

Inhoudelijke reflecties over de werking van culturele centra

Wijk. Reünite van cultuur, (j-1), in ...

5-28

PODIUMKUNST EN PUBLIEKE BELANGSTELLING

De heer Ganzeboom werd gevraagd op de Toekomstconferenties een referaat te houden over het onderwerp van de cultuurspreiding en de publieke belangstelling voor culturele activiteiten.

Sedert een aantal jaren is de heer Ganzeboom werkzaam bij het Sociologisch Instituut van de Rijksuniversiteit Utrecht. In zijn functie van sociologisch onderzoeker heeft hij reeds verscheidene malen onderzoek gedaan naar de sociale samenstelling van culturele publieksgroepen.

In zijn referaat, dat hieronder integraal wordt weergegeven, beschrijft hij de sociale samenstelling van het publiek van de podiumkunsten, hoe dit publiek zich onderscheidt van de rest van de bevolking. Hierbij buigt hij zich over de vraag in hoeverre deze sociale samenstelling in de afgelopen jaren is veranderd en in hoeverre hierin een spreiding van deelname is te constateren.

Na deze beschrijving van de sociale samenstelling van culturele publieksgroepen geeft hij een verklaring hiervoor en schetst hij de voorwaarden waaronder men deelgenoot van het theaterpubliek wordt. In dit verband brengt hij tevens een aantal ideeën naar voor over de specifieke kenmerken die het publiek van Culturele Centra zou hebben. Dit gedeelte berust evenwel niet op feitelijke kennis van dit publiek. Het zijn theoretisch afgeleide veronderstellingen.

Bij het lezen van dit referaat dient men er wel rekening mee te houden dat de heer Ganzeboom zich voornamelijk heeft beziggehouden met het theatergebeuren in Nederland, dat misschien toch enigszins kan verschillen met de gang van zaken hier in Vlaanderen.

We laten nu de heer Ganzeboom zelf aan het woord.

DRIE BELANGRIJKE KENMERKEN VAN CULTURELE PUBLIEKSGROEPEN

Wanneer men een inzicht wil krijgen in de voorwaarden waaronder bezoek aan podiumkunsten tot stand komt, is het een eerste vereiste dat men weet wat precies de kenmerken van deze publieksgroepen zijn, hoe ze van elkaar en van de rest van de bevolking verschillen. Ik wil in het volgende allereerst een paar zeer algemene en fundamentele feiten over theaterpubliek naar voren brengen, zaken die of ze nu wel of niet in de aandacht springen, zo belangrijk zijn dat elke uitspraak over podiumpublieksgroepen zich er rekenschap van zal moeten geven.

Laten we het eerst hebben over de omvang van het publiek : hoeveel mensen gaan er naar het theater, hoe vaak gaan ze en welk deel van de totale bevolking maken ze uit ? Je zou verwachten dat gegevens hierover gemakkelijk te vinden zijn. Dat is ook wel zo, maar er zitten aan die cijfers een paar haken en ogen. Laat ik eerst de cijfers noemen : de omvang van het theaterpubliek (theater houdt hier alle niet strikt muzikale vormen van podiumkunst in, dus inclusief ballet, opera en operette) bedraagt in Nederland ongeveer 1 miljoen; het concertpubliek is vrijwel even groot. Uitgedrukt in meer vergelijkbare termen betekent dit dat het aantal bezoekers per hoofd van de bevolking ongeveer 1 : 14 is, voor theater en concert elk. Als iedere bezoeker slechts één keer per jaar een bezoek zou brengen betekent dit dat ongeveer 15 % van de bevolking een bezoeker van de podiumkunsten is.

In feite brengt een grote groep van de bezoekers meerdere keren per jaar een bezoek; dat impliceert dat de omvang van de podiumbezoekers in de bevolking aanzienlijk onder die 15 % moet liggen. Nu is dit een gegeven dat gemakkelijk via enquêtes onderzocht kan worden. Dat is ook

al heel vaak gedaan en de uitkomst is verrassenderwijs dat aanzienlijk meer mensen in de bevolking zegt het theater te bezoeken dan de hooguit 5 - 10 % die het blijkens officiële tellingen zouden moeten zijn. Het hangt er een beetje vanaf hoe je de jongere leeftijdsgroepen meetelt, maar globaal genomen zegt van de bevolking boven de 18 jaar zo'n 35 % dat zij in het afgelopen jaar naar theater of concert is geweest. Zo'n 5 % zegt zelfs "vaak" naar theater te zijn geweest en bij nauwkeuriger vragen blijkt men daaronder te verstaan : meer dan 8 keer per jaar.

publieksomvang van de podia kunt tellen. De eerste en belangrijkste is tellen aan de zaal. Iedereen koopt een kaartje en dat schept de mogelijkheid van centrale registratie. In Nederland doet het Centraal Bureau voor de Statistiek dat. De tweede is die van vragen via enquêtes. De twee methodes leveren een geheel verschillend resultaat op, de tellingen via enquête komen wel een factor 3 of 4 maal zo hoog uit als via de opgave van de accommodaties en gezelschappen. Voor dit uiteenlopende resultaat zijn een aantal oorzaken aan te wijzen.

Die manier waarbij de telling wordt verricht via de opgave van de podia zelf, is op zichzelf wel goed, maar het resultaat is afhankelijk van de mate waarin het centrale telbureau erin slaagt ieder die podiumkunsten vertoont, te contacteren. Er bestaat, althans in Nederland, nogal wat twijfel over het succes van het CBS op dit gebied. Er bestaat het vermoeden dat er een aanzienlijk podiumaanbod naast het officieel geregistreerde bestaat, in het bijzonder in de amateuristische sfeer. Denkt U niet alleen aan de dorpsstoneelvereniging, maar in het bijzonder aan wat er zich allemaal in de muzikale sfeer aan uitvoering wordt gege-

ven : koren, harmonie, los gevormde kwartetten en popmuziek behoren vast tot de ondergerepresenteerde genres. Denkt U ook aan zaken als aanbod van theater op straat, scholen en vormingsinstellingen. Op dit punt spelen definitiekwesties natuurlijk een grote rol. Wat is eigenlijk podiumkunst, behoren popmuziek en uitvoeringen op bruiloften en partijen daar bij ? Het Nederlandse CBS heeft zich altijd sterk (maar niet uitsluitend) gericht op de gesubsidieerde podiumkunst en daarnaast geprobeerd de bestaande definities zo lang mogelijk te handhaven, opdat de historische vergelijkbaarheid van de statistische registraties niet in het gedrang zou komen. Dat zijn beide gezonde overwegingen, maar ze belemmeren ons wel om iets nauwkeurigs te kunnen zeggen over de omvang van het podiumpubliek of zulke kwesties in hoeverre het publiek van de grotere zalen is weggelopen naar kleinere uitvoeringen. Er bestaan maar weinig gegevens die een

schatting toelaten van het grijze, niet geregistreerde podiumaanbod en het publiek dat daardoor aangetrokken wordt. Er is mij één onderzoek bekend, in de provincie Noord-Holland (uitgezonderd Amsterdam), waarin men geprobeerd heeft het grijze aanbod zo goed mogelijk te inventariseren en na te gaan in hoeverre dit ook officieel geregistreerd werd. Volgens heel globale voorlopige schattingen komt men dan tot de conclusie dat er buiten de geheel amateuristische sfeer er tenminste tweemaal zoveel professionele uitvoerenden zijn dan door het CBS geregistreerd, dat het aantal uitvoeringen tenminste 50 % hoger is dan officieel geregistreerd en het aantal bezoekers ongeveer 30 %.

Het grijze aanbod bestaat dus, zoals U misschien al verwacht had, uit een groot aantal kleinere gezelschappen, die relatief weinig uitvoeringen geven, voor een relatief klein publiek, maar over het geheel genomen toch nog een substantieel



Het publiek van podiumkunsten is van kleine en teruglopende omvang.

deel van de publieke belangstelling voor hun rekening nemen. Dan moet U er nog wel rekening mee houden dat deze cijfers alleen maar betrekking hebben op belangstelling voor professionele uitvoerenden en dat de enorme amateursector nog niet is meegenomen.

Het voordeel van de enquêtemethode is dat men dergelijke definitieproblemen niet heeft. In beginsel geeft iemand ook informatie over bezoek aan theater en concert dat niet binnen de officiële registratie valt. Maar dat is tegelijkertijd ook een nadeel. De definitie wordt dan aan het publiek zelf overgelaten en het wordt daarmee grotendeels onbekend wat de bezoekers nu precies wel en niet onder theater verstaan. Het zou wel mogelijk zijn om in enquêtes daar wat nauwkeuriger naar te vragen, maar in het bestaande onderzoek heeft men helaas van deze mogelijkheid geen gebruik gemaakt.

Enquêtegegevens op het gebied van cultuur zijn wezenlijk onnauwkeuriger dan de tellingen aan de zaal. Daar komt bij dat ondervraagden in de enquêtes nogal eens de neiging hebben zich mooier voor te stellen dan ze zijn, en dat wat overdrijving over de mate van culturele participatie daarbij hoort. Mijn beste gissing is daarom dat het percentage personen in de bevolking die tenminste jaarlijks theater of concert bezoeken op zijn hoogst 20 % van de bevolking uitmaakt en dat zij bij elkaar goed zijn voor een kleine 3 miljoen bezoeken, ofwel 1 jaarlijks bezoek per 4 inwoners (van Nederland). Hun gemiddelde bezoekfrequentie schat ik op 1,5 à 2 bezoeken.

