

## Beste congresdeelnemer, beste lezer,

Graag bieden wij u een verslag aan dat net zo bont is als het congres was. met dit verschil dat u ze nu eens rustig kunt nalezen: al die visies, meningen en feiten over jongeren en cultuur.

Wat bij lezing opvalt is dat uit vrijwel elke bijdrage blijkt dat jongeren wel degelijk 'iets met kunst hebben', maar dat veel kunst geen kunst wordt genoemd. Niet door hen, niet door de overheid, maar ook niet door organisaties die kunst commercieel aanbieden. Kennelijk roept (veel) kunst (veel) weerstand en verwarring op.

Het is dan ook geen wonder dat de meeste jongeren zich niet met een dergelijk abstract - en wellicht zelfs loos - verzamelbegrip willen inlaten. Zij hebben het over de uitingen en de kunstenaars zelf, over film, dansmuziek of bodypainting. Of ze willen zelf kunstenaar worden. Ze vinden nog niet dat ze 'aan cultuur moeten doen'. Bij hen staan genot en expressie (nog) voorop, en niet de educatie, de goede bedoeling, de gewoonte of de status.

Van die instelling kunnen wij, die voor jongeren en cultuur werken, veel

leren. Laten we er in ons werk op aansluiten.

CJP en Kunstbende hebben met veel voorpret het congres georganiseerd. We hopen dat u er met plezier en voldoening op terugkijkt. Onze speciale dank gaat uit naar Stichting B-producties en in het bijzonder Emmelien Matthijssse.

Want het regelen van zo'n congres: daar is wel veel kunst aan!

**EME VAN DER SCHAAP**  
directeur stichting CJP

## Wat gaan we doen?

Met genoeg presenteren wij u het verslag van het congres *Jonger@cultuur, geen kunst aan* dat CJP en Kunstbende op 23 november 1995 organiseerden in De Meervaart in Amsterdam.

"Wat gaan we doen" was voor veel aanwezigen de belangrijkste vraag. Wij voegden er de vragen "waarom gaan we het doen" en "hoe gaan we het doen" aan toe. De pogingen tot antwoord vindt u terug in dit verslag.

We schrijven inmiddels december 1995, een nieuw kunstenplan staat in de steigers. Jongeren, zoveel weten

we al, gaan daarin veel aandacht krijgen. Daarmee is één stap gezet. Vaak is tijdens het congres benadrukt dat het noodzakelijk is dat jongeren werkelijk ernstig genomen worden in hun culturele voorkeuren, dat we uitgaan van hun belevingswereld, dat we aanbod aanpassen, gerichte publiciteit voeren, jongeren raadplegen, ambassadeurs aanstellen, ruimte creëren.

Laten we hopen dat hetgeen op het congres gezegd is en dat u in deze bundel nog eens rustig kunt nalezen, mede leidt tot bijzondere projecten voor jongeren. Projecten waarin de

liefde voor de kunsten wordt overgebracht en waarin even zo goed de liefde van jongeren voor hun eigen kunstvormen een plaats krijgt. De Kunstbende is zo'n bijzonder project. Het congres organiseerden we mede naar aanleiding van het eerste lustrum van de Kunstbende. Graag treffen wij u tussen vandaag en het volgende lustrum bij één van die bijzondere jongerenprojecten die er ongetwijfeld gaan komen. We zijn benieuwd naar wat u bent gaan doen!

**MAARTEN LAMMERS**  
coördinator Kunstbende

# Waarom dit congres ?

HANS ONNO VAN DEN BERG

onderzoeker en adviseur onder de bedrijfsnaam Cenario

Het lijkt erop dat de gesubsidieerde kunsten een probleem hebben: jongeren komen niet, of in elk geval te weinig.

Ze kopen niet, ze lezen niet, ze gaan niet...

Ik weet niet of er bij u al eens een organisatie-adviseur langs is geweest, dan bent u vertrouwd met de vraag wie in dit verband de probleemhebber eigenlijk is.

## Hebben de kunsten in het algemeen een probleem ?

Dat hangt maar van de definitie af. Wanneer ook popmuziek, stijldansen, film, filmnet, woeste mode (dat vinden de fransen sinds Jacques Lang in elk geval kunst) wordt meegerekend, dan in elk geval niet. Daar gaan jongeren in grote getale naar toe. Nee, het probleem spitst zich toe. Het gaat vooral om de gesubsidieerde kunsten.

En zelfs daar niet alles en iedereen. Jeugdtheater is soms zeer aansprekend en succesvol onder jongeren. Ook de organisatoren van dit congres, de Kunstbende en het CJP zijn zelf gesubsidieerde instellingen, en zij werken alleen maar met en voor jongeren. Maar juist deze organisaties merken waar de schoen wringt. De Kunstbende, ooit opgezet met het doel jongeren te werven voor de gesubsidieerde kunsten, heeft al snel een kleine, maar niet onbelangrijke accentverschuiving in die doelstelling aangebracht door eraan toe te voegen dat jongeren kunst LEUK moeten vinden. Daarmee werd afstand genomen van de kunsten die traditioneel vanuit Rijswijk worden gefinancierd. In het onderzoek dat ik samen met Barry Materman voor de Kunstbende heb mogen doen is onder meer nagegaan in welke mate de jury's van de verschillende presentaties van oordeel zijn dat de gesubsidieerde kunsten voor jongeren een inspiratiebron zijn. Dat blijkt niet of nauwelijks het geval. Ook het CJP is doende zich los te maken. Niet meer het vanzelfsprekend verlengstuk en promotiewerk-

tuig van wat van staatswege wordt gefinancierd, maar inspelen op wat jongeren zelf als kunst beleven en ervaren.

Maar misschien is er nog wel een andere probleemhebber: de overheid, als financier van veel kunst. Kunnen we volhouden dat zij iets fundamenteels missen als zij geen kennis nemen van de gesubsidieerde kunsten? Schieten we als samenleving tekort wanneer we er niet in slagen hen te laten zien welke waarden en kwaliteiten er besloten liggen in juist die kunsten die van overheidswege worden gefinancierd ?

Wij zijn hier bij elkaar om van mensen die verstand hebben van jongeren, dat wil zeggen: die er regelmatig in slagen jongeren te bereiken, eens te horen hoe ze dat doen.

## Aard van het probleem

\* Kortom, het probleem kent veel dimensies. Voor de enkelvoudige instelling is het een wervingsprobleem, voor de gesubsidieerde kunsten is het een draagvlakprobleem, voor het kunstbeleid is zelfs de legitimatie ervan in het geding en voor de samenleving als geheel moeten we ons vragen stellen over de aard en richting van onze beschaving en de bijdrage van de kunsten daaraan.

Sinds Norbert Elias en zijn Nederlandse opvolger Abram de Swaan zijn we eraan gewend geraakt het beschavingsproces te zien als een spiraal van toenemende zelfbeheersing en daarmee samenhangende staatsvorming. Naarmate beschaafd gedrag meer wordt gestuurd vanuit innerlijke overtuiging en minder uiterlijke dwang behoeft, is het gemakkelijker grote groepen mensen vanuit een machtscentrum te sturen. Vrijheid, innerlijke beschaving en staats- en blokvorming over grote delen van de aardbol gaan dan hand in hand.

Tegelijk is het opvallend te zien hoe-

zeer de van overheidswege gesteunde kunsten steeds gericht zijn geweest op zelfbeheersing en driftonderdrukking. En hoe die in de loop van de geschiedenis opschuift. Van toon en emotie verandert.

In de beeldende kunst ging het natuurlijk sinds de middeleeuwen over sex en geweld, maar om als kunst aanvaard te kunnen worden moesten de meest vreselijke afbeeldingen in een hoger kader worden geplaatst. Jezus zo ontbloot als mogelijk aan het kruis genageld. Maria eronder met het kindje Jezus aan haar borst, alle gruwelijke bijbelse tafereelen uitvergroot naast het altaar. Je hoefde je in een goede katholieke kerk nooit te vervelen, maar alle geweld en sex was er functioneel. Het diende een hoger doel.

Maar in officiële kunsten, of zij nu door een autocratisch vorst of door een democratische staat gefinancierd worden, is daar geen sprake van. Zelfs vandaag de dag zien we dat Erwin Olaf, niet vanzelf als officieel kunstenaar erkend, dat mede heeft bereikt omdat al zijn bloot niet gewoon bloot is, maar ingesnoerd, verwrongen, getormenteerd. We zijn in de officiële beeldende kunst gezakt van hoofd naar onderbuik, maar echt geaccepteerd is het nog niet, zoals wel is gebleken uit de ontvangst van het beeld van Jef Koons op, of liever gezegd in zijn vrouw.

Het modernisme, voorzover dat in de kunsten nog bestaat, kan in zijn geheel in het hoofd worden gesitueerd. Zonder bijsluiter, zoals Leo de Haes dat plastisch noemt (een bijsluiter die het hoofd vertelt hoe de ogen moeten kijken en de oren moeten luisteren), is veel van de modernistische beeldende kunst en muziek en theater helemaal niet te begrijpen. Maar het modernisme had dan ook een verheven opvatting over de bijdrage die de kunst zou kunnen leveren aan het nieuwe zien of aan een nieuwe samenleving.

**Inhoudsopgave**

- 1 Voorwoord Eme van der Schaaf en Maarten Lammers**
- 2 Inleiding Hans Onno van den Berg: Waarom dit congres?**
- 4 René Boomkens: Forever Young of de doem van de Jongerencultuur**
- 10 Hans Blokland: Over jeugdlig establishment:  
Vrijheid, Authenticiteit en Jeugdcultuur**
- 17 Martin Berendse: Uit het zadel helpen**
- 20 Joachim Wolff: Je bent nooit te oud om naar de film te gaan**
- 22 Hans Klap: Is cultuur op TV voor jongeren mogelijk?**
- 24 Maarten Lammers: Pleidooi voor passie**
- 26 Eme van der Schaaf: Jonger&cultuur & Communicatie  
Scheelt het CJP?**
- 31 Paul Sikkema: 10 misverstanden over jongeren**
- 35 Eltje Bos: In het zadel helpen**
- 37 Werkgroep gesubsidieerde kunsten**
- 39 Werkgroep commerciële kunsten**
- 41 Werkgroep media**
- 43 Werkgroep jongerencultuur**
- 45 Werkgroep communicatie**
- 47 Nawoord Hans Onno van den Berg: Iedereen zijn eigen bovenmeester**

Begrijpt u me goed. Ik zeg niet dat alle kunst over onderbuik of benen moet gaan. Integendeel. Ik ben gek op filosofie, nadenken, een geroerd hart. Net zo gek als op lachen of de beweging van de onderbuik. Waar ik hier vooral op wil wijzen is dat deze al meer dan 10 eeuwen oude staatsvoorkeur voor het hoofd, voor de beheersing en zelfbeheersing niet toevallig kan zijn. Hoezeer de definitie van kwaliteit per commissie ook mag verschillen, daarin lopen de lijnen al eeuwenlang te zeer langs dezelfde paden.

En dan wil ik het niet eens hebben over het steeds aanvechtbaarder beeld dat het hoofd goed zou zijn en de

onderbuik slecht, een christelijk-platonisch mensbeeld dat evengoed verantwoordelijk kan worden gesteld voor alle bloedige oorlogen die uit naam van een in het hoofd gekoesterd ideaal gevochten zijn, als voor de periodes van vrede die daartussen in met moeizaam onderhandelen zijn bevochten. Nee, daarnaast ligt het veel meer voor de hand te veronderstellen dat de staat de hoop koestert dat door het kijken en luisteren naar beheerste en dus zelfbeheerste kunsten ook de greep op de burger versterkt wordt.

Een stilzittende, nadenkende, oplettende, burger laat zich aanzienlijk gemakkelijker toespreken en mobili-

seren dan een schaterlachende of wild hossende onderdaan. Daar ligt misschien wel de grondslag van die hardnekkige voorkeur van de overheid voor het cerebrale: klassieke kunsten aan de ene kant, modernisme aan de andere.

De twintigste eeuw verdient misschien wel een volgende stap in het democratiseringsproces: de erkenning dat kunstbeleid als onderdeel van (zelf)disciplineren niet alleen niet werkt, maar ook niet langer nodig is. Een dergelijke staatsvoorkeur onderschat de zelfbeschikking van zijn burgers en, last but not least, doet de rijke betekenissen van de kunst ernstig tekort.



foto: Michael Kooren, Utrecht

# Forever Young of de doem van de jongerencultuur

RENÉ BOOMKENS

onderzoeker aan de faculteit Wijsbegeerte van de Rijksuniversiteit van Groningen. Ook op projectbasis verbonden aan cultureel centrum De Balie als redacteur van een essaybundel over popmuziek

1 Mijn beste herinnering aan mijn middelbare-schooltijd is nog steeds het schoolconcert, een driemaandelijke gebeurtenis waarvoor enkele reguliere lessen werden opgeofferd. Niet dat ik nog duidelijke herinneringen aan de optredens zelf heb, behalve dan die ene keer, toen een kennelijk uit de gesloten afdeling van Santpoort ontsnapte ex-pianostemmer de schitterende vleugel van ons dierbare lyceum met hamers en tangetjes te lijf ging en in plaats van netjes de toetsen te bespelen de snaren zelf mishandelde. Die middag werd vele jaren opvoeding door ouders en leraren, waarin eerbied voor de grote, moderne kunsten een niet geringe plek innam, in enkele minuten teniet gedaan. Ik, en met mij vele andere leerlingen, verloren in die paar minuten elke belangstelling en vooral ieder ontzag voor wat de rector bij de aanvang van de sessie, want een optreden kon je het nauwelijks noemen, nog respectvol 'moderne serieuze muziek' had genoemd. Natuurlijk wisten wij ook toen al dat je met een piano heel veel verschillende dingen kon doen, en we hadden zeker wel eens gehoord van Jerry Lee Lewis, die het klavier o.a. met zijn cowboylaarzen bespeelde, maar die maakte dan tenminste nog iets dat naar muziek klonk en ook nog swing en spanning had.

