met het buurthuis, organisaties voor minderheden, wijkorganisaties, gezondheidszorg en scholen. Een voorbeeld is het project *Tinies & Toddlers* voor kleine kinderen en hun ouders van het Nottingham City Museum and Art Gallery. Er worden workshops georganiseerd zoals tulbanden wikkelen met Sikhs, boter maken met Pakistaanse vrouwen, waarbij voorwerpen uit de collectie als uitgangspunt dienen. (Erfgoed Actueel 1999)

⁴ Er zijn aanwijzingen dat het podiumkunstenaanbod nadat het de afgelopen decennia steeds complexer en onconventioneler is geworden, weer iets eenvoudiger en conventioneeler wordt: dit geldt met name voor toneel en cabaret (Duwél 1998). Dit is hoogstwaarschijnlijk het gevolg van het feit dat podia reeds meer rekening zijn gaan houden met de voorkeuren van het publiek. Of hiermee de elitisering van het toneelpubliek een halt is toegeroepen is nog niet duidelijk, omdat er (nog) geen publieks- en bevolkingsgegevens zijn verzameld die daar uitsluitsel over kunnen.

⁵ Deze cijfers zijn gebaseerd op CBS-gegevens: dit bureau heeft de definitie voor musea in 1997 verbreed, waardoor het aantal musea tussen 1995 en 1997 met 200 musea toenam.

⁶ De vijf genoemde factoren en drempels worden toegelicht in: Ranshuysen 1999, hoofdstukken 3 tot en met