Hoeveel is dit? Daar valt alleen vergelijkenderwijs wat over te zeggen. Het percentage personen in de bevolking die tot de theater- en concertbezoekers moet worden gerekend is bijvoorbeeld wat kleiner dan van hen die museum, bioscoop of de bibliotheek bezoeken. In aantal bezoeken staan de podiumkunsten zeker ten achter bij deze cultuurvormen. Het getal van hooguit 3 miljoen podiumkunstbezoeken kan vergeleken worden met 15 miljoen museumbezoeken, 17 miljoen bioscoopbezoeken en 150 miljoen bibliotheekuitleningen. Theater en concert liggen echter wel voor op het bezoek aan betaald voetbal (2 miljoen), maar niet op dat aan sport in het geheel genomen (5 miljoen).

Tot zover over de omvang van het publiek der podia. Misschien zult U zeggen dat er nog wel meer aanbod van theater en concert is dan via de podia. De massa-

media, de televisie en (in toenemende mate) de video bieden ook een behoorlijke portie. Exacte cijfers heb ik daarover niet, maar op voorhand valt erover te zeggen dat dat bereik in publieksgrootte aanzienlijk omvangrijker is dan via alle podia bijeen genomen. Ik schat dat het publiek van een opera, ballet of toneelstuk, uitgezonden via de televisie, soms in één klap de hoeveelheid mensen overtreft die in een heel jaar in heel het land naar theater en concert gaan kijken. Een triviaal gegeven, maar toch de moeite waard om even over na te denken als we het hier gaan hebben over publieksbereik.

Het eerste feit over het publiek van podiumkunsten dat ik hiermee naar voren heb willen brengen, is dat het als zodanig klein van omvang is, ook in verhouding tot andere culturele publieksgroepen. Ik kan daaraan toevoegen dat volgens beschikbare cijfers (maar daarvan heb ik U de beperkingen al uiteengezet) de omvang van het podiumpubliek in de afgelopen tientallen jaren afgenomen is. Deze ontwikkeling doet zich wat betreft het toneel en verwant podiumaanbod veel sterker voor dan bij muziek. Het aantal bezoekers aan toneel was 30 jaar geleden meer dan het dubbele van nu, bij concert is het maar een vermindering met enige tientallen procenten.

Het tweede feit dat ik in deze beschrijving naar voren wil brengen betreft de grote oververtegenwoordiging van hogere statusgroepen onder culturele publieksgroepen. Dit is een heel bekend gegeven en het treedt alom uit onderzoek op dit gebied naar voren. Het is zo bekend, dat ik het zelf als triviaal beschouw en ik eigenlijk aan het gegeven zelf niet zoveel aandacht zou willen besteden. Ik ga er toch wat nader op in omdat ik nogal eens vertegenwoordigers van de culturele sector ontmoet, tot wie op de een of andere manier dit gegeven nog niet is doorgedrongen. Men redeneert nogal eens op basis van resultaten van publieksonderzoekingen waaruit zou blijken dat ook lager opgeleiden, lagere beroepsgroepen (arbeiders) of lagere inkomensgroepen tot de bezoekers van een instelling zouden behoren. Men kan er niet genoeg de nadruk op leggen dat het feit dat leden van deze sociale categorieën soms ook onder cultureel actieven worden aangetroffen niet betekent dat zij evenredig vertegenwoordigd zouden zijn. Voor een evenredi-

ge vertegenwoordiging zou het nodig zijn dat tenminste 40 % van het publiek alleen maar lager onderwijs of lager beroepsonderwijs gevolgd heeft, zoals in de bevolking het geval is, en dat tenminste 30 % tot een handarbeidersmilieu behoort. Beide komen niet boven de 10 % uit. Het overeenkomstig cijfer voor inkomensgroepen is lastiger te geven, maar ik verzeker U dat er ook sprake is van oververtegenwoordiging van de beter betaalden. Ik ken geen culturele instellingen die aan de representativiteitseisen zouden voldoen.

Belangrijker nog dan het feit dat hogere statusgroepen oververtegenwoordigd zijn, is de mate waarin zij dat zijn. Cultuurdeelname in het algemeen en bezoek aan podiumkunsten in het bijzonder, behoort tot de dingen in onze samenleving die het meest ongelijk zijn tussen sociale groepen. Wist U bijvoorbeeld dat de verschillen tussen opleidingsgroepen naar inkomen vele malen kleiner zijn dan de verschillen naar culturele activiteit? Gegeven dat men een hogere (universitaire) opleiding heeft genoten, dan is de kans dat men ook een meer dan gemiddeld inkomen geniet veel kleiner dan dat men meer dan gemiddeld cultureel actief is. Natuurlijk loopt de mate van oververtegenwoordiging van hogere statusgroepen

uiteen tussen de verschillende vormen van cultuurdeelname en podiumkunst. Betrekkelijk gespreide vormen van cultuurdeelname zijn bijvoorbeeld het bezichtigen van kastelen en buitenplaatsen, het bezoeken van amateuristische toneelvoorstellingen en het bezoeken van de bioscoop. Dat is één zijde van het continuum, maar bedenkt U wel dat ook daarvoor geldt dat de hogere statusgroepen nog steeds zijn oververtegenwoordigd! Aan de andere zijde vindt men cultuurvormen als de aanschaf van beeldende kunst via huur of koop, galeriebezoek en het lezen van opinieweekbladen, waarin de hogere statusgroepen het sterkst oververtegenwoordigd zijn.

Dit alles zijn gegevens waarmee men rekening moet houden, wanneer men een verklaring voor de samenstelling van culturele publieksgroepen wil ontwerpen. Het zijn juist deze betrekkelijk voor de hand liggende differentiaties die de beste aanknopingspunten voor een verklaring bieden. Maar denkt U niet dat het allemaal zo eenvoudig is. Wat moet je bijvoorbeeld denken van het gegeven, dat herhaaldelijk uit onderzoek naar voren is gekomen, dat bezoekers van popconcerten in doorsnee net zo hoog zijn opgeleid als bezoekers van schouwburgen en concertzalen?



Hogere statusgroepen zijn oververtegenwoordigd.

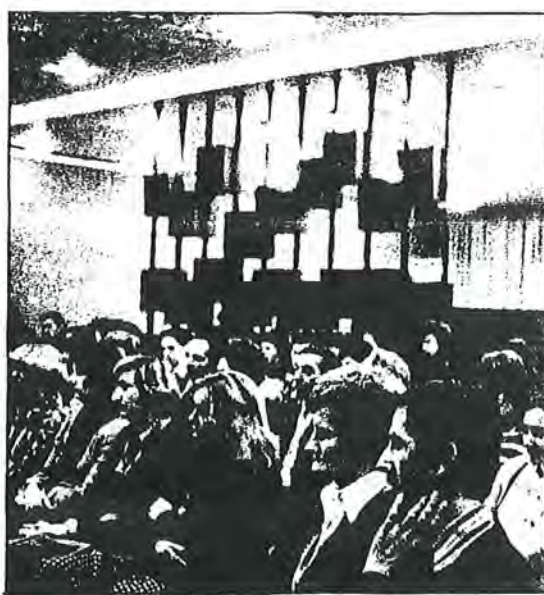
Ik heb het gehad over de omvang en de sociale achtergrond van culturele publieksgroepen. Het derde punt waar ik in deze beschrijving op in wil gaan, zal U duidelijk maken, waarom ik gaandeweg in mijn verhaal steeds meer ben gaan spreken over het publiek van cultuur in het algemeen, zoals musea, popmuziek, bioscopen, kastelen en buitenplaatsen, opinieweekbladen enzovoorts, in plaats van over het publiek van podiumkunsten in het bijzonder. De dingen die ik gezegd heb, en die ik nog ga zeggen, gelden namelijk in grote lijnen voor alle culturele publieksgroepen. Deze hebben niet alleen hun sociale achtergrond met elkaar gemeen, zij overlappen ook in andere opzichten in sterke mate. De mensen die men aantreft bij theater en concert, treft men bijvoorbeeld met grote waarschijnlijkheid ook aan in museum, galerie en bioscoop en onder de lezers van opinieweekbladen en literatuur. Kennelijk hebben al deze cultuurvormen een sterke gemeenschappelijke achtergrond, zij worden aangetroffen bij precies dezelfde sociale groepen. Ik kan daar aan toevoegen dat deze gemeenschappelijke achtergrond niet alleen wordt uitgemaakt door het feit dat cultureel actieven steeds in zo sterke mate worden aangetroffen onder hoger opgeleiden, ho-

gere beroeps- en inkomensgroepen. Ook als men de werking van die factoren uitschakelt, blijken culturele publieksgroepen nog veel gemeenschappelijks te hebben.

Tot zover het beschrijvende gedeelte van mijn voordracht. Het bevat drie fundamentele gegevens :

- de kleine en teruglopende omvang van het publiek;
- de grote oververtegenwoordiging van hogere statusgroepen;
- de grote onderlinge overlapping van culturele publieksgroepen.

Het zijn maar drie gegevens uit vele die ik hiermee naar voren heb gebracht. Maar, ze zijn erg belangrijk, in het bijzonder wanneer ze in verband worden gebracht met het gegeven dat het overgrote deel van de culturele activiteiten uit de collectieve middelen wordt gefinancierd. Men zou de situatie zo kunnen kenschetsen dat de werking van het culturele voorzieningstelsel zo is dat een aanzienlijk bedrag via verschillende kanalen terecht komt bij telkens dezelfde kleine maatschappelijke groep, een groep die ook in andere opzichten al in een voordelige positie verkeert. Vanuit het oogpunt van rechtvaardigheid van overheidsbeleid is hier reden tot zorg.



Culturele publieksgroepen hebben een sterk gemeenschappelijke achtergrond.