Maar goed, terug naar die beste herinnering. Die gold dus niet de muzikale kant van die concerten, want de herinnering had nu juist betrekking op het feit dat ik de meeste concerten niet bijwoonde. Hoe we het deden, weet ik niet meer, maar samen met een klasgenote slaagde ik erin om vlak voor de aanvang van de concerten te ontsnappen uit het schoolgebouw. Dat alleen al was uiterst spannend, maar wat daarna gebeurde was dat helemaal. U denkt nu ongetwijfeld: aah, nu komt het dirty part, dit wordt x-rated, parental warnings, explicit language-alert! Jammer. Geen

sex, drugs & rock'n'roll, maar wel jeugdcultuur. Mijn klasgenote en ik doken onder in café Spoorzicht, waar we vaak na schooltijd in grotere groepen rond de jukebox zaten te roken en luisterden naar 'Me & Bobbie McGee' van Janis Joplin en 'I can hear music' van The Beach Boys, plaatjes die gedurende mijn schooltijd nimmer werden vervangen. Nu, met zijn tweeën, waren we een illegale samenscholing, en we voerden lange, intensieve gesprekken, die uiteenliepen van roddel over andere klasgenoten tot aan de oorlog in Vietnam, de inhoud van de schoolkrant en de atoombom. Die gesprekken, hun inhoud, de semi-legale atmosfeer die om ons hele gedrag heen hing, de korte tijdsspanne waarin ze werden gevoerd, dat alles tezamen is mijn beste herinnering aan de middelbare school. En ik weet nu waarom. *Die gesprekken waren jeugdcultuur.* In een gespannen dialectiek met de school, dankzij welke we elkaar hadden leren kennen, creëerden we door onze ontsnapping en in onze gesprekken het begin van een eigen 'levensvorm', bepaalde min of meer eigen 'manieren van doen' en 'manieren van spreken', eigen taalspelen, die zoals elk spel deels ritueel, deels 'harde werkelijkheid' waren. De bronnen van waaruit die jeugd- of jongerencultuur werden en ook nu nog worden gevoed zijn het gezin, de buurt, wijk, dorp of regio, de sociale afkomst, de school, de media en de veranderlijke collectieve verbanden van jongeren zelf. Tussen de gesprekken in café Spoorzicht en deze conferentie over jongerencultuur ligt een kwart eeuw. Een kwart eeuw onderwijsvernieuwing, een kwart eeuw van radicale veranderingen in de media, een kwart eeuw van opvallende, soms radicale transformaties in de gezinscultuur en de opvoeding, een kwart eeuw van voortgaande verstedelijking en suburbanisatie, van sociaal-economische verschuivingen, en niet in de

laatste plaats: een kwart eeuw van jeugdcultuur in de eigenlijke zin van het woord. Die jeugdcultuur is zelf niet veel ouder dan vijftig jaar. De meeste pedagogen en verzorgings-sociologen zijn het immers over twee dingen eens: er is altijd wel de één of andere vorm van jongerencultuur of op jongeren gerichte culturele praktijk geweest. En: de jeugdcultuur die sinds de rock'n'roll, de beat-muziek en de soul is ontstaan, is in vele opzichten iets geheel nieuws. Over hoe die nieuwe jeugdcultuur zich heeft ontwikkeld en wat ons dat oplevert aan inzichten in de relatie tussen jongeren en kunst en cultuur, wil ik het hier hebben. Daaraan gaat een kort filosofisch intermezzo vooraf.

2 Begrippen als cultuur, levensvorm, taalspel, media zijn zelf stuk voor stuk twintigste eeuwse begrippen, en als ze toch een langere voorgeschiedenis hebben, dan zijn we ze in deze eeuw radicaal anders gaan gebruiken. Van grote invloed daarop is het werk geweest van een drietal filosofen, die allen rond 1890 zijn geboren: de Italiaan Antonio Gramsci (1891), de Oostenrijker Ludwig Wittgenstein (1889) en de Duitser Walter Benjamin (1892). Bedoeld of onbedoeld hebben zij in hun werk de fundamentele gelegd voor een moeizaam afscheid van de klassiek-moderne opvattingen over kunst, cultuur en opvoeding. Die opvattingen laten zich samenvatten in het Duitse begrip 'Bildung'. Dit op het Humanisme en de Verlichting teruggrijpende begrip van de achttiende eeuwse filosoof Von Humboldt behelst een integrale conceptie van onderwijs en opvoeding gepaard aan een universalistisch en idealistisch begrip van cultuur of beschaving. Dat wil zeggen: het onderwijs schoolt individuen niet in een reeks basisvaardigheden en vervolgens in bepaalde vakspecialisaties, maar is van begin tot eind een vorm van integrale scholing tot mens met

een hoofdletter. Het onderwijs put daarbij uit een ongeschonden traditie van kennis en kunsten, die de bewaarplaats van de grote, eeuwige menselijke waarden vormt - een bewaarplaats die slechts toegankelijk is voor wie zich gedurende langere tijd op uiterst geconcentreerde wijze en ingetogen wijdt aan een intensieve studie van 'de klassieken'. Natuurlijk zijn het oude gymnasium en de klassieke universiteit met haar grote nadruk op de geesteswetenschappen de twee voornaamste resultaten van dit idee van Bildung geworden, maar in feite heeft het idee ons hele stelsel van onderwijs, vormingswerk en volksoopvoeding tot voor zeer kort beheerst.

Als conceptie van onderwijs en cultuur hoort Bildung echter bij een tijdperk, waarin de wetenschappen nog een sterke mate van eenheid bezaten, waarin slechts een miniem deel van de bevolking onderwijs genoot en waarin van het grootste deel van de bevolking werd gemeend dat zij over geen enkele vorm van beschaving, d.i. eigen cultuur, beschikte. Bildung was kortom gericht op de kinderen van de grote burgerij in een tijdperk waarin de industrialisatie en de grootschalige technologische toepassingen van wetenschappelijke kennis nog nauwelijks op gang waren gekomen. Antonio Gramsci was één van de eersten die aandacht besteedden aan de groeiende differentiatie van de wetenschappelijke kennis, en van de opkomst van nieuwe elites van 'experts' en 'specialisten'. Hij signaleerde een scheiding tussen 'klassieke intellectuelen' en 'moderne expertocraten', waarschuwde voor de wijze waarop het onderwijs de bestaande sociale scheidslijnen bestendigde en versterkte door enerzijds culturele elites te scheppen via de 'klassieke' Bildungsroute en anderzijds het overige onderwijs te stroomlijnen langs lijnen van arbeidsmarktafhankelijke beroepsspecialisering. In feite ontwierp Gramsci het eerste model van onze vroeggestorven middenschool, waarin hij specialisering afhankelijk maakte van een brede basisscholing, die echter anders dan de klassieke Bildung zijn uitgangspunt nam in de reeds aanwezige 'eigen' cultuur van de leerlingen. Voor Gramsci was cul-

tuur allereerst praktisch van aard: zij bestond in en als de praktijken en rituelen, waarmee ieder mens, alle mensen, vorm en betekenis verleenden aan hun leven, en in de middelen die zij daarbij ter beschikking hadden. In de voetsporen van Gramsci ontwikkelden Italiaanse en Franse historici een hele traditie van onderzoek naar de geschiedenis van een autonome, alledaagse volkscultuur en ontwikkelden Engelse sociologen hun praktijk van 'cultural studies' waarin vooral de belangstelling voor 'subculturen' centraal stond. Pas in het verlengde daarvan kunnen wij ons nu een min of meer adequaat beeld vormen van wat sindsdien 'jeugdcultuur' is gaan heten.

Aan Walter Benjamin danken we het revolutionaire inzicht dat onze waarneming, onze ervaring en daarmee onze cultuur in hoge mate afhankelijk zijn van de technieken en instrumentaria via welke we waarnemen en ervaren. Hij illustreerde dit inzicht aan de opkomst van nieuwe media, c.q. nieuwe kunstvormen. Film, fotografie, pers en radio zorgden voor een revolutie in ons collectieve waarnemingsvermogen en zorgden tezamen voor de opkomst van een nieuw ervaringstype, de moderne ervaring, die voor wat het terrein van de kunsten aangaat, een overgang markeert van een geconcentreerde, individuele, verstillde, eerbiedige en contemplatieve beschouwing van de schone kunsten naar een verstrooide, massale, snelle en gefragmenteerde, soms haast shockmatige consumptie en receptie van culturele produkten. Deze radicale verandering van ons waarnemingsvermogen wordt wel in het verlengde van Marshall McLuhan aangeduid door middel van de formule 'The medium is the message', waarmee McLuhan wilde wijzen op het gegeven dat het nieuwe medium televisie an sich een geheel nieuwe visie op de werkelijkheid zou representeren. Die uitdagende gedachte is een misvorming van Benjamins idee van de moderne ervaring, die aanleiding was tot een hele reeks overdreven optimistische verhalen over de revolutionaire rol van nieuwe media en navenant pessimistische betogen over de aanstaande ondergang van de cultuur.

Benjamin hanteert een veel voorzichtiger definitie van 'medium' of 'kunstvorm': media, culturele en communicatieve technieken sturen en begrenzen onze waarneming op een specifieke manier; zij bieden kortom bepaalde perspectieven op de werkelijkheid.

En daarmee kom ik aan het eind van mijn filosofisch intermezzo, want deze laatste gedachte sluit nauw aan bij Wittgensteins opvatting over 'levensvormen' en 'taalspelen'. Deze begrippen waren het produkt van een jarenlange filosofische studie van de werking van onze alledaagse taal en vooral van de leerprocessen, waarin wij ons die taal eigen maken. Wittgensteins taalfilosofie laat zich samenvatten in de formule 'betekenis is gebruik': woorden krijgen of hebben betekenis in en door de wijze waarop we ze gebruiken. Net als Gramsci's cultuurbegrip is Wittgensteins opvatting van de alledaagse taal dus pragmatisch van aard, en een aan Wittgenstein en Gramsci ontleende pedagogiek zou dan ook simpelweg gevangen kunnen worden in de formule 'leren is doen'. Wittgensteins pragmatisme had echter een veel zwaarwegender consequentie: als de betekenis van woorden, van taal, hetzelfde is als het gebruik dat we van onze woorden, onze taal maken, dan is het onmogelijk en ook overbodig om te zoeken naar een algemene, omvattende theorie van de taal, die kan voorzien in een universele 'logica' van onze taalhandelingen. Betekenis wordt kortom context-afhankelijk, iets dat Wittgenstein uitdrukte door middel van de term 'levensvorm'. Een levensvorm is de onvaste eenheid van de verschillende talige of culturele praktijken, die tezamen betekenis verleenen aan onze alledaagse werkelijkheid. Buiten die levensvorm verliezen onze woorden hun (alledaagse) betekenis, zijn ze zinloos geworden. Een levensvorm is niet meer dan een verzameling taalspelen, die veel met elkaar gemeen hebben, maar ook onderling kunnen verschillen of juist overlappen. Dat wil zeggen dat woorden binnen één levensvorm verschillende betekenissen kunnen hebben: afhankelijk namelijk van het taalspel waarin ze worden gebruikt.

Dit inzicht levert twee uiterst belangrijke conclusies op: cultuur als een integrale, afgesloten of afsluitbare, organische eenheid bestaat niet. Er zijn altijd bepaalde overlappingsen met andere culturen, en intern is het heel goed mogelijk dat een cultuur tegenspraken en onverzoenlijke betekenissen genereert. Niemand is in staat om een laatste beroep te doen op fundamentele waarheden of betekenissen. In het geval van onverzoenlijke culturele conflicten, van schreeuwende tegenspraak, heeft het geen zin een onpartijdige scheidsrechter te benoemen. Het enige wat dan nog mogelijk is, is een beroep op 'vanzelfsprekendheden': je kunt aan je tegenstander uitleggen, dat jij het nu eenmaal zo doet, niet anders gewend bent, dat, met andere woorden jouw betekenis of jouw gedrag als vanzelfsprekend voortvloeit uit jouw 'levensvorm': zo doe ik het nu eenmaal. Einde gesprek.

Dit inzicht van Wittgenstein maakt het mogelijk met een gerust hart en zelfs opgelucht afscheid te nemen van iedere organische en integrale conceptie van 'Bildung', opvoeding of culturalisatie. Het biedt ook uitzicht op een niet-moralistische conceptie van de ethische dimensies van menselijk gedrag. Mensen worden niet opgevoed tot beschaafde wezens door hen de grote, humanistische normen en waarden aan te leren. Het is eerder andersom: mensen ontwikkelen normen- en waardenpatronen min of meer 'door schade en schande', d.i. in de praktische, experimentele en speelse context waarin kinderen leren en verzorgd en opgevoed worden, door te imiteren en ook door grenzen af te tasten en zonodig te overschrijden. Benjamin en Wittgenstein waren de enige twee twintigste eeuwse filosofen, die zich expliciet hebben verdiept in de kindertijd, die wezen op de cruciale culturele betekenis van het spel en op het ritueel van imitatie of mimesis als een soort pre-culturele grondslag van cultuur: wat je nadoet dat ben je -en leg dat later nog maar eens uit!

### 3 Vanwaar nu dit intermezzo?

Hadden we al niet decennia geleden afscheid genomen van paternalistische cultuuropvattingen zoals de

Bildungsconceptie? Stond het cultuurbeleid de laatste decennia niet in het teken van cultuurspreiding, van aandacht voor de eigen culturele verworvenheden van subculturen, etnische minderheden, etc.? Hadden vooral de sociaaldemocraten democratisering van de cultuur niet altijd hoog in het vaandel staan?

Het antwoord op al deze vragen is ontkennend.

Tot diep in de jaren zeventig was het cultuurbeleid van de sociaaldemocraten getekend door opgewarmde versies van het oude Bildungsideaal. Het onderwijsbeleid stond in het teken van pogingen zo groot mogelijke groepen van de bevolking gelijke kansen te bieden op onderwijs en vooral achterstandsgroepen en arbeiderskinderen te stimuleren aan vormen van hoger onderwijs deel te nemen. Het is intussen algemeen aanvaard dat meer en meer jongeren doorstromen naar vormen van hoger onderwijs, maar dat de groepen die traditioneel als kansarm worden aangemerkt nog steeds niet profiteren van het nieuwe onderwijsaanbod. Dat wil niet noodzakelijk zeggen dat ons onderwijsstelsel zo slecht is, maar zou er toe kunnen uitnodigen ons af te vragen of het probleem niet simpelweg elders is gelegen. Iets dergelijks zou ook wel eens kunnen gelden voor het kunst- en cultuurbeleid.

Laat ik wat dat aangaat beginnen met twee constatering:

-de eerste luidt dat het al meer dan dertig jaar geleden is dat 'Ramona' van de Blue Diamonds een grote hit in Nederland en daarbuiten werd, dat de successen van de Outsiders, Q65 en de Motions alweer ruim een kwart eeuw oud zijn, dat de meeste jeugdsubculturen van de jaren zestig door overheid en wetenschappen voornamelijk in termen van sociale of culturele deviantie werden beschouwd en dat op jongeren gericht cultuurbeleid altijd sterk in het teken stond van het bestrijden of indammen van deviant gedrag. Dat het vervolgens tot ongeveer halverwege de jaren tachtig duurde, voordat de eerste serieuze studies over jongeren(sub)culturen in Nederland verschenen. Dat het tot ongeveer 1990 duurde voordat traditionele beschavingsconcepties, die teruggingen op het Bildungsideaal,

bij het ministerie van WVC serieus ter discussie werden gesteld, vooral op het vlak van het vormings- en opbouwwerk. Dat het, tenslotte, ook pas de laatste tien jaar in wetenschap en politiek enigszins begint door te dringen dat de jongerencultuur zich in de tussentijd heeft ontwikkeld als een zeer omvangrijk cultureel domein, waarin de elektronische media, de muziekindustrie, zowel grote labels als kleine onafhankelijkheden, allerlei drukwerk van opinieblaadjes tot fan-zines, de meest uiteenlopende clubs en organisaties, een rol spelen - een domein dat een min of meer onafhankelijk bestaan heeft naast de terreinen van gezinsleven en onderwijs. Mensen die betrokken zijn bij de organisatie van het middelbaar onderwijs geven al enkele jaren ronduit toe, dat de culturele invloed van het onderwijs vrij sterk is tot ongeveer het derde jaar van de middelbare school, en dat daarna de cultuur van jongeren nagenoeg onbeïnvloedbaar is geworden voor ouders en onderwijsgeevenden. Kortom: ook al is er al meer dan dertig jaar sprake van een min of meer onafhankelijke jongerencultuur met zeer uitgesproken kunstuitingen, het inzicht in en begrip voor die cultuur is de eerste twintig jaar afwezig of zeer mager of zelfs ronduit onjuist geweest, en nu de erkenning van en het inzicht in diezelfde jeugdcultuur intussen groeiende is, wordt tevens vastgesteld dat de bewegingsruimte voor jeugdcultuurbeleid van overheidswege uiterst marginaal is, precies omdat die jongerencultuur zo sterk en autonoom is. Tot zover mijn eerste constatering

De tweede is in feite een radicalisering van de eerste:

- sinds de doorbraak van diezelfde nieuwe jeugdcultuur zijn onze opvattingen over kunst en cultuur allengs dermate versplinterd geraakt dat het uiterst onwaarschijnlijk is dat de huidige regering, of zelfs de staatssecretaris van cultuur, beschikt over een ander dan uiterst relativistisch en pragmatisch begrip van de betekenis van kunst en cultuur. Het ligt voor de hand dat de daaraan gekoppelde visie op een cultuurbeleid zich slechts in zeer voorlopige, bescheiden en voorzichtige termen laat formuleren.

Dat is althans te hopen. Alleen dan namelijk is de ruimte aanwezig waarin het inzicht kan beklijven dat de voornaamste culturele ontwikkeling van de laatste dertig jaar -of om het in andere termen te stellen: de belangrijkste transformatie of verschuiving in het beschavingsproces- zich heeft voorgedaan buiten de werkingssfeer van de overheid, buiten het domein van de wetenschappen, en wat ook belangrijk is: dat die verschuiving geen proces was dat van hoog naar laag verliep, maar grotendeels andersom. Beschavings- of culturalisatieprocessen werden de laatste decennia in hoge mate gestuurd door culturele impulsen die voortkwamen uit de lagere middenklassen en uit de arbeidersklasse, en vervolgens werden geadopteerd door vertegenwoordigers van de klassieke culturele elites. Dit geldt niet slechts voor de wereld van de populaire muziek, maar is evenzeer voelbaar in de filmkunst, de fotografie, de architectuur en zelfs in de 'klassieke' schone kunsten: het theater, de dans en de beeldende kunsten.]

Je zou de huidige toestand van de kunsten langs twee lijnen kunnen typeren, en beide typering zijn een bevestiging van de analyses die Walter Benjamin in de jaren dertig maakte naar aanleiding van de opkomst van nieuwe media als film en fotografie:

[allereerst is er sprake van een geleidelijke erosie tussen elitekunst en volkskunst, tussen 'hogere' en 'lagere' vormen van kunstbeoefening of cultuur. Dat blijkt o.a. uit de mate waarin de traditionele schone kunsten niet alleen gebruik maken van nieuwe technologieën en media, maar tegelijk daarmee hun eigen rol ter discussie stellen en tevens geneigd zijn om 'volkse' of populaire elementen in de eigen taal te integreren. Zo ontstaan hybride fusies tussen hoog en laag, zoals in het werk van musici als Louis Andriessen, Frank Zappa, Misha Mengelberg, David Byrne, Laurie Anderson, Philip Glass of Willem Breuker. Hetzelfde proces is aan te treffen in de beeldende kunst, niet alleen in de pop-art, maar vooral in de versmelting van oude technieken

met nieuwe (schilderkunst met videokunst), en een adoptie van volkskunst, kitsch en objets trouvés als volwaardige ingrediënten van de artistieke productie. Nergens overigens lijkt de identiteitscrisis van de klassieke kunstopvatting zo groot als juist in de wereld van de beeldende kunsten.

-ten tweede is er sprake van een geleidelijke ondermijning van de autonome status van de wereld van de kunsten. Kunst is steeds minder een apart domein. Afgezien van de strikt museale, conserverende dimensie, waaronder we vele grote kunstmusea en instituties als het Concertgebouw-orkest mogen rekenen, is er sprake van een proces waarin de aloude autonome schone kunsten allengs versmelten met en opgaan in andere praktijken. Zo komen beeldende kunst, design, en industriële vormgeving meer en meer in elkaars verlengde te liggen en zijn de overgangen soms nauwelijks waarneembaar. Dit leidt doorgaans alleen bij de autonome beeldende kunst tot larmoyante identiteitscrises, terwijl de rest van de wereld gewoon verder gaat. Ook en vooral de literatuur, bij uitstek het domein van een beschouwende en contemplatieve levenshouding en onderwijsinstrument nummer één van de gymnasiumcultuur, is allang zichzelf niet meer. Het begon misschien met de doorbraak van de short story, maar inmiddels is sprake van een totale en onoverzichtelijke genrevermenging en spelen traditioneel laag aangeslagen genres als de detective, de mystery novel en de science fiction een hoofdrol in het proces van literaire vernieuwing. Nieuwe genres als de column en traditioneel secundair geachte genres als de autobiografie en het essay staan plots in het centrum van de literaire aandacht, terwijl ooit als avantgardistisch aangemerkte stijlen als de literaire montage en collage, o.a. dankzij de strip- en cartooncultuur intussen culturele clichés zijn geworden. Kortom (en ik laat hier de meest evidente voorbeelden, die uit de nieuwe culturele media namelijk, nog onvermeld): autonome kunst is al sinds lang versmolten met de wereld van de 'toegepaste kunsten', met de wereld van de commercie, de markt en ook met zulke onartistieke

domeinen als de wetenschap en de journalistiek.

4 En nu de jongeren. Laten we eerlijk zijn: ook al lag het strand niet onder het asfalt, zoals Parijse studenten in mei '68 hoopten, en ook al is de verbeelding niet echt aan de macht gekomen, het waren jongeren die ergens tussen 1954 en 1980 verantwoordelijk waren voor die langzame culturele omwenteling, waarin een tendentiel einde kwam aan de aloude autonome status van de schone kunsten, waarin uiteenlopende secundaire culturele genres een nieuwe status verwierven en waarin de scheidslijnen tussen hoge en lage kunst, tussen autonome en toegepaste, tussen 'vrije' en 'commerciële' cultuurvormen vervaagden op een wijze die het momenteel erg moeilijk maakt enige invulling te geven aan zoiets als cultuurbeleid. Tegelijk echter heeft de jeugdcultuur zich intussen tegen de jongeren zelf gekeerd. Jeugdigheid of jong zijn is intussen een maatschappelijk ideaal geworden, een kwestie van status. Jong zijn is niet langer leeftijdsgebonden, maar is iets waar je naar kunt streven, waar je aan kunt werken. Jeugd is echt, is een nieuw criterium voor authenticiteit geworden. Maar als iedereen 'jong' kan zijn of worden, ongeacht zijn of haar leeftijd, ongeacht bierbuiken of hangborsten, als jeugdigheid kortom een ruilwaarde, een vorm van koopwaar is geworden, welke rol spelen de echte jongeren dan nog in onze eeuwige jeugdcultuur? Enerzijds worden zij ondanks zichzelf nog steeds gebruikt als klankbord: er is geen maatschappelijke groep die zo veel wordt bestookt met enquêtes en interviews als juist jongeren. En we weten dan ook alles van ze: dat ze later zelfstandig ondernemer willen worden, dat ze nog steeds graag willen trouwen en kinderen krijgen, dat ze politiek in het midden bivakkeren en dat ze van Goede Tijden, Slechte Tijden houden, maar ook van voetbal en het journaal, dat ze veel lezen en weinig lezen, dat ze vrijwel analfabeet zijn en Hitler niet kunnen onderscheiden van Shakespeare, dat ze denken dat de oorlog in Bosnië een spannende tv-serie is, dat ze gewelddadiger zijn dan dertig jaar geleden, dat ze musea saai



vinden en speelfilms alleen op video zien, dat ze house heel goed vinden en popmuziek achterhaald. Enzovoorts. We weten alles van ze en we weten niks. En dat komt omdat we teveel van ze willen weten. Ook of juist reclamemakers schijnt dat op te breken. Hun overdaad aan marketinggegevens leidt meer en meer tot onduidelijkheid over de target-groups die nu juist in kaart gebracht moesten worden. Zo iets als jeugd, of als onderscheiden groepen jongeren, zijn steeds minder makkelijk te vinden. Na de wetenschappen bevindt nu ook de reclame zich in een toestand van 'nieuwe onoverzichtelijkheid', zoals de filosoof Habermas het postmoderne tijdperk ooit omschreef. Uit eigen verspreide ervaringen weet ik dat jongeren momenteel nogal last hebben van de pretenties die door ouderen worden toegeschreven aan 'de jeugdcultuur', aan de behoefte bij 'ouder geworden jongeren' een waarlijk nieuw geluid bij een echt jonge generatie te ontdekken. Dat waarlijk nieuwe geluid is er niet. Het kan er ook niet zijn, omdat termen als 'nieuw', 'jong' en 'echt' het universele wisselgeld van onze culturele identiteit zijn geworden. Kurt Cobain is onder die conditie bezweken: hij kon niet op tegen de voortdurende eis die de wereld, c.q. zijn publiek stelde, de eis namelijk om 'echt', 'authentiek' te zijn. Hij had tegelijk het gevoel dat hij geen enkel gevoel meer had, laat staan een 'echt' gevoel of een gevoel van echtheid. Cobains zelfmoord staat aan de ene, uiterste pool van de huidige jeugdcultuur, aan de andere kant staat het robuuste pragmatisme van Nederlandse jongeren, die in enquêtes laten weten een broertje dood te hebben aan cultuur en zeker aan zo iets als een 'eigen' cultuur. Ze lijken vooral met rust te willen worden gelaten -en dat brengt ze toch weer heel dicht bij Kurt Cobain.

**5** Kunst- en cultuurbeleid gericht op jongeren is een typische fascinatie van de huidige generatie politici. Die generatie was namelijk ooit zelf de grondlegger van wat nu 'jeugdcultuur' heet. De huidige voorzitter van de NOS schreef ooit stukjes in het jongerenblad Hitweek. De huidige staatssecretaris van cultuur was in de

jaren zestig en zeventig een literaire 'angry young man'. De huidige minister van buitenlandse zaken was ooit in de jaren zestig oprichter van een politieke partij wier ideologie nooit meer om het lijf heeft gehad dan een beroep op jeugdig elan en op vernieuwing als zodanig. Ik ben bijna geneigd om de huidige generatie jongeren in bescherming te nemen tegen elke vorm van op jongeren gericht cultuurbeleid. Ik vrees vooral een mengeling van ouderwets deviantiedenken met populistische noties. Dat ouderwetse deviantiedenken klinkt door in de nogal klassieke gedachte dat de overheid de markt moet bijsturen of corrigeren. Jeugdcultuur: oké, maar dan niet alleen via de muziekindustrie en Veronica of RTL4. Dat levert slechts grootste gemene delers op, vervlakking en vertrossing. Gevaar, gevaar. Maar Aad Nuis is toch Aad Nuis geworden omdat hij enthousiast deelnam aan een nieuwe jeugdcultuur, die zelf geheel onbegrepen is gebleven door de politiek in die tijd? Die allesbehalve werd gesubsidieerd, nee, vooral werd tegengewerkt! Desalniettemin: de overheid heeft natuurlijk de taak om de publieke sfeer zo toegankelijk mogelijk te houden. En dat vereist ook specifieke taken in de richting van jongeren. Maar niet omdat jongeren meer en meer deviant gedrag vertonen, of juist als gewillige robotjes gehoorzamen aan de grillen van de markt (en beide tegenstrijdige motivaties worden naar believen aangevoerd om zo iets als cultuurbeleid te verdedigen). Het populisme is de andere kant van het actuele overheidsdenken. Doe maar gewoon, da's al gek genoeg. Wat de mensen bij Tineke of in de Story zeggen, dat is een gecondenseerde weergave van wat er cultureel leeft onder de Nederlanders. Dus doe je als politicus mee aan spelletjesprogramma's op tv en laat je je gezicht zien zo gauw er zich ergens een 'media-event' voordoet. Dus doe je ook popi naar jongeren toe, des te meer omdat alle statistieken uitwijzen dat jongeren politiek oninteressant vinden. Er is werkelijk geen politicus te vinden, die de zelfkennis weet op te brengen om die onder jongeren levende gedachte ook maar een

seconde serieus te nemen. Nee, hier ligt een probleem, en wel voor de politiek. We moeten ons meer met jongeren bemoeien. Meer aandacht aan hun wel en wee besteden. We moeten zelfs een apart kunst- en cultuurbeleid voor jongeren op poten zetten. Meer geld voor de jeugd.

**6** Jeugd is een imaginaire categorie geworden. Cultuurbeleid moet zich niet specifiek of algemeen richten op jongeren. Cultuurbeleid moet zich allereerst laten leiden door een radicale heroriëntatie op de waarden en opvattingen die bepalend waren voor de laatste decennia. Vervolgens moet elk zinvol cultuurbeleid de categorie 'jeugd' laten vallen. Cultuurpolitiek heeft geen enkele groep in het bijzonder op het oog en moet juist daarom aandacht besteden aan de meest uiteenlopende en aparte groepen. 'Jeugd' is niet zo'n groep. Jeugd bestaat niet, in ieder geval niet meer. Ik zelf steun die jongeren die in opstand komen tegen de hun toegeschreven identiteit van opstandelingen. Ik verzet me tegen elk overheidsbeleid dat een soort niche wil scheppen, waarin we allemaal veilig kunnen schuilen tegen de radioactieve regen, die Veronica, RTL en SBS op ons doen neerdalen. Dat verzet is mogelijk vanuit de wetenschap dat Veronica niet de oorzaak, maar het resultaat (één van de resultaten) is van een ooit rebelse jeugdcultuur. Dat resultaat is weinig hoopgevend, maar mag niet leiden tot de conclusie dat dus 'de' jeugdcultuur is vercommercialiseerd of verloederd.

Zelf ben ik een ware Gramsciaan: ik ga uit van de formule 'optimisme van de wil, pessimisme van de geest'. Zo formuleerde Gramsci het ooit. Dat betekent vooral dat ik me niet kan voorstellen dat jongeren nu niet in staat zouden zijn om in te zien dat de wulpse meisjes, die Veronica als handelsmerk gebruikt om de kids van nu aan zich te binden, een wel erg belegen en uitgemolken optie zijn. Het is eerder andersom: het is meer voor de hand liggend dat ik, als relatief oudere kijker, bezwijk voor de erotische uitstraling van de Veronica-chicks, dan dat een negentienjarige dat zou doen.

Kortom: kunst- en cultuurbeleid gericht op jongeren is een onbegonnen zaak. De markt ligt al jaren voor, de eigen subculturen van jongeren doen de rest.