VIJF DETERMINANTEN VAN PUBLIEKE BELANGSTELLING VOOR PODIUMKUNST

In het volgende wil ik U voorleggen hoe belangstelling voor actieve kennisname van het podiumkunstaanbod tot stand komt. Mijn verhaal is georganiseerd rondom vijf voorwaarden voor actieve deelname. Dat zijn :

- de aanwezigheid van het aanbod;
- de betaalbaarheid van het aanbod;
- de mate waarin iemand tijd beschikbaar heeft om van het aanbod kennis te nemen;
- de vaardigheid waarover iemand beschikt om aan een gegeven aanbod van podiumkunst genoeg te beleven;
- de normen omtrent deelname aan podiumaanbod die leven in de sociale groep waarvan iemand deel uitmaakt.

Het blijkt dat elk van deze determinanten een groot aantal consequenties heeft voor de publieksoorming. Mijn onderzoekswerk bestaat eruit zoveel mogelijk van deze consequenties op te sporen en te toetsen

in welke mate deze factoren inderdaad van invloed zijn op actieve participatie. Het gaat er dus niet alleen om dat deze vijf voorwaarden de mate van deelname bepalen, maar ook het relatieve gewicht dat zij daarbij hebben.

HET AANBOD

De eerste voorwaarde waaraan voldaan moet worden om iemand tot een podiumbezoeker te maken, is dat er voor hem een voldoende en bereikbaar aanbod is gecreëerd. In het algemeen zal gelden dat een aantrek-

kelijk en bereikbaar aanbod meer publiek naar de accommodaties zal lokken dan een inferieur en ver weg liggend aanbod. In het verleden is in het bijzonder van de bereikbaarheid van het podiumaanbod een zwaar punt gemaakt. Men onderscheidt op het gebied van de cultuurspreiding een zogenaamde horizontale en verticale variant, ook wel de geografische en sociale cultuurspreiding genoemd. Onder horizontale of geografische cultuurspreiding verstaat men de ongelijkheid in deelname tussen bewoners van geografisch verschillende gebieden, zoals stad en platteland, grotere en kleinere steden, of (in Nederland) de Randstad versus de 'buitengewesten' en Amsterdam tegen de andere gebieden. Bij verticale of sociale cultuurspreiding doelt men op de ongelijkheid in deelname tussen sociale statusgroepen, zoals opleidings-, beroeps- en inkomenscategorieën.

In het Nederlandse cultuurbeleid heeft men van de bestrijding van beide vormen van culturele ongelijkheid steeds een expliciet punt gemaakt. Het is evenwel opmerkelijk dat van de horizontale, geografische cultuurspreiding aanzienlijk meer werk is gemaakt dan van de verticale, sociale cultuurspreiding. Specifieke beleidsmaatregelen ten aanzien van verticale cultuurspreiding bestaan er eigenlijk niet. Wel vindt men op dit gebied algemene maatregelen, in het bijzonder de grote prijssubsidies, waarover ik hieronder nog te spreken kom. Wat betreft de horizontale cultuurspreiding zijn veel meer inspanningen te noemen. Wat betreft de podiumkunsten valt bijvoorbeeld in het oog dat de overheid de gezelschappen heeft verplicht om op tournee te gaan buiten de eigen standplaats en in een aantal gevallen heeft bevorderd dat de standplaats buiten de traditionele cultuurcentra is gekozen. Daarnaast is voor de horizontale cultuurspreiding van groot belang dat in de afgelopen decennia op tal van plaatsen in het land, en wel tot in de kleinste streekcentra, accommodaties zijn verrezen, die het uitbrengen van zelfs grote podiumkunstproducties redelijk goed mogelijk maken.

Gezien vanuit het cultuurbeleid lijkt het erop dat de geografische ongelijkheid in participatie een belangrijk fenomeen is. Toch is het dat niet, zo zou ik naar voren willen brengen. Wanneer men analyseert in hoeverre de bevolking buiten de traditionele cultuurcentra actief kennisneemt van het podiumaanbod, dan vindt men

wel de veronderstelde verschillen met de bevolking van de traditionele cultuurcentra; maar tegelijkertijd valt op dat de verschillen niet zo vreselijk groot zijn, althans niet in vergelijking met bijvoorbeeld de verschillen die tussen sociale statusgroepen bestaan. De verhouding in culturele activiteit tussen de bevolking van platteland en grote stad komen zelden die van 1 : 2 te boven, terwijl dat bijvoorbeeld bij hoger en lager opgeleiden wel oploopt tot 1 : 6.

Daar komt nog iets bij. De veronderstelling die achter het geografisch cultuurspreidingsbeleid steekt is dat de locatie van de bevolking en de afstand tot het cultureel aanbod de beslissende factor bij de onderrepresentatie van de bevolking van de cultureel achterliggende gebieden is. Maar dat is slechts een gedeelte van het verhaal. Men moet er goed rekening mee houden dat het niet alleen de afstand tot het cultureel aanbod is, die de ondervertegenwoordiging veroorzaakt. De bevolking van de achterliggende gebieden onderscheidt zich ook in de mate waarin zij een potentieel publiek vormt. Twee sociale groepen waaronder men doorgaans bijzonder veel theaterbezoekers vindt zijn universitair opgeleiden en kunstenaars. Het demografische patroon is nu zo dat deze categorieën in veel sterkere mate in de stedelijke gebieden wonen en dus in de traditionele cultuurcentra. Het verschil tussen de geografische gebieden is daarom deels terug te voeren op heel andere factoren dan de werking van het aanbod.

Eigenlijk denk ik dat de geografische factor een erg overschatte determinant van cultuurdeelname is. Natuurlijk, er kunnen op dit punt verschillen worden aangetoond, maar ze zijn niet groot en voor tenminste de helft terug te voeren op demografische factoren. Soms denk ik wel eens dat de belangstelling voor de geografische ongelijkheid grotendeels is terug te voeren op een soort gezichtsbedrog. Gezien vanuit de uitvoerende kunstenaars en de accommodaties is het natuurlijk zo dat er buiten de traditionele cultuurcentra veel minder publieke belangstelling is dan in de traditionele cultuurcentra. Maar men vergeet mee te wegen dat in de traditionele cultuurcentra de bevolkingssomvang, de bevolkingsdichtheid en de bevolkingssamenstelling zoveel verschilt van die elders, dat het verschil in publieksomvang daarmee eenvoudigweg overeenstemt.



Een voldoende en bereikbaar aanbod : noodzakelijk voor een actieve cultuurdeelname.



GELDELIJKE KOSTEN EN GELDBUDGETTEN

Voor deelname aan cultuur moet men vaak een toegangsprijs betalen en de podiumkunsten vormen hierop zeker geen uitzondering. De toegangsprijs vormt voorts lang niet de enige geldelijke kost die aan zo iets als een avondje theater verbonden zijn. Denkt U aan vervoer, de kosten van de oppas, kleding, het etentje vooraf en het drankje achteraf. Het is natuurlijk niet noodzakelijk om al deze onkosten te maken, maar de praktijk wijst uit dat ze in het merendeel van het geval toch gemaakt worden. Er zijn schattingen die uitwijzen dat de feitelijke kosten van het kaartje gemiddeld maar een minderheid van de totale kosten van theater- en concertbezoek uitmaken. Het lijkt dus niet meer dan logisch dat hogere inkomensgroepen oververtegenwoordigd zijn in het theater. Naarmate men een hoger inkomen heeft, en in het bijzonder naarmate men een groter gedeelte van dit inkomen vrij te besteden heeft, des te beter is men in staat aan culturele activiteiten deel te nemen. De werking van deze factor zal sterker zijn naarmate de geldelijke kosten van activiteit ook hoger zijn. Het bezoek van podiumkunsten behoort weliswaar niet tot de duurste vormen van culturele activiteit (daaronder reken ik de aanschaf van boeken en platen, het kopen van kunst en het maken van culturele reizen), maar is toch prijzig in vergelijking met bijvoorbeeld museumbezoek of boeken lenen. De veronderstelling dat de geldelijke kosten van deelname belangrijk zijn en de sociale ongelijkheid in cultuurdeelname daarom voor een belangrijk deel is terug te voeren op de inkomensongelijkheid is steeds het actief geweest voor de belangrijkste maatregel die de overheid heeft genomen ter bevordering van de verticale cultuurspreiding; de financiële ondersteuning van accommodaties, uitvoerenden en produkties, en wel zodanig dat cultuur ver onder de kostprijs aan belangstellenden wordt aangeboden. Merk op dat het zwaartepunt van deze maatregelen niet afhankelijk is gesteld van het inkomen van de bezoeker. Dit is eigenlijk alleen maar het geval bij reductieregelingen

voor jeugd en ouderen.

Het is opmerkelijk dat onderzoeksgegevens systematisch laten zien dat inkomens tamelijk weinig verschil maken in deelname aan cultuur. Men merkt de invloed van het geldsbudget eigenlijk alleen maar op wanneer men kijkt naar de heel dure vormen van cultuurdeelname die ik U genoemd heb. De verschillen bij de podiumkunsten zijn echter tamelijk klein, zelfs nog kleiner dan tussen de eerder behandelde geografische gebieden. Als U goed om U heen kijkt in de zalen, dan kunt U dat ook waarnemen. Een groot deel van het publiek bestaat uit jongere mensen, vaak nog in opleiding en het laat zich wel raden dat die betrekkelijk weinig geld te besteden hebben.

Begrijpt U mij goed. Ik beweer niet dat er geen oververtegenwoordiging van hogere inkomensgroepen in het theater te vinden is. Die is er wel, maar ze is klein; verder kan men met statistische analyse aantonen dat de bestaande oververtegenwoordiging van hogere inkomensgroepen niet op hun inkomen, maar eerder op hun gemiddeld hogere opleiding moet worden teruggevoerd. Evenmin beweer ik dat de deelname ongevoelig is voor inkomenseffecten, dat de situatie zou blijven zoals ze is, als de inkomens sterk zouden dalen, de prijzen sterk zouden stijgen of de inkomensverdeling zou veranderen. De geconstateerde situatie moet eerder worden toegeschreven aan het succes van generieke prijssubsidies en specifieke kortingsregelingen, dan aan de onjuistheid van een aantal fundamentele economische wetmatigheden.

Interessant is ook een historische kijk op de werking van de inkomensfactor. Zij heeft op dit moment geen invloed, maar dat was vroeger wellicht wel het geval. In de afgelopen decennia hebben we op dit gebied een aantal belangrijke ontwikkelingen gezien. De inkomens zijn sterk gestegen en de inkomensverdeling is aanzienlijk vlakker geworden. Kortingsregelingen zijn niet altijd van kracht geweest. Dit alles zou doen verwachten dat enige tientallen jaren geleden het inkomen wel een differentiërende invloed had. Historisch-vergelijkende analyse, met bijvoorbeeld de toestand 30 jaar geleden, leert evenwel dat dit ook toen niet het geval was. Mijn interpretatie is dat toen, zoals nu, de geldelijke kosten van deelname zo laag (kunnen) zijn, dat geen werkelijk grote aanslag op het inkomen wordt gedaan.

Prijzen

TOEGANG	200BF
C.J.P.-PAS	160BF
+3 - PAS	160BF
-12 JAAR	160BF



Toegangsprijs : 210 fr. - C.J.P. en + 3 Pas : 160 fr.
 Verenigingen die minimum 15 toegangskarten afnemen betalen
 eveneens slechts 160 fr. per kaart.
 Wel vooraf afhalen in het Cultureel Centrum.

IZEN
 200 BF
 150 BF
 150 BF

CJP-PROMO
 Uitgaan en cultuur kosten ervoor zorgt dat jongelui tegen concerten, leuten, dans, ... kunnen.
 Toegang tot het concert : 210 fr. CJP en + 3 Pas : 160 fr.
 CJP is een organisatie die verminderde prijzen naar leden van Jeugd en Muziek : 105 fr.

Toneelabonnement

Kassaprijs voor 6 voorstellingen 1020,-.
 In abonnement slechts 800,- (uw voordeel : 220,- !!!)

Of bepaal zelf een keuzepakket van 3 toneelvoorstellingen : normale kassaprijs 540,-, in keuzeabonnement 420,- w voordeel : 120,- !!!)

reductieregelingen bevorderen de betaalbaarheid.

TIJDSDUUR EN BESCHIKBARE TIJD

De derde voorwaarde voor cultuurdeelname waarover ik kom te spreken, is die van de tijdsduur van deelname en de hoeveelheid tijd die men ter beschikking heeft. Tijd is geld, zo zegt men wel en daar is veel voor te zeggen. Economen rekenen wel met een combinatie van geldelijke en tijds-kosten om consumptieve voorkeuren te verklaren. Je kunt wel geld hebben om een bepaald goed te betalen, maar als je geen tijd hebt om het te consumeren heeft het geen zin om het aan te schaffen. Je kunt over tijdsbudgetten net zo praten als over geldsbudgetten. Net zoals met geld is het met tijd zo dat je het maar één keer kunt uitgeven. Geld en tijd zijn ook in elkaar om te rekenen : de kosten van een uur tijd zijn gelijk aan de hoeveelheid geld die je in die tijd kunt verdienen.

Er zijn ook verschillen tussen tijd en geld. Eén ervan is dat de totale hoeveelheid tijd per persoon in beginsel

constant is. Afgezien van verschil in levensduur zijn er wat dit betreft geen verschillen. De verschillen in beschikbare tijd ontstaan doordat sommigen veel meer dan anderen tijd moeten besteden aan primaire verantwoordelijkheden als beroepsarbeid, kinderverzorging en huishoudelijk werk. Bij inkomen ligt dat anders : er zijn al verschillen in de initiële inkomens, los van de besteding daarvan. Een ander verschil tussen gelds- en tijdsbesteding is, dat je geld kunt opsparen, terwijl je tijd moet besteden, terwijl zij passeert. Via verschuiving van activiteiten kun je wel hier en daar een avond vrijmaken, maar dit zijn toch maar kleine variaties op het gegeven dat je de tijd om een avond naar het theater te gaan, gewoon moet hebben. Dat maakt dat verwacht mag worden dat tijdsbudgetten een veel scherpere invloed op activiteiten moeten hebben dan geldsbudgetten. Een derde verschil tussen tijds- en geldsbesteding tempert deze invloed weer wat. Dit is dat je het nut van bestede tijd kunt verhogen door verschillende activiteiten te combineren, terwijl zoets met geld nauwelijks mogelijk is.

Wat heeft dit alles nu te maken met de publieksvorming in de podiumkunsten ?

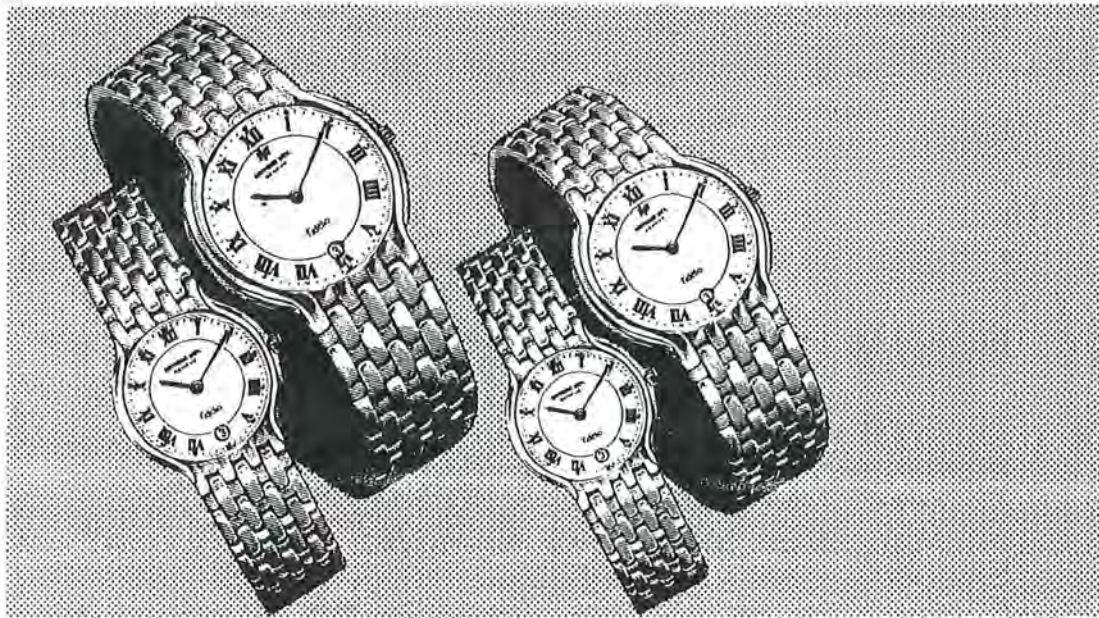
Wel, dit lijkt me duidelijk : mensen met weinig tijd komen weinig in het theater. Nog duidelijk : theater en concert zullen meer last van de tijdsdrukfactor hebben dan enig andere cultuurvorm. Dat komt doordat theater en concert zich van de meeste andere cultuurvormen onderscheiden in het feit dat zij zich op een bepaald tijdstip gedurende de avond afspelen. Meestal is dat ook nog (en daarin ligt een verschil met bioscoopbezoek) één tijdstip op één bepaalde avond. Theater en concert zijn, zoals zij zich nu afspelen, niet of nauwelijks combineerbaar met andere activiteiten en dat nog wel terwijl zij zich afspelen op een moment dat men vaak ook nog wel andere dingen te doen heeft.

Men kan de invloed van de tijdsfactor afmeten aan de feitelijke besteding, aan meer primaire categorieën activiteiten die iemand heeft. Verder kan men veronderstellingen maken over hoe bekende sociale categorieën zich differentiëren naar tijdsdruk. Men kan op basis hiervan bijvoorbeeld verklaren waarom werkenden, en in het bijzonder de leden van specifieke beroepsgroepen als zelfstandigen en leidinggevendenden relatief weinig in het theater worden aangetroffen. Interessanter wordt het nog wanneer men een verband legt tussen het geld dat iemand te besteden heeft en de tijd die men te besteden heeft. Wanneer iemand veel geld te besteden heeft, is hij in staat veel te consumeren. Voor consumptie heeft men ook tijd nodig. Wanneer iemand een hoog inkomen heeft, of wanneer iemands inkomen hoger wordt, zal daardoor zijn consumptie toenemen en daardoor zijn tijdsdruk. Als hij verstandig is, wendt hij zich bij stijging van inkomen af van die goederen die hem relatief veel tijd kosten. Iemand die veel geld te vertoren heeft, zal het wel uit zijn hoofd laten om zijn tijd te verbeuzelen, maar zorgvuldig daarmee omgaan en ervoor zorgen niet te lang met iets bezig te zijn. Nu wil het geval, dat in de afgelopen jaar de consumptie zeer sterk gestegen is. Dat komt niet alleen doordat alle inkomens sterk zijn gestegen en gelijker verdeeld zijn geraakt, maar ook zijn de prijzen van veel consumptiegoederen gedaald, in het bijzonder ook van goederen die een direct substituut voor podiumkunsten vormen, zoals de televisie. Het gevolg van deze ontwikkeling is dat in onze samenleving de tijdsdruk voor iedereen steeds groter wordt. Het betekent

ook dat er een overweldigende trend naar haast en combinatie van activiteiten is. Het bijzondere gevolg van deze ontwikkeling voor de podiumkunsten is dat zij hun publiek verliezen. De mensen besteden hun tijd liever aan kortdurende en goed combineerbare activiteiten dan aan zoiets tijdrovends als theaterbezoek.