Het ligt eerder voor de hand een kunst- en cultuurbeleid voor ouderen te ontwikkelen, een enerzijds vooral

in de sfeer van welzijnsactiviteiten liggende politiek, waarin ouderen allengs vertrouwd gemaakt worden met de gedachte dat hun 'jeugd' achter hen ligt, en anderzijds de ontwikkeling van een voorzieningenpakket, dat de gelegenheid biedt om de verloren jeugdigheid op rituele wijze te

verwerken, c.q. te herbeleven in de wereld van roes en spel.

Met andere woorden: laat de jongeren nu eens eindelijk met rust en begraaf je ouderen eens met wat meer aandacht en zorg. Dat is pas echt jeugdcultuur!



Foto: Michael Kooren, Utrecht

# Over jeugdig establishment: Vrijheid, Authenticiteit en Jeugdcultuur

DR. HANS BLOKLAND

politiek filosoof. Verbonden aan de Erasmus Universiteit

Dames en Heren!

Ik bevind mij vandaag in een voor mij enigszins vreemde positie. Dit is namelijk de eerste keer dat ik in mijn, toch nog prille, leven meemaak, dat ik door de organisatoren van een forum of congres wordt gezien en wordt gepresenteerd als een vertegenwoordiger van het *establishment*. Ik heb daar een wat tweeslachtig gevoel bij. Enerzijds natuurlijk een tevreden gevoel: hoewel het daar niet altijd naar uit heeft gezien, heb ik kennelijk eindelijk iets in mijn leven bereikt. Anderzijds voel ik mij enigszins ongemakkelijk en geïrriteerd. Hoezo 'establishment'?

Een idee dat, zo bleek mij onder meer in een voorgesprek, sterk bij de organisatoren van deze bijeenkomst leeft, is dat de kunsten die vandaag door de overheid worden gesteund, op geen enkele wijze aansluiten bij de ervaringswereld van de tegenwoordige mens in het algemeen en de tegenwoordige jeugd in het bijzonder. Het zijn kunsten die zijn ontstaan in vorige eeuwen, die in die tijd reeds gedragen werden door een kleine maatschappelijke elite, in casu de burgerij, en die ook vandaag slechts een kleine, voornamelijk door distinctiedrang gemotiveerde, groep geprivilegieerden iets te melden hebben. Het gaat hier dan om goedverdienende ouwe lullen van middelbare leeftijd die het wél kunnen opbrengen om met de handen over elkaar en met de mond dicht in een theater te zitten of om zwijgend een saai boek te lezen. Deze ouwe lullen worden door de ganse natie rijkelijk gesubsidieerd (iedereen moet immers via de belastingen aan hun particuliere hobby's meebetalen) en alsof dat nog niet voldoende is halen ze het ook nog eens een keer in hun hoofd om hun cultuur te willen *spreiden*: zij willen de jeugd opvoeden, door middel van kunsteducatie en kunstzinnige vorming, in hun culturele voorkeuren.

Deze paternalisten willen dus de jeugd het theater, het museum en de concertzaal in drijven; zij willen dat de jeugd *goede* boeken leest en niet voortdurend naar de beeldbuis ligt te staren.

Deze gang van zaken is niet alleen in normatieve zin volstrekt verwerpelijk, ook in sociologische zin is het achterhaald en naïef. De jeugd beschikt tenslotte al over een *eigen, authentieke cultuur, een cultuur die vooral is opgebouwd uit elementen van de massacultuur, te weten de beeld- en de popcultuur. De vrije markt is de verschaffer van deze spontane, wél bij de belevingswereld van de jeugd aansluitende cultuur en goedbeschouwd heeft de overheid, in ieder geval wat de jeugd betreft, op dit terrein helemaal geen rol meer te spelen.*

Wat maakt mij nu tot een vertegenwoordiger van het establishment? Wel, hoewel ik veruit de jongste van de sprekers van vandaag ben, ben ik zo'n bourgeois die nog steeds de idee van sociale cultuurspreiding verdeeldt. Ook ben ik iemand die van mening is dat er op een zinvolle, redelijke wijze over kwaliteit valt te twisten; dat het bespottelijk is om de markt voor te stellen als het domein van de vrijheid en de overheid als het domein van de dwang; en ook ben ik van mening dat de mens een sociaal wezen is dat zich eerst in interactie met zijn omgeving kan ontplooiën en dat een belangrijk deel van deze interactie bestaat uit socialisatie en educatie.

Dit alles maakt mij echter naar mijn idee nog geen representant van de gevestigde orde. Er moet hier sprake zijn van een misverstand. Al dit soort schijnbaar reactionaire, uitgangspunten zullen namelijk in mijn opvatting ook ten grondslag moeten liggen aan een kunstbeleid, dat de jeugd werkelijk serieus neemt. In het hierna volgende zal ik dan ook proberen te bewijzen dat ik van alle hier aanwezi-

gen *keihard* de jongste, de jeugdigste en de vitaalste ben.

Ik zal dit vooral doen aan de hand van het concept 'vrijheid'. Als er namelijk één concept is dat wordt geassocieerd met 'jeugd' dan is het wel 'vrijheid', dus dit lijkt een goede invalshoek om het onderwerp te beschouwen. Ik begin dus vrij abstract, maar gaandeweg zal ik trachten concreter te worden. Achtereenvolgens zal ik ingaan op vrijheid en hiermee verbonden concepten als autonomie en paternalisme; vervolgens op het belang van de kunsten voor de individuele vrijheid; op de taken van de overheid in de cultuur; op de vraag of er over kwaliteit iets zinnigs valt te zeggen; en op de vraag van welke cultuur of van welke culturele uitingen de overheid de spreiding moet bevorderen.

## Positieve en negatieve vrijheid en een dilemma

Binnen de politieke filosofie onderscheidt men doorgaans twee betekenissen van vrijheid, te weten: een negatieve en een positieve variant. De *negatieve vrijheid* van een individu bestaat uit het domein waarbinnen het - ongestoord door anderen - dat kan doen wat in zijn vermogen ligt. Hoe groter dit privé-domein, hoe meer vrijheid men geniet. Het gaat er hier dus gewoon om, dat men met rust wordt gelaten. Mensen die menen dat de overheid zich niet heeft te bemoeien met de manier waarop jongeren en andere burgers hun tijd doorbrengen, die menen dat zij oud en wijs genoeg zijn om zelf te bepalen wat mooi en lelijk, en goed en slecht is, beroepen zich vooral op negatieve vrijheid.

Zij die menen dat de overheid wel een opdracht in de cultuur te vervullen heeft, beroepen zich meestal op *positieve vrijheid*. Deze vorm van vrijheid heeft betrekking op de vraag of men meester is over het eigen bestaan.

Positieve vrijheid is het vermogen om het eigen leven richting te geven, en dit op basis van een redelijke kennis van de keuze-alternatieven. De vraag is hier dus of men in het leven zelfstandige keuzen maakt en of men in staat is om deze keuzen te rechtvaardigen door te verwijzen naar eigen ideeën en doeleinden.

Negatieve en positieve vrijheid overlappen elkaar ten dele. Het spreekt voor zich dat men alleen meester over het eigen bestaan kan zijn, wanneer men niet door anderen tot iets wordt gedwongen wat men eigenlijk niet wil. Positieve vrijheid is echter een breder begrip omdat het ook een notie van *zelfverwerkelijking* omvat: mensen dienen eerst enigszins hun talenten en vermogens te hebben ontplooid, willen ze onafhankelijk van anderen het leven in eigen hand kunnen nemen. Om werkelijk vrij te kunnen zijn, moet er dus ook nog gewerk worden. Wat dit betreft hebben wij in Rotterdam altijd een diep inzicht in de aard van de menselijke conditie gehad.

Verder is het positieve vrijheidsbegrip breder omdat pogingen om meester over het eigen leven te zijn, niet alleen door andere mensen, maar ook door innerlijke belemmeringen kunnen worden gefrustreerd. Men kan hier denken aan psychische problemen en aan onwetendheid. Het niet op de hoogte zijn van een te prefereren manier om je leven in te richten, is dus een innerlijke belemmering van positieve vrijheid.

Een derde reden waarom positieve vrijheid breder is dan haar negatieve tegenhanger, is, tot slot, dat de vraag in welke mate iemand autonoom is niet op één moment, maar slechts over een zekere periode beantwoord kan worden. Dit in tegenstelling tot de vraag hoe groot iemands negatieve vrijheid is: je kan in één oogopslag constateren of iemand in kluisters is geslagen, maar niet of hij meester is over het eigen bestaan.

Praten wij nu over een cultuurpolitiek van de overheid dan zou men kunnen poneren, dat er soms enige wrijving optreedt tussen positieve en negatieve vrijheid. Men zou kunnen stellen, dat negatieve vrijheid betrekking heeft op de vraag of mensen ongestoord door anderen eventuele keuzen kunnen

maken, terwijl positieve vrijheid tevens betrokken is op de vraag of mensen ook *werkelijk* iets te kiezen hebben, of ze dus beschikken over reële keuze-alternatieven. Hiermee hangt samen dat men voor negatieve vrijheid, in tegenstelling tot voor haar positieve tegenhanger, niemand nodig heeft. Van zijn privacy geniet men bij voorkeur op een onbewoond eiland. Autonoom, echter, kan men uitsluitend worden met behulp van anderen, in een culturele gemeenschap. Dit omdat men uitsluitend door sociale interacties de capaciteiten kan ontplooiën welke onontbeerlijk zijn voor de individuele zelfbepaling, omdat men slechts in een culturele gemeenschap kan beschikken over de voor een reële keuze noodzakelijke keuze-alternatieven, en omdat men in hoge mate alleen door anderen met deze alternatieven vertrouwd kan worden gemaakt. Bij dit alles komt onvermijdelijk socialisatie, enculturatie en educatie kijken. ‘Onvermijdelijk’ omdat de mens nu eenmaal een sociaal wezen is. Dit laatste brengt een dilemma met zich mee, dat betiteld kan worden als het emancipatiedilemma: *aan de ene kant* wil men recht doen aan het gegeven, dat een mens zich in hoge mate slechts ontwikkelt dankzij de vorming die hij van zijn omgeving ontvangt, *aan de andere kant* wordt deze ontwikkeling pas waardevol wanneer hij of zij vervolgens de vrijheid wordt gelaten om er ook iets mee te doen. Er is dus altijd een spanning tussen, enerzijds, negatieve vrijheid, en anderzijds, de voorwaarden die vervuld moeten worden wil deze negatieve vrijheid werkelijk iets te betekenen hebben.

Dit dilemma kan niet worden opgelost. Men kan slechts trachten een evenwicht te vinden tussen zijn beide, even waardevolle of plausibele elementen, tussen negatieve en positieve vrijheid. Het is te makkelijk om dit dilemma niet te willen onderkennen, en het is te snel paternalisme! en elitisme! geroepen wanneer getracht wordt een evenwicht te vinden.

#### **Bestaande of potentiële voorkeuren**

Voortbordurend hierop kunnen we de

vraag aan de orde stellen of men altijd van de *bestaande voorkeuren* van de mensen in het land uit moet gaan. Puur redenerend vanuit het negatieve vrijheidsbegrip zal het antwoord altijd “ja” zijn. Het individu wordt hier “abstract” beschouwd, hij of zij is iemand zonder verleden en zonder sociale context. Men vraagt zich dus ook niet af *hoe*, onder invloed van welke omstandigheden, zijn voorkeuren tot stand zijn gekomen, bestaande voorkeuren zijn een *a priori*.

Redenerend vanuit het positieve vrijheidsbegrip zal het antwoord iets minder ondubbelzinnig zijn. Mensen en hun voorkeuren worden hier *ten dele* gezien als een sociaal produkt. Men zou er dus op kunnen wijzen, dat iemands huidige voorkeuren het relatief *toevallige* produkt kunnen zijn van het milieu waarin hij is opgegroeid of tegenwoordig verblijft. Sociologisch zou men kunnen stellen dat de bestaande voorkeuren het resultaat zijn van de huidige maatschappelijke structuren, structuren die sommige mensen wel de mogelijkheid bieden om in contact te komen met tal van alternatieve cultuuruitingen, en andere mensen niet. Daarnaast zou men kunnen opmerken dat er als gevolg hiervan goederen en behoeften kunnen zijn waar mensen in hun huidige situatie niet mee bekend zijn, maar die zij zeer zouden waarderen wanneer dat wel het geval was.

Men zou er dus op kunnen wijzen dat het feit, dat vooral mensen uit de hogere sociale strata participeren in de kunsten en de letteren niet wordt verklaard door het gegeven, dat zij en zij alleen over unieke, aangeboren kunstzinnige en literaire talenten beschikken. Vermoedelijk wordt dit eerder verklaard door het feit, dat zij in hun opvoeding en op de - betere - onderwijsinstellingen die zij bezocht hebben, meer dan mensen uit de lagere strata, gesocialiseerd, geschoold zijn in het deelnemen aan deze cultuur. Zij genieten hierdoor de vrijheid om reële keuzen te kunnen maken, op basis van kennis van de gedragsalternatieven. Een cultuurspreidingsbeleid is dus niet per se het paternalistisch overdragen van een bepaalde esthetische voorkeur. Cultuurspreidingsbeleid is proberen

een ieder, ongeacht zijn sociale afkomst, de mogelijkheid te bieden om zelf een esthetische voorkeur te ontwikkelen en zelf te bepalen of hij al dan niet wenst te participeren in bepaalde culturele activiteiten.

### **Cultuur en vrijheid**

Op welke specifieke manier kunnen de kunsten en de letteren nu een bijdrage leveren aan de positieve vrijheid of autonomie van het individu? Cultuur en vrijheid hebben veel raakvlakken. De kunsten en de letteren kunnen een stimulerende rol spelen in het vergroten van het zelfbewustzijn en het voorstellingsvermogen van mensen. Zij kunnen mensen inzicht geven in het eigen bestaan en alternatieve manieren aanreiken om tegen het leven aan te kijken.

Individen die in het bezit zijn van meer "cultuur" hebben derhalve doorgaans ook een grotere kans op een autonoom bestaan. Omdat zij op de hoogte zijn van alternatieve ideeën, waarden, opvattingen, smaken, stijlen, enzovoorts, zijn zij immers eerder in staat *reële* keuzen in hun leven te maken, keuzen die dus niet worden bepaald door onwetendheid, vooroordeel of gewoonte. Daarnaast hebben wij gezien dat mensen enigermate hun talenten dienen te ontplooiën, willen zij werkelijk meester over hun leven kunnen zijn.

Participatie in culturele activiteiten kan hierin een grote rol vervullen. Kortom, een cultuurspreidingsbeleid kan een bijdrage leveren aan het vergroten van de individuele autonomie. Op *twee* wijzen wel te verstaan:

Wanneer kunstuitingen een inhoudelijke *boodschap* hebben dan bieden zij interpretaties van en visies op de werkelijkheid die mensen de mogelijkheid bieden meer greep te krijgen op hun eigen bestaan. Wanneer kunstuitingen hoofdzakelijk een esthetische vorm communiceren, wanneer het dus voornamelijk om *schoonheid* gaat, dan bevordert een cultuurspreidingsbeleid de individuele autonomie omdat keuzevrijheid pas bestaat wanneer men op de hoogte is van de beschikbare alternatieven. Men kan pas zinvol kiezen tussen Bach en Bowie wanneer men van beiden op de hoogte is. Dit alles wil overigens niet zeggen, ik zeg het er maar even

voor de zekerheid bij, dat mensen met een grotere culturele bagage, ook zonder meer *moreel* hoogstaander zullen zijn. George Steiner kan er in dit verband maar geen genoeg van krijgen om er op te wijzen, dat tal van Nazi-kampbeulen in cultureel opzicht buitengewoon "gebildet" waren.