Dezelfde trend ziet men ook op andere culturele terreinen. Museumbezoek neemt bijvoorbeeld toe, maar de groei zit in de mensen die af en toe (in combinatie met vakantie) komen, niet in de frequentie. Boekenverkoop en zelfs boeken lezen neemt wel toe, maar het wordt beslist niet gezocht in dikke pillen. In plaats van collectief beoefende activiteiten, zoals theaterbezoek, treden de geïndividualiseerde tijdsbestedingen, waarin men naar eigen tijdsschema en zonder met iemand rekening te hoeven houden, de tijd zo nuttig mogelijk kan besteden. De achtergrond van deze trends moet gezocht worden in de enorme toename van de consumptiemogelijkheden, die zich enerzijds uit de grotere inkomens en anderzijds uit de nieuwe en goedkopere consumptiemogelijkheden voortkomen.

De invloed van de tijdsfactor en van de druk die alternatieve consumptiemogelijkheden opleggen, is de beste verklaring die ik ken voor het feit dat de deelname aan podiumkunsten in de afgelopen decennia is gedaald. Immers, ook de niveaus van het aanbod, het inkomen en een hierna nog te behandelen determinant, de opleiding, zijn sterk verhoogd en dat alles zou de belangstelling voor podiumkunsten juist moeten bevorderen. De vrij beschikbare tijd is echter netto afgenomen. Wat een verklaring voor de historische ontwikkeling kan bieden, moet ook in dwarsdoorsnee een verklaring bieden. Als de historische daling van participatie aan podiumkunsten te wijten is aan de toegenomen tijdsdruk en het gebruik van alternatieven, dan moet het ook zo zijn dat mensen die sterk onder tijdsdruk staan, minder naar het theater gaan dan anderen. Nu, dat resultaat treedt uit onderzoek ook naar voren. De tijdsdruk is een sterkere determinant van cultuurdeelname dan geografische factoren en het inkomen. De verwachte verschillen treden duidelijk naar voren. Toch moet ik ook op dit punt aangeven dat de verschillen niet overdadig groot zijn, en dat er veel belangrijker dingen over cultuurdeelname te zeggen zijn dan dat het een functie is van beschikbare tijd.



Door de toegenomen tijdsdruk verliezen de podiumkunsten hun publiek.

COMPLEXITEIT EN CULTURELE VAARDIGHEDEN

Ik kom dan aan de vierde voorwaarde waaraan iemand moet voldoen om met enige waarschijnlijkheid een liefhebber van podiumkunsten te worden en op voorhand kondig ik U vast aan dat dit de belangrijkste is. De voorgaande drie lagen alle in de sfeer van de noodzakelijke voorwaarden voor deelname. Aanbod, tijd en geld heb je nodig om aan podiumkunsten deel te nemen, maar ik heb het in het geheel nog niet gehad over zaken die iemand positief zouden kunnen motiveren om cultureel actief te zijn. Een belangrijk motief om theater en concert te bezoeken is de verwachting dat men aan het gebodene plezier zal beleven. Nu is dit op zichzelf geen differentiërende factor. Men kan er wel van uitgaan dat iedereen er op uit is het leven zo plezierig mogelijk in te richten. De verschillen worden teweeggebracht doordat verschillende personen een geheel andere toerusting hebben om van cultuuraanbod te genieten.

Cultuur is overdracht van informatie en niet iedereen is dezelfde mate in staat om die informatie te verwerken en te begrijpen. Verder geldt dat culturele informatie een geheel wisselend niveau van complexiteit kan hebben en dit zal gevolgen hebben voor de samenstelling van het publiek.

Wanneer ik met zo'n algemene stelling kom, ben ik verplicht om wat nader aan te geven wat ik met "culturele vaardigheden" en "complexiteit van culturele informatie" bedoel. Laat ik beginnen met "culturele informatie" en constateren dat het heel gebruikelijk is om over cultuur te spreken in termen van bijvoorbeeld "lichte" en "zware kost", over "lichte" en "serieuze" muziek, over een "luchtig" en "moeilijk" toneelstuk. De verwijzing naar de complexiteit van culturele informatie zit veel beoordelaars kennelijk aan het hart gebakken.

Men zou op de gedachte kunnen komen om deze complexiteit te gaan tellen en meten. Men zou bijvoorbeeld de moeilijkheid van een toneelstuk kunnen afmeten aan de hoeveelheid rollen, de gemiddelde lengte van de gesproken zinnen, de hoeveelheid vreemde woorden en begrippen en zo een aantal kenmerken. Of men zou de

complexiteit van een muziekstuk kunnen afmeten aan de hoeveelheid gespeelde noten, de gebruikte instrumenten, de variatie van maatvoering enzovoorts. Ik denk dat een dergelijke aanpak U niet bijzonder zou aanspreken. Complexiteit heeft niet alleen en waarschijnlijk niet voornamelijk betrekking op de uiterlijke vorm. Als U bereid zou zijn om mij te volgen in de toepassing van het begrip "complexiteit" op een kunstwerk, dan zou U waarschijnlijk onmiddellijk beseffen dat in dat ene woord een veelheid van dimensies besloten liggen. Een toneelstuk zou misschien complex kunnen zijn vanwege de daarin gebezigde taal, maar voor de hand liggender zou zijn die complexiteit af te meten aan de abstractheid van de voorstelling, de mate waarin een stuk afsteekt bij het gebruikelijke repertoire en bij gebeurtenissen in het dagelijks leven. U zou het mogelijk met mij eens zijn dat de complexiteit van een stuk culturele informatie geen objectieve, buiten de toeschouwers vastliggende grootheid is, maar iets dat afhangt van hun voorkennis en gewenning. Wat op één moment nieuwlichterij is en onbegrepen, kan vervolgens tot een afgesloten en overbekende vorm verworden.

Een strakke definitie en objectieve meting van zoiets als complexiteit van culturele informatie is niet goed mogelijk; dat neemt niet weg dat het kennelijk wel mogelijk is dat beoordelaars onderling tot consensus komen over de mate van complexiteit, gegeven een bepaald niveau van training en voorkennis. Ook zijn een aantal algemene kenmerken aan te wijzen, die (tijdelijk) zorg dragen voor een hoge moeilijkheidsgraad. De mate van gewenning bij het publiek, de moderniteit, kan als de belangrijkste daaronder worden aangewezen. Een vorm die nog niet zolang in het repertoire is ingevoerd, is steeds complex en trekt daarom een klein en geselecteerd publiek.

Zoals de complexiteit van culturele informatie niet eenduidig is af te bakenen, zo geldt dat ook voor de culturele vaardigheden van het publiek. Maar op dit punt worden we het waarschijnlijk gemakkelijker eens. Zo is het gebruikelijk om mensen een verschillende mate van muzikale vermogens of vaardigheid toe te kennen, die hen in staat stelt om muzikale informatie te verwerken en daaraan plezier te beleven. Maar zulke vermogens bestaan er meer. Het vermogen tot cognitieve informatieverwerking, de vaardig-

heid in het verwerken van teksten en symbolen, nemen zelfs in onze samenleving een veel centralere vraag in dan muzikaliteit. De mate waarin men deze vaardigheid heeft of aanleert, is immers in grote mate bepalend voor het schoolsucces. Culturele vaardigheden kunnen ook gemeenten worden. Het is mogelijk om over iemands muzikaliteit aanwijzingen te krijgen, iemands kennis van kunsthistorie en repertoire via tests vast te leggen. Met behulp van de resultaten van zulke tests is het ook gemakkelijk om vast te stellen hoe iemand aan een grotere culturele vaardigheid kan komen. Daar zijn drie kanalen voor. De eerste is de formele schoolopleiding, waarin men getraind wordt in het verwerken van culturele informatie en op de mate van beheersing wordt geselecteerd. De school wisselt nogal in de mate waarin deze informatie wordt verschaft op verschillende gebieden. Zo leert het onderwijs de leerlingen uitstekend boeken te lezen, geeft het ook wat informatie die nodig is om van museum te genieten, maar op het gebied van bijvoorbeeld muziek, ballet en opera is de training niet bijzonder intensief. Een tweede kanaal om grotere culturele vaardigheden te verkrijgen is gelegen in de opvoeding, de mate waarin men van huis uit met culturele informatie is groot gebracht. Een derde kanaal, tenslotte, is dat men van deelname zelf aanzienlijk competent kan worden op het gebied van culturele informatie. Het onderling gewicht van deze drie kanalen wisselt per cultuurvorm. Ik stip dit aan om te benadrukken dat de schoolopleiding over het geheel genomen maar een deel, en soms een klein deel van de culturele vorming voor haar rekening neemt.

Als in deze gedachtengang enige waarde schuilt, dan moeten sociale groepen als hoger opgeleiden, mensen die met cultuur zijn grootgebracht en kunstenaars zelf in culturele publieksgroepen oververtegenwoordigd zijn. Verder moet het zo zijn dat de deelnemers inderdaad in staat zijn het gebodene te begrijpen en te verwerken, en een hogere graad van culturele vaardigheid vertonen dan anderen. Dit alles stemt goed met onderzoeksgegevens overeen. Niet alleen is er een oververtegenwoordiging van de genoemde groepen, deze is ook bijzonder groot. Ik heb U al het feit genoemd dat de oververtegenwoordiging van hogere inkomensgroepen grotendeels is terug te voeren op de hogere opleiding die zij gemiddeld genoten

hebben. Hetzelfde geldt voor beroepsgroepen. Beroepsgroepen met een hoog prestige, zoals notabelen en zakenlieden zullen wel vaak relatief cultureel actief zijn, maar dat is niet het geval wanneer men er rekening mee houdt dat deze mensen ook vaak zo hoog opgeleid zijn en uit een cultureel milieu afkomstig zijn. Een uitzondering hierop vormen de beroepsgroepen, die vanwege hun beroepsuitoefening een bijzonder culturele competentie hebben, zoals kunstenaars en leraren. Wanneer men cultuuruitingen schaalt naar hun mate van complexiteit, dan ziet men ook de samenstelling van hun publieksgroep keurig langs een complexiteitsdimensie aflopen. De moeilijkste dingen, doorgaans moderne kunst of moderne uitvoeringen, hebben verreweg de hoogst opgeleide en best getrainde publieksgroepen, terwijl lichte kost, bijvoorbeeld populaire romans een veel lager opgeleide publieksgroep hebben.

Kort samengevat komt het erop neer dat het idee van complexiteit en culturele vaardigheden heel goed met de onderzoeksgegevens overeenstemt en daarin naar gewicht de belangrijkste differentiatie

eweeg brengt. Men kan er ook mee verklaren waarom in de afgelopen decennia geen opvallende sociale cultuurspreiding tot stand is gekomen. Immers, er zijn geen redenen om aan te nemen dat de verschillen in vaardigheden tussen lager en hoger geschoolden zouden zijn afgenomen. Die zijn misschien zelfs eerder groter geworden.

Er is eigenlijk maar één belangrijk punt, waarop deze veronderstelling over complexiteit en vaardigheden absoluut geen succes is. Het staat namelijk wel vast dat de culturele vaardigheid van de bevolking in de afgelopen decennia gestegen moet zijn. Niet alleen is het niveau van opleiding aanzienlijk toegenomen, via allerlei openbare kanalen is ook iedereen in staat zich beter in te stellen op de verwerking van culturele informatie. Men ziet evenwel geen stijging van de deelname en dat zou je wel verwachten. Het is vooral om deze reden dat ik denk dat het informatieperspectief noodzakelijk aangevuld moet worden met een andere verklaring, en wel in het bijzonder de al eerder genoemde veronderstelling over tijdsdruk.



Training in het verwerken van culturele informatie kan via de school.

EN HOE WEET
MENEER ZO
GOED WIE
SHAKES... EUH... DINGES
IS ???

OMDAT MENEER
NAAR THEATER GAAT
MENEER !



Cultuurdeelname bevordert het verwerken van culturele informatie.

CULTURELE NORMEN EN SOCIALE DREMPELS

Dan kom ik op de vijfde en laatste determinant van ongelijkheid in cultuurdeelname, namelijk de werking van culturele normen en de sociale drempels die daarvoor worden opgeworpen. Wij zijn geneigd te denken dat deelname aan cultuur met een grote C een vorm van gedragskeuze is, die behoort bij bepaalde sociale groepen in onze samenleving, en wel in het bijzonder bij groepen die daarin een hoog prestige genieten. De oververtegenwoordiging van die groepen onder cultureel actieven zou men dan ook zo kunnen verklaren dat leden van hogere statusgroepen zich goed thuis voelen in de entourage van schouwburg en concertzaal en dat hun bezoek gedeeltelijk voor hen een functie van onderlinge ontmoeting en representatie heeft. Culturele activiteit is een statussymbool, en voorzover zij in het openbaar plaatsvindt (zoals bij theater en concert het geval is), behoort zij onder wat de klassieke Amerikaanse socioloog-econoom Thorstein Veblen "conspicuous leisure" heeft genoemd: het zodanig inrichten van je vrijetijdsbesteding dat je hoge plaats in de samenleving krachtig en duidelijk wordt geëtaleerd. Men moet deze veronderstelling over de werking van het status- en onderscheidingsmotief niet alleen vanaf de kant van de cultuurdeelnemers bekijken. Het lijkt tenminste even belangrijk te kijken vanuit het perspectief van de niet-deelnemer. Dat ziet er dan zo uit dat de niet-deelnemer, vaak afkomstig uit de lagere statusgroepen, zich buitengesloten voelt, een sociale drempel waarneemt. Enerzijds kan die eruit bestaan dat hij zich niet thuis voelt in de entourage van het theater en de mensen die daar komen, en anderzijds kan het zo zijn dat hij in zijn eigen groep niet geaccepteerd zou worden met culturele activiteit, maar zou worden

weggehoond. Eigenlijk denk ik dat de sociale drempels, gezien vanuit de niet-deelnemers, een belangrijker invloed op het verschil in deelname van sociale statusgroepen heeft, dan de onderscheidingsdrang van de hogere statusgroepen. De veronderstelling over de invloed van status en sociale drempels is altijd een zeer prominente geweest in het denken over cultuurdeelname en cultuurspreiding. Het lijkt me mogelijk de stelling te verdedigen dat het overheidsbeleid op het gebied van cultuurspreiding berust op de eerder behandelde veronderstelling over de werking van inkomensverschillen, maar dat de veel belangrijker initiatieven tot cultuurspreiding, die vanuit de accommodaties en kunstenaars zelf zijn voortgekomen, voornamelijk berusten op de statusveronderstelling. Deze veronderstelling vormt in mijn ogen bijvoorbeeld het fundament van het type culturele centra waarover wij het vandaag hebben. Entourage en programmering mikken alle op het doorbreken van het traditionele sociale kader dat het kunstaanbod omringde. Door een mengverhouding te kiezen tussen aanbod waarvan men hoopt dat het voor een brede kring toegankelijk is (zoals het bibliotheekwerk) en ander kunstaanbod, probeert men de sociale drempels voor de cultureel niet-actieven te slechten. Het is nodig om bij deze gedachtengang, die voor de inrichting van het kunstaanbod zo belangrijk lijkt te zijn, enige kritische kanttekeningen te maken. Zo'n kanttekening is allereerst op haar plaats op het theoretische niveau. Er bestaat een strijdigheid tussen de veronderstelling dat cultuurdeelname grotendeels een functie zou zijn van onderscheidingsmotieven en het feit dat tegelijkertijd alerwegen gepleit wordt voor cultuurspreiding. Als het waar is dat cultureel actieven voornamelijk gemotiveerd zijn door de mogelijkheid zich via cultuurdeelname te onderscheiden en hun eigen voortreffelijkheid aan te wijzen, wat mankeert hun dan dat zij nu juist telkens pleiten voor een spreiding en verbreding van het cultureel aanbod? Want cultuurspreiding is een streven van de cultureel actieven en beslist niet van de cultureel niet-actieven. Ook uit onderzoeksgegevens treden maar spaarzaam aanwijzingen naar voren die wijzen op een grote verklaringswaarde van statusmotieven en sociale drempels. Een hinderlijk bezwaar tegen de theorie is bijvoorbeeld dat het helemaal niet zo is,

dat cultuuraanbod buiten de formele accommodaties zoveel meer sociaal gespreid is dan het aanbod daarbinnen. Het lezen van serieuze boeken en periodieken is bijvoorbeeld één van de meest ongelijk verdeelde vormen van cultuurdeelname en het moet toch betwijfeld worden of nu juist deze vormen van culturele activiteit bij uitstek geschikt zijn de eigen voortreffelijkheid te tonen. Een ander negatief punt voor deze veronderstelling is dat het eigenlijk helemaal niet de klassieke hogere statusgroepen zijn, zoals de notabelen en de zakenlieden, die zoveel in het theater worden aangetroffen. Zoals al aangegeven, zijn het de geletterden, de hoger opgeleiden, de studenten en scholieren, de journalisten en de leraren en niet te vergeten de kunstenaars zelf die sterk onder culturele publieksgroepen zijn oververtegenwoordigd. En dat zijn nu niet direct de hoogste statusgroepen.