### **Authenticiteitscultuur**

Zoals gesteld zijn zowel negatieve als positieve vrijheid buitengewoon betekenisvolle waarden. Samen maken zij ook deel uit van de kern van datgene wat wij (in ieder geval in het Westen) in het leven belangrijk vinden. Niettemin moet men in tal van situaties tussen beide een afweging maken. Deze afweging wordt vandaag de dag steeds moeilijker en eenzijdiger. Onder invloed van wat gemakshalve 'individualisering' wordt genoemd, wordt steeds meer waarde gehecht aan negatieve vrijheid. Vrijheid wordt steeds meer vereenzelvigd met non-interventie en niet met datgene waar het, mijns inziens, eigenlijk uiteindelijk om te doen is, namelijk individuele autonomie. Er is langzaam een, wat de Canadese politiek filosoof Charles Taylor (1991) heeft genoemd, *authenticiteitscultuur* ontstaan.

Binnen deze cultuur leeft sterk het, weinig gearticuleerde, gevoel dat een ieder zijn eigen waarden heeft en dat het niet werkelijk mogelijk is om zinvol over deze persoonlijke, betrekkelijk willekeurige, voorkeuren te redetwisten. Het gaat hierbij niet alleen om een kennistheoretisch, maar ook om een *ethisch* a priori: niemand heeft het *recht* om de invulling die een ander aan zijn leven geeft, te bekritisseren. Dit is zijn of haar keuze en deze behoort gerespecteerd te worden. Ten grondslag aan dit relativisme ligt een vorm van individualisme: een ieder heeft recht op een persoonlijke vorm van zelfbepaling en zelfontwikkeling, en de inhoud hiervan is gebaseerd op de eigen, zelfstandig vastgestelde, unieke waarden en kwaliteiten.

Taylor laat onder meer in zijn boekje *The Ethics of Authenticity* zien hoe dit, vooral onder jongeren en kunstenaars populaire, ideaal van waarachtigheid, van trouw-zijn aan zichzelf, zich heeft ontwikkeld. Op deze ontwikkeling zal

ik nu niet ingaan. De kern van Taylors these is dat er een wijdverbreid sentiment is ontstaan dat ieder mens een eigen, unieke persoonlijkheid bezit en dat hij moet luisteren naar een diepe, innerlijke stem omdat hij alleen zo trouw kan zijn aan zijn identiteit. Ieder individu heeft een unieke manier van mens-zijn en wanneer het zijn leven op een andere, door anderen opgedrongen wijze zou inrichten, dan verwerkelijkt het zich niet (Taylor 1991: 29; 1992: 31). Het is een sympathiek ideaal, maar het probleem is dat het gepaard gaat met een aantal uitgangspunten en houdingen die zijn verwerkelijking onmogelijk maken. Het gaat dan met name om het relativisme en het non-interventie beginsel dat tot groteske proporties is opgeblazen. De betrokkenen gaan er te veel vanuit dat er in de mens reeds een identiteit en daarbij behorende kwaliteiten aanwezig zijn en dat deze louter uitgedrukt behoeven te worden, een expressie waarbij anderen slechts in de weg kunnen staan. Men vergeet dat deze identiteit en kwaliteiten moeten worden *ontwikkeld* en dat dit uitsluitend kan geschieden in interactie met, wat George Herbert Mead noemde, 'betekenisvolle anderen'.

Het tweede probleem betreft het relativisme van de tegenwoordige invulling van het individualisme. Dit frustrert een betekenisvolle definitie van de identiteit. Taylor stelt namelijk dat wanneer mensen zichzelf op een significante wijze willen definiëren dit noodzakelijkerwijze moet gebeuren tegen een achtergrond van 'kwalitatieve onderscheidingen'. De vraag 'wie wij zijn' wordt volgens hem beantwoord door wat voor ons van cruciale betekenis is, door waar wij staan in een 'morele ruimte', een ruimte waarin vragen opkomen over goed en slecht, over wat de moeite waard is om te doen en wat niet, over wat betekenis en waarde heeft voor ons of wat triviaal en secundair is (1989: 28; cf. 1991: 37-8). Mensen in een identiteitscrisis lijden aan desoriëntatie, zij verkeren in onzekerheid over het antwoord op de vraag welke keuzemogelijkheden in hun leven betekenisvol of onbeduidend zijn, welke waarde zij aan de opties moeten toekennen.

Kwalitatieve onderscheidingen vormen, kortom, een noodzakelijk onderdeel van het kader waarbinnen, of de horizon waartegen, ons leven eenheid, zin en betekenis krijgt. Het probleem is nu volgens Taylor dat het belang van deze horizon van kwalitatieve onderscheidingen in de huidige tijd wordt veronachtzaamd. Alle keuzen worden van evenveel waarde geacht, met als gevolg dat alle opties hun significantie verliezen. Zelfverwerkelijking mondt uit in leegheid.

De sporen van de authenticiteitscultuur met haar nadruk op originaliteit en spontaniteit zijn overal waarneembaar. Zij heeft er bijvoorbeeld toe geleid dat de schrijver dezes op de middelbare school zes jaar lang tekenles heeft gehad van een kunstenaar, die weigerde hem iets bij te brengen over kleuren, verfsoorten, perspectief, compositie of zelfs maar over hoe hij een penseel moest vasthouden. Een dergelijk *onderricht* werd in de eerste plaats natuurlijk beschouwd als een verwerpelijke vorm van dwang, maar in de tweede plaats als een ontolereerbare beschadiging van mijn unieke, authentieke kinderziel. Het ging erom dat ik mijn originaliteit en spontaniteit behield en dat deze niet werden belemmerd door de willekeurige cultuur van een ander. Het gevolg is dat de schrijver dezes vandaag de dag op dit gebied nog altijd een even grote marginale prutser is als twintig jaar geleden. Mijn leraar Nederlands, ook iemand die beweerde het Maagdenhuis nog bezet te hebben, ging zelfs zo ver om de hele grammatica te verwerpen. Ook de grammatica was tenslotte niet meer dan een willekeurig en vooral burgerlijk onderdrukkingssysteem dat onze mogelijkheden beperkte om ons spontaan uit te drukken. Dit authenticiteitssentiment is ook enigszins bij de Kunstbende te bespeuren. Het gaat er de Bende vooral om dat jongeren hun kunsten vertonen en minder dat zij hun kunsten ontwikkelen. Het gevaar dreigt dan ook dat de Kunstbende een eenmalig evenement in het leven van jongeren wordt (cf. Van Dijk 1992). Een soort circus-Nuis, maar dan speciaal voor jongere jongeren. Niettemin lijkt het erop dat de betrok-

kenen dit gevaar inmiddels onderkennen en daarom terecht proberen dwarsverbanden te leggen met reguliere instellingen van kunsteducatie en kunstzinnige vorming (cf. Hagemans 1995).

De authenticiteitscultuur ziet men vandaag ook en misschien wel bij uitstek terug in de kunstwereld (cf. Blokland 1995a). Vakmanschap en traditie doen er nauwelijks meer toe, het gaat om originaliteit en vernieuwing. Deze eenzijdigheid is er een van de oorzaken van dat vandaag zo weinig mensen in de kunsten zijn geïnteresseerd. Niet alleen de jongeren komen zelden of nooit in het theater en bezoeken zelden of nooit een expositie van moderne beeldende kunst. Bijna iedereen die geen universitair onderwijs heeft genoten en niet minimaal twee keer modaal verdient, is inmiddels afgehaakt (CBS 1993; SCP 1994; Konings 1995, Maas et al 1990, Knulst 1989).

#### **Doeleinden van cultuurbeleid**

De constatering dat het cultuurbeleid een voorzieningenbeleid is geworden voor een kleine bovenmodale elite (cf. Bevers 1988), brengt ons op de doeleinden die de overheid in het cultuurbeleid nastreeft of dient na te streven. In het algemeen worden er doorgaans drie doeleinden genoemd: kwaliteit, pluriformiteit en participatie. De overheid bevordert de totstandkoming van een pluriform, hoogwaardig aanbod dat burgers de mogelijkheid biedt tot participatie in culturele activiteiten. De mate waarin van de laatste mogelijkheid gebruik wordt gemaakt, is, zo zal op basis van het voorgaande duidelijk zijn, niet alleen afhankelijk van materiële voorwaarden (dus de aanwezigheid van een betaalbaar, bereikbaar en bevattelijk aanbod), maar ook van immateriële voorwaarden: voordat mensen kunnen participeren dienen ze eerst te beschikken over de daartoe noodzakelijke culturele competentie. De overheid kan aan de ontwikkeling van deze competentie een bijdrage leveren door de kunsteducatie en kunstzinnige vorming te stimuleren. De overheid heeft op dit gebied altijd sterk tekort geschoten. Wat, ter recapitulatie, vormt de rechtvaardiging van het streven van de

overheid om de cultuurparticipatie te bevorderen? Antwoord: omdat dit een bijdrage levert aan de individuele autonomie. Waarom, tweede vraag, is een hoogwaardig, pluriform aanbod van belang? Om drie redenen: omdat het cultuurparticipatie mogelijk maakt (dat spreekt voor zich); omdat het een intrinsieke waarde heeft (schoonheid is een doel op zich, dat geen verdere rechtvaardiging nodig heeft); en omdat de kunsten een bijdrage kunnen leveren aan de kwaliteit van de samenleving. De redenering is dan ongeveer dat de kunsten het domein vormen waarin de cultuur in sociologische zin zichzelf kritisch tegen het licht houdt, en dat zij daarnaast een reservaat vormt waarin nieuwe vormen en gedachten worden ontwikkeld en uitgetoet. Het resterende deel van mijn betoog zal nu worden opgebouwd door deze drie doeleinden van cultuurbeleid: kwaliteit, pluriformiteit en participatie, doeleinden die overigens nauw met elkaar samenhangen. Dat biedt ons tevens de gelegenheid om in te gaan op vragen die ook in de inleiding werden genoemd, namelijk: de vraag of er over kwaliteit iets zinnigs valt te zeggen; en de vraag van welke cultuur of van welke culturele uitingen de overheid de spreiding moet bevorderen, de vraag dus hoeveel pluriformiteit gewenst is.

#### **Kwaliteit**

De overheid streeft naar een kwaliteitsrijk aanbod. Nu is de vraag natuurlijk: 'wat heeft kwaliteit?' Het lijkt goed eerst op te merken dat het natuurlijk gaat om kwaliteit *binnen* een pluriformiteit. Het heeft dus niet altijd zin om popmuziek te vergelijken met klassieke muziek, ballet met bewegingstheater, een dichtbundel met een roman. Er bestaat goede popmuziek en hele slechte popmuziek, zoals er ook goede en slechte kamermuziek is. Niettemin blijft de vraag wat dan binnen deze pluriformiteit 'kwaliteit' bezit. Kwaliteit is, net als concepten als 'democratie', 'vrijheid' en 'gelijkheid', geen begrip dat ondubbelzinnig gedefinieerd kan worden. Dit wil echter niet zeggen dat een discussie hierover zinloos en per definitie zonder resultaat is.

Er is altijd een aantal plausibele kwaliteitscriteria aan te wijzen en over het geheel genomen is de consensus over wat de moeite waard is om - bijvoorbeeld - gelezen te worden door de jaren heen betrekkelijk groot en stabiel.

Men kan een vergelijking trekken met de wetenschap en de filosofie. Ook op deze gebieden beschikken wij niet over een objectief, rotsvast kennisfundament op basis waarvan wij kunnen vaststellen dat de ene theorie 'waar' is, en de andere niet. Het zou echter van weinig begrip van onze beschaving blijken wanneer men hier de conclusie aan zou verbinden, dat de beoefening der wetenschap en filosofie dus eigenlijk maar een zinloze bezigheid is.

Wij kunnen erkennen dat alle theorieën of paradigma's onvermijdelijk zijn gebaseerd op een aantal, altijd betwistbare, uitgangspunten aangaande de mens, maatschappij en wereld. Maar we weten ook dat sommige theorieën ons meer greep op de werkelijkheid verschaffen dan andere. Het ene paradigma beschrijft, verklaart en voorspelt op een overtuigender manier een groter deel van de werkelijkheid dan het andere en beschikt derhalve over meer 'kwaliteit'.

In de wetenschap en de filosofie valt betrekkelijk goed te leven met deze situatie en gezien vanuit het perspectief van deze gebieden is het dan ook curieus waarom velen hier in de wereld van de kunsten en de letteren niet toe in staat zijn. Het blijkt hier vaak alles of niets te moeten zijn: men eist objectieve, universele, eeuwige criteria van kwaliteit en indien blijkt dat deze niet voorhanden zijn, concludeert men dat 'kwaliteit' dus niet bestaat of een complot is van de maatschappelijke elite tegen de gewone man, of van de ouderen tegen de jongeren.

De letteren kunnen hier een illustratie vormen. De kwaliteitsvraag kan op dit terrein op twee niveaus worden gesteld. *Ten eerste* op het niveau van het medium: in hoeverre is het geschreven woord een geschikt medium om informatie over te brengen, bijvoorbeeld in vergelijking met het beeld van de televisie. *Ten tweede* kan men zich afvragen of er goede en

minder goede literatuur bestaat. Het is mijn overtuiging dat men op beide terreinen zinvol kan argumenteren en dat zo'n argumentatie geen aanslag betekent op iemands negatieve vrijheid, authenticiteit of identiteit. Laat ons met de eerste kwaliteitsvraag beginnen: de kwaliteit van het medium. Het is een, door veel empirisch onderzoek gesteund feit dat de belangstelling voor het geschreven woord sinds de introductie van de televisie sterk is afgenomen. Er is een transformatie gaande van een schrift naar een beeldcultuur. Met name de lager opgeleiden en de jongeren haken af. In toenemende mate ziet men derhalve ook op dit terrein een maatschappelijke tweedeling: er is een groep die veel leest en er is een groep die bijna niets leest (Knulst & Kalmijn 1988; Kraaykamp & Knulst 1992; SCP 1992; Luckham 1990; Donnat & Cogneau 1990; Keastle et al 1990; Van Evra 1990). De niet-lezers, waaronder dus veel jongeren, kiezen voor een ander medium, te weten de televisie. De televisie is één van de pijlers van de jongerencultuur. Sportuitzendingen, soaps, MTV, dating-shows vormen daarbij de hoofdmoot van de bekeken programma's (Inter/View Nederland, Jongeren '95).