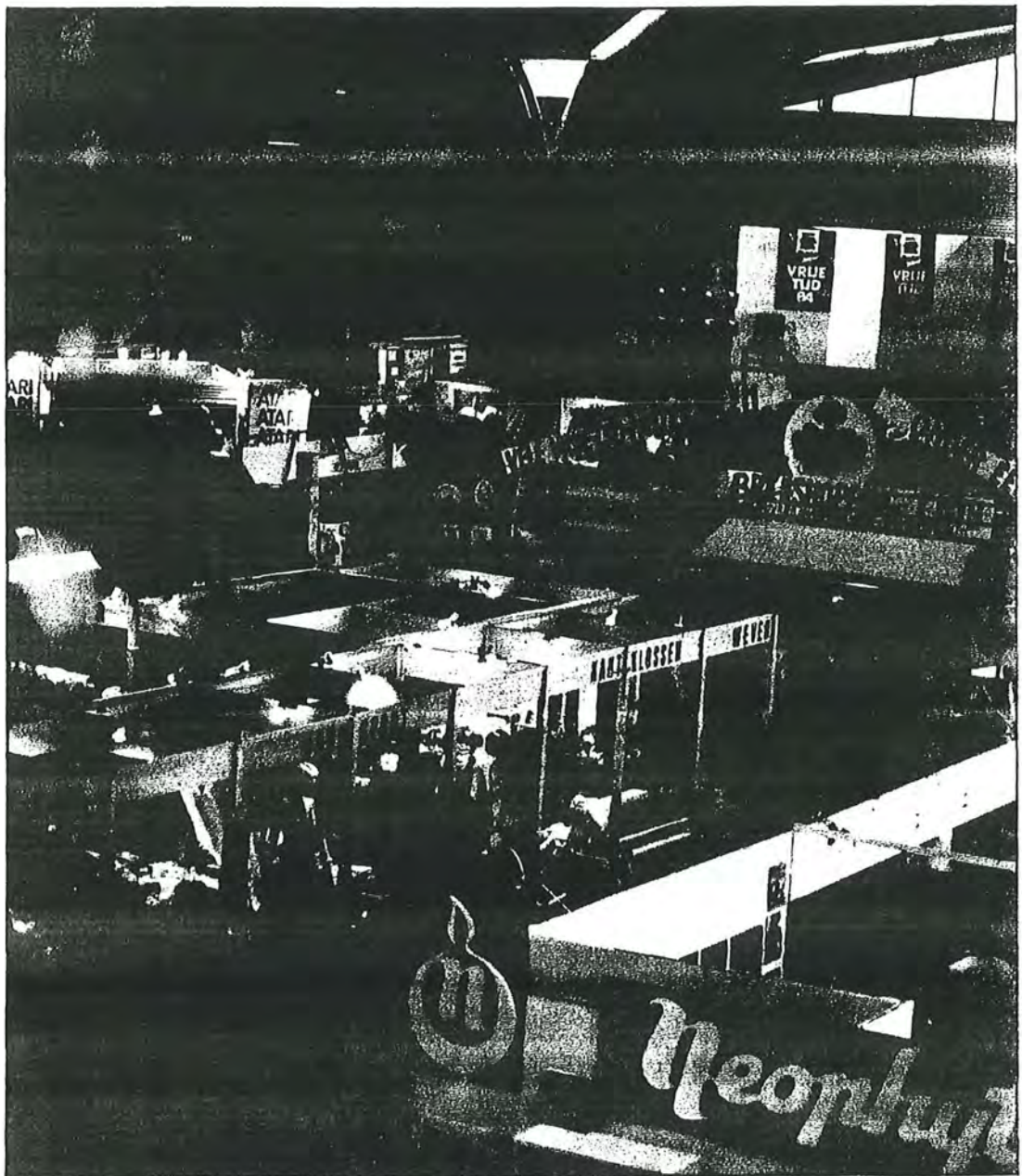
Een lastig punt is wel dat het heel moeilijk is om statusmotieven direct te meten. In onze moderne tijd is het niet netjes meer om aan te geven dat men tot sociale onderscheiding en exclusiviteit gemotiveerd is. In een aantal onderzoeken zijn wel pogingen gedaan om toch aan ondervraagden dergelijke uitspraken te ontlokken. Dan blijkt dat toch het meest de uitspraken die het gevoel vertolken van de aanwezigheid van een negatieve statusdrempel voor de cultureel niet-actieven, worden aangegrepen om het eigen gedrag te verklaren. Een andere positieve aanwijzing voor de statusveronderstelling is dat iemands culturele activiteit altijd sterk verbonden is aan het sociale netwerk waarmee hij verbonden is. Ik heb U al genoemd dat het milieu van herkomst gedurende het gehele leven van invloed blijft op cultuurdeelname. Hetzelfde geldt voor kenmerken van iemands partner en iemands vrienden. Als die cultureel actief zijn, bevordert dat in belangrijke mate de activiteit van de persoon zelf. Zulke dingen kun je ook wel op een andere manier verklaren (zie personen bevorderen ook je culturele competentie), maar het wijst mijns inziens toch het sterkst naar een verklaring in termen van status en groepsconformisme. Wat volgt er uit deze veronderstellingen over de ontwikkeling van publiekssamenstelling door de jaren heen? Het lijkt me dat je met een gerust hart kunt stellen dat onze samenleving op het punt van statusconformiteit opener is geworden in

de afgelopen decennia. Men denkt tegenwoordig niet meer zo gemakkelijk in termen van wat hoort en wat niet hoort, wanneer je bij een bepaalde sociale stand hoort. Men kan veilig veronderstellen dat dit dertig jaar geleden meer het geval was. Misschien is deze ontwikkeling niet lineair en is er op dit punt de laatste jaren een kentering te bespeuren. Maar over het geheel genomen is normconformerend en statusconform gedrag toch wel afgenomen. Daaruit volgt dat het publiek sociaal gelijkjer van samenstelling moet zijn geworden. Wanneer men erbij veronderstelt dat cultuurparticipatie toch een aantrekkelijke vorm van vrijetijdsbesteding is gebleven, zou ook volgen dat het publiek groter moet zijn geworden. Beide is niet het geval en ook dit doet twijfelen aan de verklaringskracht van deze theorie.

CONCLUSIE

In het voorgaande heb ik U proberen te schetsen welke factoren in het algemeen van invloed zijn op cultuurdeelname. Deze factoren vielen uiteen in vijf soorten met een nogal verschillende betekenis voor sociale verschillen in culturele activiteit. Eén ervan, de invloed van inkomen, acht ik binnen de huidige constellatie nauwelijks van belang. Een tweede, de invloed van het verschil in aanbod tussen geografische gebieden, acht ik wel aanwezig, maar een sterk overschatte zaak. Over een derde, de invloed van statusmotieven en sociale drempels, heb ik mezelf nog geen afgerond beeld gevormd, maar voorlopig houd ik het erop dat dit van betrekkelijk gering belang is. Over een vierde, de invloed van culturele vaardigheden en complexiteit van culturele informatie, ben ik veel zekerder: dit is hoe dan ook een zeer gewichtige determinant. Ook van een vijfde, de invloed van beschikbare tijd, ben ik van mening dat het een veronderstelling is die niet gemist kan worden, maar over de preciese werking ervan ben ik nog wat onzeker. In het volgende wil ik me wat precieser gaan bezighouden met het fenomeen van cultuurspreiding en de rol van de culturele centra daarin.

CULTUURSPREIDING



Alternatieve vrijetijdsbestedingsvormen hebben de gewone man meegezogen.

Ik weet niet hoe dit in België is, maar in Nederland is sedert jaar en dag het doel van de cultuurspreiding één van de uitdrukkelijke rechtvaardigingen voor de inspanningen die de overheid met collectieve middelen op cultureel gebied verricht. Erkend wordt dat er een aanzienlijke sociale ongelijkheid in deelname is en dat deze collectieve inspanningen aldus in een herverdeling van collectieve middelen in de richting van reeds bevoorrechte groepen resulteren. Maar, zo schijnt men te redeneren, dit geld is nu juist nodig om een grotere gelijkheid te bereiken en zo iedereen te laten genieten van de genoegens die cultuur te bieden heeft.

Gezien het belang dat hieraan gehecht wordt, is het opmerkelijk dat er zo weinig gegevens over het exacte verloop van deze spreiding bekend zijn. Er is maar heel weinig vergelijkende analyse gedaan van de sociale samenstelling van publieksgroepen door de jaren heen. Dat is ook helemaal niet zo gemakkelijk, want daarvoor moet men over nauwkeurige gegevens over de situatie van lang geleden beschikken en die zijn moeilijk te verkrijgen.

Zelf heb ik wel een aantal vergelijkingen uitgevoerd, die in totaal de periode sinds 1955 bestrijken. Aan deze vergelijking zitten allerlei haken en ogen, die een definitieve conclusie niet gemakkelijk maken. Maar van één ding ben ik zeker: van een spectaculaire cultuurspreiding is geen sprake. Op een aantal gebieden is er zelfs duidelijk sprake van het omgekeerde en bij die gebieden behoren de podiumkunsten. De situatie kan hierin zo worden geschetst, dat over het geheel genomen de hoeveelheid publiek is afgenomen, maar dat dit het sterkst het geval is onder de lagere statusgroepen. Het zijn de lager opgeleiden, de lagere beroepsgroepen en de lagere inkomensgroepen die het meest uit het theater zijn weggelopen en per saldo is er een sociaal exclusievere groep achtergebleven. Eenzelfde beweging kan men bijvoorbeeld ook waarnemen bij het bioscooppubliek. Was eertijds de cinema het bezit van het gewone volk en misschien voor de elite een plaats om te mijden, de laatste tien jaar zie je dat de bioscoop zich steeds meer in de richting van de andere culturele sectoren gaat bewegen. De populaire schiet- en geweldsfilms hebben sterk in betekenis ingeboet voor het bioscoopbedrijf, de bioscoop voor de kwaliteits-

film en zeker de zogenaamde filmhuizen doen het daarentegen relatief goed. Hoe komt dit? Naar mijn mening zet de ontwikkeling van het bioscooppubliek ons op het spoor van het antwoord. Het is duidelijk dat de nieuwe media, de televisie en de video, in belangrijke mate juist de gewone man uit de bioscoop hebben weggezogen. Deze massamedia hebben in eerste instantie een alternatief geboden voor juist het genre films dat lagere statusgroepen naar de bioscoop trok. Wat geldt voor de bioscoop, geldt ook voor de podiumkunsten. Van alle cultuurvormen heeft juist de podiumkunst het sterkst te lijden gehad van de televisie en alle andere vormen van vrijetijdsbesteding die er in de afgelopen decennia zijn bijgekomen. Meel in het algemeen zou ik dus het tijdsdrukperspectief willen aanvoeren, om de historische ontwikkelingen in publieksvorming te verklaren, niet alleen wat betreft de dalende omvang, maar ook wat betreft de steeds exclusievere samenstelling van het publiek. Het zijn juist de lagere inkomensgroepen die geprofitteerd hebben van de algemene welvaartsstijging en de daarmee gepaard gaande consumptiedruk. Zij hebben zich daarom, in sterkere mate dan de overigen, afgewend van zulke tijdsintensieve vermaken als theaterbezoek.

Dat is de ene helft van de verklaring van de publieksontwikkeling en naar mijn mening de belangrijkste helft. Maar er is ook nog een tweede ontwikkeling die ik op dit punt van belang acht, namelijk de aard van het aanbod. Het aanbod van theater ziet er tegenwoordig aanzienlijk anders uit dan vroeger. In het bijzonder in de toneelwereld neemt men waar dat een uitgebreide experimenteerzucht de podia beheerst. Ik paraphraseer enige uitlatingen van Jan Reijs, schouwburgdirecteur te Eindhoven, wanneer ik zeg dat men tegenwoordig nauwelijks nog een redelijke verwachting kan opbouwen over wat men te zien krijgt wanneer men naar het theater gaat. Zelfs wanneer men een keuze maakt voor het grote repertoire (zeg een Shakespeare), dan moet men niet verrast zijn wanneer men ter plekke wordt overvallen door een multimedia show, wanneer het stuk volledig van tekst, plot en rollen is veranderd, wanneer alle rollen van vrouwen door mannen worden gespeeld of binnenstebuiten, of wanneer het publiek de hoofdrolspeler is en de hoofdrolspeler het publiek.

Begrijpt U mij goed, ik spreek geen oor-

deel uit over de kunstzinnige waarde van dit alles. Waar het mij om gaat is, dat deze experimenteerzucht heel grote consequenties heeft voor de complexiteit van het gebodene. Niets is moeilijker dan iets te begrijpen waaraan geen touw is vast te knopen. Men zou misschien op de gedachte kunnen komen dat dit nu juist de gelijkschakeling van alle competentie en incompetentie bewerkstelligt. Maar het omgekeerde is het geval. Om hier nog van te kunnen genieten, moet men volledig zijn ingevoerd in de ins en outs van het cultureel gebeuren en over een enorme competentie op het gebied van repertoirekeuze beschikken.

Mijns inziens is deze ontwikkeling er één die is voortgekomen uit een autonome tendens binnen de theaterwereld zelf. Juist de vernieuwing van het theater, soms nog gemotiveerd met een beroep op de cultuurspreiding ("hier doorbreekt men de tradi-

tionele kaders"), heeft behoorlijk wat publiek van de podia vervreemd. In de concertwereld ligt dit anders. Is het in het theater de norm alles te veranderen en in twijfel te stellen, bij muziek schijnt het vaak de hoogste wijsheid te zijn uitvoeringen zo traditiegetrouw mogelijk ten beste te geven, met originele instrumentatie en instrumenten. Het klassieke repertoire is in de concertwereld ook veel beter overeind gebleven dan in de toneelwereld. Ik acht het in dit verband betekenisvol dat de concertwereld ook veel beter in staat is gebleken om zijn publiek vast te houden dan het toneel, terwijl op dit punt de concurrentie van de moderne media juist veel groter is. Met moderne apparatuur is men werkelijk in staat om concerten thuis beter ten gehore te brengen dan men ooit in een concertzaal zou kunnen.



Een uitgebreide experimenteerzucht beheerst de podia.

CULTURELE CENTRA

In de loop van deze lezing ben ik niet ingegaan op de specifieke rol die Uw culturele centra in dit geheel van cultuurspreiding spelen. Als ik er op een afstand over nadenk, lijkt me de "sandwich-strategie", die deze centra eigen is, niet direct schadelijk voor de cultuurspreiding. Zeker wanneer men erin slaagt om binnen het culturele centrum voor brede lagen van de bevolking aansprekende activiteiten te realiseren, kan dat de sociale drempels wegnemen die eventueel nog aanwezig zijn. Aan de andere kant heb ik U al uitgelegd dat naar mijn mening daarin niet de belangrijkste moeilijkheid gelegen is. Be-

langrijker dan de sociale entourage is dat men erin slaagt om de potentiële deelnemers toe te rusten met de vaardigheden die nodig zijn om van het gebodene te genieten. In mijn ogen vecht U hierbij tegen de bierkaai. Programma's voor de ontwikkeling van culturele vaardigheden zullen vrijwel altijd ofwel gebonden zijn aan het onderwijs, dan wel een grote aantrekkingskracht uitoefenen op de hoger opgeleiden. Het risico dat je daarmee loopt, is dat je op die manier eerder de ongelijkheid bevordert dan vermindert. Waar ik echter zeker nog eens de nadruk op wil leggen is dat men middels entourage ook de cultuurspreiding kan vermin-



deren. Het zijn juist de theaters zonder pluche maar met houten banken, met beweegbare of ontbrekende podia, die (vanwege de complexiteit van het gebodene) het meest exclusief samengestelde publiek trekken. Veelzeggend acht ik dat het nu juist de operette is, in mijn ogen bijna een parodie op het traditionele theatergebeuren, dat er in deze tijd in slaagt

om een sociaal evenredig samengesteld publiek te trekken.

Nogmaals, het gaat mij er niet om over deze of gene ontwikkeling de staf te breken. Ik probeer alleen maar aan te geven hoe voorliggende ontwikkelingen het best verklaard kunnen worden en welke dingen daaruit volgen voor beleid.

DISCUSSIE

Tenslotte zou ik nog enige opmerkingen willen maken over denkwijzen die men wel signaleert bij hen die de mogelijkheid van mislukking van het cultuurspreidings-treven hebben ingecalculleerd. Zo'n redenering is dat je eigenlijk helemaal niet van zo'n mislukking kunt spreken, als je maar de geweldige verspreiding die cultuurproducten hebben gekregen via de massamedia, meerekent. Is het niet zo dat dankzij televisie, video en afspeelapparatuur tegenwoordig veel meer mensen kennis nemen van kunst en cultuur dan vroeger? En kun je de verhouding tussen het aanbod van de media en podia niet zo zien dat de podia dienen als een broedplaats van experimenten en goede ideeën die eerst later via de media worden uitgedragen? Zouden eigenlijk de massamedia niet moeten meebetalen aan de investeringen die podia doen in de vernieuwing en creativiteit en die tenslotte ook de media weer ten goede komt?

Ik heb wat bezwaren tegen zo'n gedachten-gang. Ten eerste is het wel waar dat het kunstaanbod via de media een groter publiek trekt, maar dat betekent nog niet, dat dit ook sociaal meer gespreid is. Ook op dit punt ontbreken me uitgebreide aanwijzingen, maar voorzover ik hier zelf onderzoek naar heb gedaan, valt het mij op dat het kunstaanbod via de media dezelfde sporen van selectiviteit vertoont als dat via de podia.

Ten tweede vind ik dat hier wel wat al te gemakkelijk een verband wordt gelegd tussen de ontwikkelingen in de podiumkunst en de vernieuwing van de media. De personele banden tussen podia en media zijn soms nu al beperkt en het zou goed kunnen

dat ze in de toekomst nog losser worden. Televisie-, video- en platenkunst stellen hun eigen eisen aan creativiteit en andere vermogens. Voorzover ik me dat te binnen kan brengen, zijn bijvoorbeeld televisiemakers ook helemaal niet zo scheutig met hun vraag naar ideeën uit de podiumkunst.

Ten derde lijkt mij dat in deze redenering wel wat gemakkelijk wordt heengelopen langs het punt dat podiumkunst, van bedenker tot uitvoerenden en accommodatie, voor een groot deel uit collectieve middelen wordt betaald, hetgeen voor televisie en platenindustrie niet het geval is. Het is goed om te zeggen dat er tegenwoordig via de media meer mensen naar klassieke muziek luisteren dan ooit tevoren, maar men moet zich wel realiseren dat dit op geen enkele manier bevorderd is door de traditionele podiumkunsten en derhalve op geen enkele manier de subsidiëring rechtvaardigt. Deze vorm van cultuurspreiding is de verdienste van het marktbegin-sel en wordt volledig terugbetaald door de afnemers zelf.

Wanneer men zich terugtrekt van het beginsel van cultuurspreiding en genoeg neemt met de vermeende effecten van de massamedia op dit gebied, moet men zich goed realiseren dat dit één van de fundamentele rechtvaardigingen voor kunstsubsidies wegneemt. Als de overheid hieruit consequenties zou moeten trekken, zou zij zich mijns inziens veel sterker moeten richten op garanties voor het voortbestaan van een klein, maar kwalitatief zeer goed aanbod. Een aanbod, dat zich merkwaardigerwijs, waarschijnlijk ook wel zelf zou kunnen bedruipen.

NAWOORD

Na afloop van de lezing volgde een interessante discussie. Hierin werd ik geconfronteerd met één punt dat ik verder wil toelichten. Mij werd voor de voeten geworpen dat ik culturele activiteit teveel zou zien als een rationele en cognitieve bezigheid. In werkelijkheid zouden gevoelsmatige componenten van cultuurbeleving de boventoon voeren; men heeft helemaal niet zoveel kennis en begrip, en daaraan voorafgaande opleiding, opvoeding en training nodig om van cultuur te kunnen genieten.

In een bepaald opzicht kan ik mij goed in dit argument vinden. Ook ik vind dat esthetische ervaringen een sterke gevoelsmatige, zelfs zinnelijke component hebben. Maar met deze veronderstelling komt men niet veel verder, wanneer men de samenstelling van culturele publieksgroepen wil verklaren. Om de verbinding tussen cognitieve informatieverwerking en zin-

tuigelijke ervaring te leggen, lijkt me de notie van 'esthetische dispositie' van de Franse socioloog Bourdieu relevant. Zijn idee is dat men pas werkelijk van kunst kan genieten, wanneer men geleerd heeft door de inhoud van het gebodene heen te kijken en het spel van de vormen kan meemaken. Mensen die niet over een esthetische dispositie beschikken, gaan af op de inhoud van het gebodene en missen daarom de werkelijk esthetische informatie. Een esthetische dispositie is echter geen aangeboden gegeven, zij wordt geleerd. De paradox van kunstbeleving zou men misschien zo kunnen formuleren dat men pas dan van de vorm van het gebodene kan genieten, wanneer men zoveel over de inhoud geleerd heeft, dat men weet dat deze niet de kern van de zaak is.

Harry B.G. GANZEBOOM

hugo puttaert
WORKSHOP

lay out, affiches, zeefdruk, publiciteit en decoratie

transaal 3-1361 Clabecq
tel: 02 355 33 57