Nu kan men natuurlijk gewoon reageren met: So what? Ten tijde van de Neanderthalers werd ook al weinig gelezen, daarna hebben wij een periode in de geschiedenis gehad waarin het geschreven woord in het middelpunt van de cultuur stond, en nu is dat het beeld. Dit is echter te makkelijk. Men kan plausibel argumenteren dat er iets waardevols verloren gaat wanneer het boek verdwijnt en dat jongeren zichzelf tekort doen wanneer zij zich van het boek afkeren. Argumenteren kan men dan vanuit verschillende invalshoeken doen. Historisch of antropologisch kan men er, zoals mensen als Walter Ong (1982) en Eric Havelock (1986) gedaan hebben, op wijzen dat de introductie van het schrift en de boekdrukkunst enorme positieve consequenties hebben gehad voor de wijze waarop en de mate waarin wij vat hebben op de werkelijkheid. Veel van de kenmerken van de hedendaagse cultuur die wij voor vanzelfsprekend

houden, hebben slechts bestaansrecht dankzij de mogelijkheden die het geschreven woord aan het menselijk bewustzijn heeft geboden. Verdwijnt het schrift dan verdwijnen ook tal van waardevolle eigenschappen van onze cultuur.

Men kan er politicologisch op wijzen dat een bestaansvoorwaarde van een goed functionerende democratie is dat mensen geïnformeerd zijn en dat daar in afnemende mate sprake van is (Lindblom 1990). Het laatste is onder meer het gevolg van het feit dat het medium inderdaad in hoge mate de boodschap bepaalt en dat het beeld zich van het schrift onderscheidt door vluchtigheid en incoherentie (Postman 1985).

Psychologisch en sociologisch kan men er op wijzen dat uit onderzoek (Van der Voort 1989, Beentjes 1991, Leseman 1989, Koolstra 1993) blijkt, dat kinderen die lezen ten opzichte van kinderen die voornamelijk televisie kijken een grotere woordenschat hebben, een groter abstractie- en concentratievermogen bezitten en, niet verwonderlijk, beter presteren op school. Het zijn vooral kinderen uit lagere strata die in hun vroege jaren nauwelijks worden geconfronteerd met geschreven teksten en het zijn dan ook *mede* daarom deze kinderen die minder dan gemiddeld presteren op school, met alle gevolgen vandien voor hun latere maatschappelijke positie. Het leesbevorderingsbeleid van de overheid is daarom overigens met name op deze groep gericht. Waar het mij om gaat is niet de ultieme houdbaarheid van individuele argumenten of beweringen. Als het er op aan komt kan ik zelfs niet bewijzen dat er geen nijlpaard onder mijn bureau zit. Het gaat mij om plausibiliteit en om het totale discours. Dit discours is geen willekeurig legertje van metaforen dat zonder problemen ingewisseld kan worden voor een andere, al even willekeurige, interpretatie van de werkelijkheid. Daarvoor is dit onderwerp net iets te belangrijk.

Geargumenteerd kan er evenzeer worden over kwaliteit *binnen* de letteren. Op het gebied van de fictie kan men denken aan maatstaven als stijl, structuur en compositie; aan de mate waarin inzicht wordt verschaft in het

menselijk bestaan; aan de mate waarin vertroosting wordt geboden, het onverzoenlijke wordt verzoend; of aan de mate waarin nieuwe perspectieven worden geopend op de werkelijkheid. Dat boeken als *De gebroeders Karamazow*, *Madame Bovary* en *De Avonden* wat dat betreft meer te bieden hebben dan *Mijn leven behoort jou toe*, *Dat is mijn kind heer graaf*, *Jij houdt toch van die ander*, daarover bestaat bij het oordeelkundige deel der natie al een tijd lang tamelijk veel overeenstemming. Oordeelkundig zijn dan degenen die kennis hebben van al deze boeken.

Waar het, nogmaals, om gaat is dat er over kwaliteit *geredetwist* kan worden. Wellicht is de belangrijkste motor achter smaakontwikkeling ook dit debat over schoonheid. Het zijn meestal de mensen die het hardst en het snelst roepen dat er over smaak niet valt te twisten, die het meest smakeloos zijn.

Geargumenterd kan er ook worden over de gehanteerde kwaliteitsmaatstaven. Zo is evident, ik heb het al een keer aangeroerd, dat de overheid, in casu de Raad voor de Kunst en de Kunstfondsen, kwaliteitsmaatstaven in de beeldende kunst en sommige podiumkunsten hanteert, die een grote participatie bij voorbaat uitsluiten, een grote participatie van mensen in het algemeen en jongeren in het bijzonder. Door eenzijdig de nadruk te leggen op vernieuwing en oorspronkelijkheid is een aanbod geschapen dat een dermate grote culturele competentie vereist, dat de participatie van gemiddelde liefhebbers en leken - en jongeren zijn doorgaans leken - onmogelijk is geworden. Het aanbod in bijvoorbeeld de beeldende kunsten is daarbij vreselijk saai en voorspelbaar geworden omdat het allemaal op hetzelfde lijkt. *Alles* is baanbrekend en grensverleggend. Of iets origineel en vernieuwend is, kan echter slechts dan worden beoordeeld wanneer men het kan vergelijken met, gemakshalve te noemen, 'traditionele' kunstuitingen. Een baanbrekende reactie op een vroegere, al even baanbrekende, interpretatie van Shakespeare heeft dus alleen maar zin wanneer er ook nog een paar regisseurs overblijven, die bereid zijn om het werk van Shakespeare op te

voeren op een wijze zoals Shakespeare het zelf bedoeld heeft. Een dergelijke bescheidenheid is in een authenticiteitscultuur echter al snel te veel gevraagd.

#### Pluriformiteit

Gaandeweg zijn wij op het onderwerp pluriformiteit gekomen, de tweede doelstelling van cultuurbeleid. Een eenzijdige keuze van kwaliteitscriteria tast, zoals gesteld, de pluriformiteit binnen een kunstsector aan. Een volgende vraag is echter hoeveel kunstsectoren er moeten zijn. Er is muziek, toneel, dans, schilderkunst, et cetera en binnen bijvoorbeeld de muziek is er weer symfonische muziek, kamermuziek, jazz, blues, pop, enzovoorts. Nu lijkt het mijns inziens evident dat de overheid in haar keuze van te subsidiëren kunstsectoren altijd sterk conservatief is geweest en achter de feiten heeft aangelopen. Zo heeft de overheid veel te lang veel te weinig aandacht gehad voor die kunstuitingen die betekenisvol zijn voor jongeren. De popmuziek is dan uiteraard het meest voor de hand liggende voorbeeld. Ook heeft de overheid altijd veel te weinig aandacht gehad voor die uitingen van de 'traditionele' kunsten, die op een voor jongeren aanspreekbare wijze worden aangeboden. Men denke hier aan het jeugdtheater.

De beleidsmakers hebben zich altijd verdedigd door te stellen dat de overheid datgene dient te subsidiëren waarin de markt niet voorziet. Er is dus geen reden om Madonna, MTV, Ajax en Goede Tijden, Slechte Tijden te subsidiëren, omdat de betrokkenen waarschijnlijk ook zonder de hulp van de overheid het hoofd wel boven water zullen houden. In zijn algemeenheid lijkt dit nog altijd een redelijke leidraad, maar men moet hem, zoals zo vaak, niet te letterlijk nemen. Hij zou namelijk impliceren dat de overheid *per definitie* datgene subsidieert waarvoor niemand belangstelling heeft (ik laat nu het probleem van de collectieve goederen en van de merit goederen even buiten beschouwing). Er zijn weliswaar genoeg kunstproducenten die non-belangstelling als een bewijs van kwaliteit zouden willen interpreteren (het barst in Nederland van de nieuwe Van

Goghs). Maar toch vrees ik dat de overheid, wanneer zij deze leidraad te serieus zou nemen, onnodig tal van kansen zou laten liggen om de kwaliteit en de pluriformiteit te vergroten van de culturele activiteiten van vooral jongeren.

Wanneer men een cultuurbeleid wil voeren dat meer is dan een voorzieningenbeleid voor een kleine culturele elite, dan doet men er verstandig aan ook aan te sluiten bij de massacultuur en te proberen deze cultuur daàr te corrigeren - met betrekking tot haar kwaliteit en pluriformiteit - waar zij tekortschiet. Niet de hele popmuziek, bijvoorbeeld, bestaat uit Madonna. Er is in Nederland een gigantisch, maar nauwelijks waarneembaar, circuit van enthousiaste popbandjes en er is veel voor te zeggen om de betrokkenen oefenruimtes en podia te verschaffen en om de betrokkenen te helpen, via professionele ondersteuning, om de kwaliteit van hun muziek te verhogen. Ook in dit circuit is een valse noot namelijk een valse noot.

De definitie van kunst moet dus worden opgerekt. Maar de vraag blijft dan wel: tot hoe ver. Op een gegeven moment is het begrip zover opgeblazen dat kunst gelijk is geworden aan cultuur in sociologische zin. Kunst bestaat dan niet meer. De Engelse antropoloog Paul Willis (1990) ziet bijvoorbeeld ook het kijken naar en het praten over televisiesoaps als een kunstzinnige activiteit. Hetzelfde geldt in zijn optiek voor het spelen van videospelletjes, het aanschaffen en in wisselende combinaties dragen van kleding, de rituelen van de verliefdheid of de romance, en voor 'drinking and fighting'. Met het laatste doelt hij op jongeren die in cafés in een toenemende staat van beneveldheid in een avontuurlijke spiraal terechtkomen van het uitdagen van anderen en het al dan niet op het juiste moment terugtrekken. Vanuit antropologisch gezichtspunt beschrijft Willis dit alles fantastisch. Ik weiger dit echter kunst te noemen. Ik heb daar een groot aantal bezwaren tegen. Praktisch is het reeds een probleem dat het niet langer mogelijk is om enig cultuurbeleid te voeren wanneer alles wat wij in het leven doen, kunst is.



Het impliceert dat je òf niets subsidieert òf alles, inclusief die kerels die elkaar in een café met een glas bier in de hand sterke verhalen aan het vertellen zijn. Wim Kok kennende zal het dan wel niets worden.

Mijn tweede bezwaar is dat men volgens mij wel degelijk zinvol kan discussiëren over wat kunst is en wat niet. Natuurlijk, wij zullen daar nooit met elkaar volledige overeenstemming over bereiken en onze omschrijving zal voortdurend moeten worden bijgesteld, maar onze meningsverschillen zijn nu ook weer niet zo groot, dat wij genooddaakt zijn om de eerste de beste Sinterklaas-rijmelaar op één lijn te zetten

met Bloem, Nijhoff of Eijkelboom. Mijn meest principiële bezwaar betreft echter het reactionaire karakter van de betreffende redenering. Het probleem van de bestaande enorme maatschappelijke ongelijkheid in het kunnen deelnemen aan culturele activiteiten wordt namelijk simpelweg weggedefinieerd door *alle* activiteiten als kunst te bestempelen. Het streven om mensen de mogelijkheid te bieden zelf uit te maken wat waardevolle culturele activiteiten zijn, wordt hiermee onmogelijk gemaakt. Het wordt mensen onmogelijk gemaakt om, dankzij een cultuurbeleid, kennis te nemen van datgene wat onze beschaving heeft opgeleverd en *zelf* te beslissen wat zij hiervan de

moeite waard vinden. Mensen worden vastgenageld op hun huidige, deels toevallige culturele voorkeuren en wordt de kans ontnomen om over de muren heen te kijken van de eigen opvoeding en de eigen sociale positie. Het establishment mag alles voor zichzelf houden en dat botst met mijn gevoel van sociale rechtvaardigheid.

En daarom denk ik, kortom, dat het idee van de cultuurspreiding, het idee van kwaliteit en het idee van positieve vrijheid tezamen het meest democratische, het meest progressieve en uiteraard het meest jeugdige ideaal vormen, dat men vandaag zou kunnen nastreven.



Foto: Michael Kooren, Utrecht

# Uit het zadel helpen

MARTIN BERENDSE

directeur Theater Netwerk Nederland

Zover is het al met ons gekomen dat we de werkgroepen en sprekers op een congres over jongerencultuur indelen in 'gesubsidieerd' en 'commercieel'. En ik heb de eer om met u over de 'gesubsidieerde kunst' te praten. Ik vind dat eerlijk gezegd nogal lastig, want wat zijn de 'gesubsidieerde kunsten' eigenlijk. Het enige wat die kunsten bindt is dat ze op een of andere manier door de overheid worden gefinancierd (voor 100 %, 85 % of voor 10 %).

Dit lijkt me toch een plek om weer even te vermelden dat we het met de categorie 'gesubsidieerd' -althans in de podiumkunsten- over vrijwel alle kunstuitingen hebben, want meer dan 90 % van alle Nederlandse podia wordt gesubsidieerd en draagt, direct of indirect, met overheidsmiddelen bij aan de totstandkoming en/of vertoning van de voorstellingen en concerten. Ook als het gaat om de zogenaamde 'vrije producties'. Echt commercieel zijn slechts delen van het grootschalige musicalbedrijf, de popmuziek, de top van de kleinkunst en zo nog wat andere segmenten.

Maar gesubsidieerd en gesubsidieerd is twee. Ik vermoed dat ik vooral moet spreken over die onderdelen van het kunstbedrijf die zich -voordat er nog een letter op papier, kras op het doek of signaal op de band staat- verzekerd weten van overheidssteun. Die kunstenaars en gezelschappen die subsidie krijgen omdat wat zij maken niet door de 'markt' (lees: het publiek) kan worden betaald. Niet door de jongeren-, niet door de middelbaren- en niet door de ouderenmarkt. De gesubsidieerde kunst in engere zin.

Logisch dus dat de gesubsidieerde kunst in engere zin weinig publiek (en dus ook: weinig jongeren bereiken), zou je dan zeggen, want daarom worden ze juist gesubsidieerd: omdat er geen markt voor hun kunst is...

Zo eenvoudig schijnt het toch niet te liggen.

De idee dat kunst wordt gesubsidieerd om geen markt (en dus geen publiek) te hebben, leeft nog wel op sommige plekken en is ook voorzeker nog steeds ten dele juist, maar er is meer aan de hand. De Opera is het aardigste voorbeeld. Die wordt niet gesubsidieerd omdat er geen publiek voor is, maar omdat het eenvoudig weg te duur zou worden om het publiek de kostprijs te laten betalen. Het Nederlandse jeugdtheater, genoemd tot ver buiten onze landsgrenzen, is ook zo'n voorbeeld. Het jeugdtheater zou nog wel vier keer zo veel speelbeurten kunnen draaien en kinderen kunnen bereiken als er productiecapaciteit en financiering voor zou zijn, want er is belangstelling genoeg. Er is wel vraag, maar die is niet koopkrachtig.

Kort samengevat wordt kunst om twee redenen gesubsidieerd: om zich -zonder de druk van de kijkcijfers- in vrijheid te kunnen ontwikkelen en kwaliteit te leveren en om betaalbaar te blijven voor het volk. Er zijn nog wel een heleboel cultuurpolitieke dingen over te zeggen, maar die moet u nog maar eens nalezen bij de Boekmanstichting; die hebben de kasten er vol van staan.

In het ideale geval gaan bij de gesubsidieerde kunst (in engere zin) artistieke ontwikkeling en een redelijk publieksbereik hand in hand. Kunstenaars en gezelschappen hebben daarbij te maken met een wankel evenwicht: wie te weinig publiek bereikt krijgt het lastig, maar wie teveel publiek bereikt moet opletten niet voor te 'commercieel' door te gaan: dat zou je je subsidie weleens kunnen kosten.

Het ideale geval waarbij artistieke ontwikkeling en publieksbereik hand in hand gaan, doet zich niet overal voor. De problemen zijn tweërlei:

**1 Artistieke ontwikkeling is dominant en van een zodanige aard dat een groot publieksbereik per definitie onmogelijk is**

Je hebt dat weleens. Grote kunst, maar nog niet opgemerkt door een breed publiek. Ik ben persoonlijk van mening dat je er aan moet blijven werken om je publiek uit te breiden, maar je mag er -als het niet lukt- een groot kunstenaar natuurlijk niet op afrekenen.

Ik ben er eerlijk gezegd dan ook voor om een subsidieloket voor artistieke ontwikkeling te openen, waarbij het gesprek over publieksbereik van een geheel andere toon is dan bij een tweede te openen loket voor 'publieksbereik en koopkrachtcompensatie'. Het bureau Berenschot -u weet wel- noemt dat met een sjiek woord 'functionele specialisatie'. Als kunstenaar of gezelschap kies je een zwaartepunt (artistieke ontwikkeling of publieksbereik of allebei) en je vraagt je geld bij een van de beide loketten (of bij allebei) aan. Wie zelf zegt een publiek te kunnen bereiken, maar niet als de kostprijs moet worden doorberekend, moet op zijn publieksbereik worden aangesproken. Wie zich artistiek wil ontwikkelen en daarmee de kunst van morgen een dienst wil bewijzen, moet daarop worden aangesproken. Wie allebei wil heeft het 't moeilijkst, maar die krijgt dan ook het meeste geld.

Een tweede probleem bij de relatie tussen gesubsidieerde kunst en publieksbereik is dat:

**2 Het publieksbereik niet altijd overeenkomt met de sociaal-politieke doelstellingen van dit moment**

Met andere woorden: als je de kunsten subsidieert om betaalbaar te blijven, is het natuurlijk het leukst als je alle lagen van de bevolking bereikt. Jongeren, ouderen, allochtonen, Friezen, Zeeuwen, Tukkers enzovoort. En daarmee zijn we bij de relatie tussen gesubsidieerde kunst en jongeren.

Wie voor zijn kunst wordt gesubsidieerd en niet alleen maar om zich artistiek verder te ontwikkelen maar ook om een publiek te bereiken (overigens is het spelen voor een publiek een belangrijke vorm van artistieke ontwikkeling)....wie dus door de subsidiegever wordt aangesproken op publieksbereik, wordt dat niet alleen meer in kwantitatief (zoveel mogelijk bezoekers), maar ook in kwalitatief opzicht (neem nu het proefballonnetje van Stefijn van Heusden namens de Staats....: 10 % jongeren in de zaal). Jongeren als target van de subsidiegever en de gesubsidieerde kunst.

Laat ik vooropstellen dat ik de combinatie jongeren & cultuur (voor mijn part jongeren & kunst) helemaal zie zitten. In geen enkel ander levensstadium ben je zo intensief met cultuur (muziek, mode, literatuur, media etc.) bezig als in je CJP-tijd. En ik kan het weten, want ik ben zelf ook jongere geweest.

Of jongeren & gesubsidieerde kunst nou zo'n geslaagde combinatie opleveren. weet ik niet helemaal zeker. Ik ben een enorm voorstander van het stimuleren van cultuurbeleving bij jongeren, maar de rol van de (voor 85%) gesubsidieerde kunst zal daarbij beperkt blijven, tenzij het profiel van dit aanbod sterk zal veranderen. Die wat lastige relatie tussen jongeren & gesubsidieerde kunst heeft naar mijn mening met het volgende te maken:

### **1 Imago**

De officiële (gesubsidieerde) kunst is in de beeldvorming van jongeren toch nog steeds het beste te vergelijken met de 'verplichte literatuurlijst'. Je begint er met lange tanden aan en als het meezit kom je weleens een leuk boek tegen. Ik verwijs voor het gemak maar naar de reeks van onderzoeken die is begonnen met Mieke de Waal d'r boekje 'Daar ga je toch niet heen?'. Dat schijnt ooit een eye-opener te zijn geweest, maar iedereen kan zich natuurlijk wel een beetje voorstellen hoe dat zit.

### **2 Belangrijke stukken jongerencultuur draalen commercieel**

Kunstvormen die er echt in slagen

grote groepen jongeren te bereiken, kunnen vaak in financieel opzicht hun eigen broek ophouden (neem de popmuziek). Een wezenlijk gevaar is overigens dat we die kunstvormen te veel laten 'vercommercialiseren', zodat artistiek interessante (maar commercieel niet haalbare) projecten van bijv. popmusici te weinig aandacht krijgen. Mathilde Santing had daar pas in Utrecht een leuk verhaal over. Maar, hoe dan ook, als ik in mijn eigen organisatie (Theater Netwerk Nederland) nadenk over het bereiken van meer jongeren voor theater, realiseer ik mij steeds dat er wel popmuziek, maar niet zoiets als 'pop'theater is ontstaan. En voorzover het misschien bestaat, beweegt het zich niet in Klein-Subsidiestan.

### **3 Jongeren en kunstsector hebben zo hun eigen beeld van vernieuwing**

Een derde versturende factor in de relatie tussen jongeren & gesubsidieerde kunst is de mate waarin jongeren geïnteresseerd zijn in 'vernieuwing' in de kunst. Dat is namelijk maar zeer ten dele het geval, hoewel de kunstsector steeds impliciet anders wenst. Ik betrap mezelf er ook nogal eens op. Ik denk al snel dat jongeren bij uitstek geschikt zijn voor de -in het vak- spraakmakende voorstellingen. Dat is lang niet altijd zo. Andersom werkt het overigens ook: als ik denk dat het ze allemaal veel te saai en ingewikkeld zal lijken, vinden ze het opeens prachtig. Weet je wat jongeren een prachtige theatervoorstelling vonden: Angels of America (van twee tot twaalf: 10 uur lang). Toch zijn jongeren vooral geïnteresseerd in hun eigen vormen van 'vernieuwing' en die sluiten lang niet altijd aan bij de 'vernieuwing' van de oudere generatie (ook niet de oudere generatie kunstenaars). In de praktijk blijken jongeren vaak

- òf ver op de kunstsector voor te lopen (zonder dat wij en zijzelf het in de gaten hebben zijn ze met vernieuwingen bezig waar wij nog helemaal niets van begrijpen)
- òf -in ons beeld- eigenlijk zeer traditionele kunstconsumenten te zijn (liever Youp van 't Hek dan Jan Joris Lamers).

Deze drie fenomenen (het imago van

de officiële kunst, de commerciële potentie van jongerencultuur en de verschillende perceptie van vernieuwing) spelen voortdurend een rol bij de relatie tussen jongeren & gesubsidieerde kunst.

Toch ben ik van mening dat de kunstsector veel meer 'aan jongeren' zou kunnen doen dan nu het geval is. Het spijt me verschrikkelijk, maar ik moet mijn betoog dan toch weer even beperken tot de podiumkunsten, want daar heb ik de laatste tijd het meest over nagedacht. Wat er in de gesubsidieerde kunst zou kunnen gebeuren is het volgende:

### **1 Meer ruimte voor culturele centra nieuwe stijl**

Ik heb het er al wel eens eerder over gehad, maar ik geloof dat we in ons land toe zijn aan een nieuw podiumcircuit dat afstand neemt van de huidige programmeerpraktijk. Die is namelijk gericht op een nogal statische, naar algemeen geldende maatstaven tot stand te brengen 'kwaliteits'-programming, waarbinnen heel weinig ruimte is voor de 'cultuurbeleving' van bijzondere publieksgroepen, zoals jongeren. Wie niet op zoek gaat naar de absolute kwaliteit in zijn programming, maar meer een soort 'dynamische' kwaliteit zoekt, een programming die open staat voor debat met alle lagen van de bevolking, zou wel eens meer jongeren kunnen bereiken dan nu het geval is. In die culturele centra nieuwe stijl verhouden de professionele kunst, gesubsidieerd en commercieel, en de amateurkunst, de jongerencultuur, de film, de muziek, de beeldende kunst, het maatschappelijk debat, zich op een slimmere manier tot elkaar dan via de opsomming in de maandagenda. Ze verwijzen naar elkaar: wie kwam voor de popmuziek, wordt verrast op een geweldige danssolo (en dat die gemaakt is met subsidiegeld zal de betreffende jongere een worst wezen).

### **2 Meer ruimte voor doen en beleven**

Die culturele centra nieuwe stijl vormen de ideale plekken voor de combinatie van doen en beleven. Maar als je blijft wel op een intelligente

manier. Geen geknutsel en gepriegel in de marge, maar wezenlijke ontmoetingen tussen kunstenaars en jongeren. Wat zich op dit moment bij het produktiehuis Victoria in Gent afspeelt, beschouw ik als een lichtend voorbeeld. Die projecten zijn vrijwel jaarlijks bij Festival a/d Werf te zien, dus u hoeft er niet ver voor te reizen. Projecten, wedstrijden en andere activiteiten met jongeren hebben de afgelopen jaren tot voorstellingen geleid als 'Bonjour madame.....' en 'Moeder en Kind'.

### **3 Een nieuwe kijk op kunstmarketing en -educatie**

Die culturele centra nieuwe stijl en die ruimte voor doen & beleven zullen gebaat zijn bij een nieuwe kijk op kunstmarketing en -educatie. De officiële kunst (de kunstkunst zoals Pim van Klink die noemt) die nog worstelt met het absolute kwaliteitsbegrip heeft een hele bijzondere kijk op wat marketing en wat educatie is. Zij beschouwen beide vakgebieden als het 'verkopen' van het eigen produkt en niet zozeer als het 'openen van een dialoog'. Eenrichtingsverkeer in plaats van tweerichtingsverkeer. Ik geloof dat jongeren daar een feilloze radar voor hebben. Voor alles wat riekt naar 'opleiding', 'opvoeding', 'jij bent dom en ik weet het'. Ik geloof eerlijk gezegd niet in dit soort eenrichtingsmarketing en -educatie. Bij een dynamisch kwaliteitsbegrip, bij meer ruimte voor doen & beleven past een nieuwe vorm van 'tweerichtingseducatie' die ik voor het gemak maar even aanduid met 'uit het zadel helpen'.

De jongeren moeten niet *in het zadel* worden geholpen.... de kunst moet eruit.

### **4 Weg met de hokjes**

Een vierde punt had ik eerst 'cross-overs' genoemd, maar bij nader inzien vind ik dat toch wat modieus. Maar hoe het ook zij, ik geloof wel dat Subsidiestan zich moet voorbereiden op een veelheid aan discipline-overstijgende activiteiten. De Raad voor de Kunst heeft dan weliswaar weer opgeschreven dat bijv. muziek en theater toch heel verschillende dingen zijn (want voor theater moet je langer repeteren en dat wordt na de 10e voorstelling pas interessant, terwijl de 10e speelbeurt van hetzelfde concertprogramma juist heel erg saai wordt), maar dat is maar één kant van de waarheid. Steeds meer podia gaan al podiumkunstbreed programmeren en een steeds groter publiek (met name jongeren) heeft helemaal geen discipline-gerichte maar een hele brede belangstelling voor kunst en cultuur. Dit zappgedrag bij het publiek kan je wel willen veroordelen, maar je isoleert je er wel door. Daarom hebben de Stichting Jazz in Nederland, Gaudeamus en Theater Netwerk besloten om de krachten te bundelen. In de praktijk betekent dit dat we de 'jongerenmarkt' met z'n drieën zullen gaan benaderen. Met een beleid waarin het culturele centrum nieuwe stijl, het dynamische kwaliteitsbegrip, de relatie tussen doen & beleven en de cross-overs (daar zijn ze dan toch) een belangrijke rol spelen.

Wat moet de overheid, de grootaandeelhouder in de gesubsidieerde kunst, gaan doen? Tien procent jongeren afkondigen? Alle podia en gezelschappen vragen om een dynamisch kwaliteitsbegrip te hanteren, cross-overs na te streven en de relatie

tussen doen & beleven te verstevigen. Nee dus. De overheid moet willen investeren in nieuwe ontwikkelingen. Het ontmoeten van nieuw publiek is niet met quotum-maatregelen af te dwingen en al helemaal niet met 'eigen inkomsten' maatregelen. Die werken eerder andersom.

In de praktijk gaan kunstinstellingen namelijk op zoek naar vergroting van de recettes op korte termijn, door reeds bestaand publiek tot meer bezoek te verleiden, in plaats van het publiek op lange termijn te verbreden.

Waar het gaat om de relatie tussen jongeren & gesubsidieerde kunst zie ik twee cruciale actiepunten voor de overheid:

**1** Het mogelijk maken van een nieuwe kijk op kunsteducatie, waarin alle eenrichtings- opvoedings- en onderwijs- aspecten zoveel mogelijk buiten de deur worden gehouden, onder het motto 'uit het zadel helpen'.

**2** Herdefiniëring van het begrip 'gesubsidieerde kunst'. Eigenlijk moet het volgende congres over jongerencultuur niet meer gaan over de tweedeling 'gesubsidieerde' en 'commerciële' kunst, maar tenminste over de driedeling 'gesubsidieerd', 'ongesubsidieerd' en 'half gesubsidieerd'. Het zou mij niet verbazen als jongerenkunst het meest gebaat is bij een 50/50 *privaat/publieke* financiering. Die maken de artistieke projecten van Mathilde Santing en de triomftocht langs de jongerencentra van de pas afgestudeerde theatermaker/acteur Ramsey Nasr mogelijk. Kende u die al? Wij wel....en daarom worden we gesubsidieerd.

# Je bent nooit te oud om naar de film te gaan

JOACHIM WOLFF

directeur bioscoop-concern

Toen ik het programma zag had ik eigenlijk al het idee dat er misschien toch wat problemen zouden zijn, want de spreker na mij heeft het over de media. Film is natuurlijk duidelijk een medium.

Eén ding moet me toch wel van het hart, ik wil daar heel eerlijk over zijn. Ik voel me dus tot over mijn oren behoren tot dat Bildungsideaal waar het vandaag over gaat en ik denk dat, wat we vanochtend trouwens ook gezien hebben, als je zelf niet die Bildung, dus die ontwikkeling, hebt, dat je dan eigenlijk ook niet kan praten over het wegvallen daarvan.

Nu de film. Het is inderdaad waar wat de dagvoorzitter heeft gezegd, dat wij bij uitstek een medium voor de jeugd zijn. Dat is toch op een hele andere manier tot stand gekomen dan bijvoorbeeld bij de popmuziek. Want die is inderdaad ook door jongeren gemaakt en die is ontstaan uit kringen van jongeren en in de eerste plaats ook bedoeld voor jongeren. Die worden dan natuurlijk weer wat ouder, maar dan, goed, dan komen er weer andere soorten. Nou film, die wordt echt de laatste decennia niet door jongere mensen gemaakt dan vroeger. Er zijn oudere oude filmmakers en er zijn jonge filmmakers, maar dit heeft er echt helemaal niets mee te maken en het is ook niet zo dat films die speciaal bij jongeren aanslaan, dat die door jongere filmmakers zijn gemaakt en vice versa.

In Nederland is ongeveer 80% van het publiek afkomstig van mensen tussen de 18 en 30 jaar. En dat is een beeld dat ook in andere Westeuropese landen wel zo is. Na het dertigste jaar neemt uiteraard het bioscoopbezoek af, dat is logisch want dan gaan mensen gezinnen stichten en krijgen kinderen. Oppasproblemen en zo. Maar dat is toch niet helemaal waar want uit onderzoek is gebleken dat naar mate het opleidingsniveau hoger is mensen minder snel de bioscoop 'verlaten'. Dus de mensen gaan dan

wel minder vaak maar ze blijven gaan. Terwijl mensen met een laag opleidingsniveau na zeg maar hun achtentwintigste helemaal niet meer gaan. Nou, dat is natuurlijk toch wel een hele vervelende zaak vooral omdat de bevolkingsopbouw, -en dat is ook iets dat niet alleen voor Nederland geldt maar ook voor de meeste westeuropese landen- zo is dat het aantal jeugdigen kleiner wordt en het aantal zeg maar 30-, 40-plussers juist groter. Dat betekent dus dat wanneer iedere leeftijdsgroep evenveel naar de bioscoop zou blijven gaan, dat dan het bezoek aan bioscopen in Nederland door een autonome factor zou afnemen. Dat is natuurlijk iets wat we niet graag zien. We hebben ons als branche-organisatie beraaden over wat je daar aan kan doen. En de opzet is zo: wij hebben een stichting voor marktonderzoek van de branche-organisatie en die heeft eigenlijk als voornaamste doel onderzoek te doen naar doelgroepen. Maar wij houden ons dus echt bezig met de vraag: wat zouden we eraan kunnen doen om die doelgroepen van 30+, 40+ en zo, wat vaker naar de bioscoop te laten gaan. Ze hoeven maar iets vaker te gaan, dat zou al een enorm aantal betekenen. We zitten dus eigenlijk met precies het tegenovergestelde als waar dit congres over lijkt te gaan, namelijk: hoe kun je jongeren meer betrekken bij vormen van cultuur. Wij hebben dus: hoe kunnen we ouderen er meer bij betrekken.

Een voorbeeld: wij worden natuurlijk niet gesubsidieerd als commerciële bioscopen. Dat willen we ook niet. Maar de Nederlandse filmtheaters, dus wat men vroeger filmhuizen noemde, worden wel gesubsidieerd en je zou je dus kunnen voorstellen dat de subsidieverstrekker eist dat er minstens 10% of 15% ouderen in de zaal zitten. Anders krijg je die subsidie niet meer. Dat zou ik heel zinvol vinden. Want de filmhuizen zijn namelijk een voorloper van de gewone bioscopen. Die hebben toch een

aantal filmgenres zeg maar populair gemaakt, drempelverlagend gewerkt; genres die nu heel normaal in de bioscoop draaien en waarvan men dus helemaal niet vindt dat dat speciaal moeilijke films zijn.

Een ander verschil is, ik zei het al, er bestaan geen films die door jongeren worden gemaakt, misschien wel in de zin van een subgroep, die dan inderdaad in die filmhuizen worden vertoond. Maar datgene waar dan 80% van ons publiek op af komt, dat zijn helemaal geen films die op de een of andere manier iets te maken hebben met een bepaalde opvatting van de maatschappij of vormgeving of wat dan ook. Het heeft er helemaal niets mee te maken. Het is gewoon een feit dat, ja dat deze manier van kennisnemen van audiovisuele fictie, dat dat in een zaal met een heleboel mensen, wat natuurlijk niet hetzelfde is als voor het kleine scherm, dat dat een aantrekkingskracht heeft op jongeren die gewoon toch ergens naar toe moeten. Ze gaan naar het café maar ze gaan ook naar de bioscoop. Het is natuurlijk niet alleen maar die film, want die zou je dan ook op de televisie, of op de video kunnen zien.

Ik kom daar zo nog even op terug want daar is toch wel een groot gevaar dat ons bedreigt, dat wil zeggen de filmproductie. Ik heb eigenlijk gemerkt dat in Nederland heel vaak wordt gesproken over dat verschijnsel: als je nou weinig publiek hebt, weinig mensen die je belangstelling hebben dat het dan wellicht wel goed zou zijn, in ieder geval edeler dan wanneer je heel veel publiek krijgt. Maar wat is nou het probleem? Ik denk dat ik toch even met u naar Europa moet gaan om iets te vertellen over het probleem waarin de Europese en daarmee ook natuurlijk de Nederlandse filmproductie zich bevindt. De Europese film was tot enige tijd na de oorlog heel belangrijk. Misschien niet zo zeer in de Verenigde Staten, maar wereldwijd

en zeker in Europa was dat echt heel erg belangrijk en Europese films werden in andere Europese landen bekeken en belangrijk gevonden en die waren gedeeltelijk ook heel populair. Dat is helemaal veranderd. In Nederland is ongeveer 80% van het publiek van het marktaandeel van films uit de Verenigde Staten. Dat is in de meeste andere Westeuropese landen ook het geval. Dat is geenszins ontstaan door de agressieve marktpolitiek van Amerikaanse grote ondernemingen: het bezoek aan Amerikaanse films is ongeveer gelijk gebleven in de loop van de jaren, maar het bezoek aan Europese films is gewoon min of meer verdwenen. Het is natuurlijk begrijpelijk dat de Europese overheid, met name de Europese Commissie, zich heeft bezonnen over wat daaraan te doen zou zijn. De grote vraag is: wat moet je eraan doen. Het is namelijk zo dat er van de 500 films die in Europa gemaakt worden, er ongeveer 200 helemaal nooit in enige bioscoop worden vertoond. Ik spreek dus nu over films die bedoeld zijn voor de bioscoop. Nou, die andere 300 die overblijven komen dan wel in de bioscoop, maar van verreweg de meeste daarvan blijft het toch wel beperkt tot het eigen land en men wil gewoon laten we zeggen in Italië Franse films niet zien en vice versa.

Jongeren gaan wel naar Amerikaanse films maar zelden of nooit naar Europese. Want daar gaat gewoon helemaal niemand heen. Of tenminste bijna niemand. Nou ja, dat is natuurlijk gewoon ontzettend vervelend. We zouden natuurlijk al heel blij zijn als we althans de jeugd naar die films zouden kunnen krijgen. Er is nu een groot bedrag uitgetrokken, meer dan 300 miljoen ecu's voor de komende vijf jaar, om daar wat aan te doen in het zogenaamde Media 2-programma, waarvan de outlines wel vaststaan maar de inhoud nog niet helemaal zeker is. Men is tot de conclusie gekomen dat men dan het grootste deel van het geld zou moeten besteden aan de distributie inclusief marketing en doelgroepenbenadering

en zo. En waarom denkt men dat nou? Die 200 films die blijven liggen, ik bedoel dit bedenk ik niet, dit is echt net gezegd een paar weken geleden op een internationaal congres door de hoogste ambtenaar van het mediaprogramma. Er blijven 200 films liggen dus ja, zij worden dus niet goed gedistribueerd anders zouden ze niet blijven liggen. Dit is toch een merkwaardige, ik heb me eerst helemaal afgevraagd hoe kan iemand zoiets nou denken. Je zou zeggen dat die produkten niet deugen en daarom niet in de bioscoop komen. Maar ik begrijp dat nu wel. Die 200 makers van die 200 films die elk jaar op de plank blijven liggen die vinden natuurlijk hun eigen produkt niet slecht. Dat is logisch anders zouden ze het niet gemaakt hebben. En die zeggen, ja aan ons kan het niet liggen, dus het moet wel aan de distributie liggen. Daar kun je nou om lachen, ik vind dit ook lachwekkend maar het is toch wel een hele gevaarlijke zaak, want ik denk echt dat de Europese manier van films maken volkomen moet veranderen en ik denk dat de Europese overheid daar eigenlijk betrekkelijk weinig aan kan doen en dat komt omdat tienmaal het bedrag dat door de Europese overheid aan filmproductie zou kunnen worden besteed in allerlei vormen: script writing, preproductie enzovoorts, een tienmaal zo groot bedrag komt van de nationale subsidiestelsels: filmfondses, steunmaatregelen. In Nederland is dat het Nederlandse Fonds voor de Film. En die hebben een bepaalde werkwijze. In het ene land is dat wat anders dan in het andere, maar die hebben er toch toe geleid dat het mogelijk is geworden dat men in Europa vele jaren lang films kan produceren zonder dat ze ooit worden vertoond. De Europese overheid heeft ook gezegd: deze mensen zijn experts geworden in het subsidieland.

Het zal u duidelijk zijn dat als je tegen het Amerikaans produkt wil concurreren, dan moet je films maken, de zogenaamde high budget films. De hoge budgetten zitten hem niet zo zeer in de cameravoering en

de artisticeit enzovoorts, maar in de wijze waarop men allerlei effecten, zowel beeld als geluid, in die film verwerkt worden. Dat is ontzettend kostbaar. Soms zijn er een paar seconden film, die kosten honderdduizenden guldens en die kun je er dus uitlaten of die kun je erin stoppen. Men heeft dat dus gedaan om die bioscoop toch zijn eigen gezicht te laten houden ten opzichte van het kleine scherm. Maar dat betekent dat het ontzettend duur is geworden. Je kunt eigenlijk niet verwachten, tenminste dat kan ik me bijna niet voorstellen dat de televisie op den duur zou financieren iets wat op dat kleine scherm eigenlijk niet tot zijn recht komt. Dat kan ik me bijna niet voorstellen. En als dat dus zo doorgaat, ja dan denk ik toch dat de Europese film nooit uit dat diepe dal komt.

En het merkwaardige is nu dat de Europese commissie gezegd heeft: wij vinden niet alleen maar goed dat de omroep dat doet maar we willen dat zelfs nog verder stimuleren. En ik denk dus dat eigenlijk de Europese filmindustrie, filmproductie niet uit het slop zal komen wanneer men afhankelijk is van de investeringen van de kant van de omroepen. Dat kan wel zijn voor kleine films, lage budget, middelgrote budget, het is heel goed als daar een samenwerking komt, maar als men werkelijk wil dat er weer een Europese filmcultuur ontstaat, dan zal men toch andere financieringsbronnen moeten zoeken en dan denk ik dat men er niet onderuit kan dat er grote ondernemingen ontstaan zoals die ook in Amerika bestaan en zoals die in Europa ook voor de oorlog en kort na de oorlog hebben bestaan.

Er zijn natuurlijk een aantal zaken die ik heb behandeld die misschien niet behandeld hadden moeten worden, maar aan de andere kant past mijn onderwerp ook niet helemaal in het kader van het congres: hoe kun je de jeugd naar de betreffende instellingen krijgen. Nou, daar hebben we geen probleem mee. Wij willen graag de wat ouderen erin krijgen. Toch hoop ik dat ik een paar interessante dingen heb kunnen vertellen

# Is cultuur op TV voor jongeren mogelijk?

HANS KLAP

directeur Cinekid

Het aantal kanalen dat doorgegeven kan worden, zal binnen het nieuwe Kunstenplan een veelvoud zijn van wat nu ontvangen kan worden. De afgelopen jaren is er in het kijk- en luisteraanbod al veel veranderd. Er is, het kan u niet ontgaan zijn, in de media de laatste jaren een enorme transformatie in gang gezet. En ik vertel u waarschijnlijk ook niks nieuws als ik zeg dat nog maar het begin is. Er is op dit moment zelf schaarste aan capaciteit op de kabelnetten. Nog meer kanalen dus? Jawel, want die schaarste zal geleidelijk aan steeds minder worden met de invoering van glasvezelnetten en reeds ontwikkelde digitale compressietechnieken. Binnen afzienbare tijd zullen er naar verwachting honderden kanalen doorgegeven worden. Gaat de overheid dat betalen? Nee, daar zorgt de markt voor. Dus nog meer rotzooi op televisie? Ongetwijfeld, want nieuwe ontwikkelingen brengen altijd rommel met zich mee. Hoe zit dat dan met de verspreiding van kunst en cultuur op de buis? Zal die afnemen? Nee, die zal wel door anderen worden aangeboden en anders worden geconsumeerd. Ook door jongeren? Zeker weten, want die zijn juist - meer dan volwassenen - ontvankelijk voor nieuwe ontwikkelingen. Ik zal een en ander hier proberen nader toe te lichten.

"Onderweg naar morgen" sneuvelen bestaande monopolies, veranderen machtsposities. Tot voor kort hadden wij Nederlanders, middels de publieke omroepen en de kabelexploitanten - kortweg de overheid - het radio- en televisiemedium volledig zelf in de hand. Het omroepbestel en de kabel vormden samen als het ware een "Spiegel van Holland", van EO tot VPRO. Zowel in Staphorst als in Amsterdam konden wij, Nederlanders, via regering en parlement, gemeenteraden en omroepverenigingen, zelf bepalen wat de kabel ons bracht. Dit (overheids)monopolie is voorgoed verdwenen. Goddank vol-

gens velen, al zal daarnaar door sommigen ooit nog eens met weemoed teruggeblikt worden, maar voor die terugblik bent u hier niet samen gekomen. Ik volsta hier met de constatering dat televisie vroeger een vanzelfsprekende, voor ieder van ons herkenbare spreekbuis was van verschillende levensovertuigingen en maatschappelijke stromingen in ons land. En dus ook wat kunst en cultuur betreft.

Max de Jong zei (naar ik meen bij zijn afscheid als voorzitter van de NOS) dat de publieke omroep met ruim een miljard gulden de grootste gesubsidieerde culturele instelling in ons land is. Het kan niet ontkend worden. Ook al wordt er her en der gemopperd over de kwantiteit en kwaliteit van het culturele aanbod van de publieke omroep, het is eigenlijk nogal gezeur en - zeker internationaal gezien - volstrekt onterecht. Het is modieus en nogal een zwakgebod om juist in Nederland "de televisie" als zondebok aan te wijzen voor een kennelijk verminderde belangstelling voor de podiumkunsten bij jongeren.

Televisie heeft een eigen cultuur ontwikkeld. Daar zijn ook programma's bij over kunst. Ze is gezien haar invloed, een belangrijke en autonome cultuuruiting, met hele eigen karakteristieken en verschillend van oudere kunst- en cultuuruitingen, ook voor de jeugd. En met name op het gebied van kinder- en jongerentelevisie scoort ons land, ook internationaal, hoog met vele en eigen gemaakte, uitstekende kwaliteitsprogramma's voor de jeugd, gelet op de hoge waardering en kijkcijfers, alsook op de vele prijzen die deze programma's op festivals in de wacht slepen. Er is geen enkele reden om daar minachtend over te spreken.

Het mag wel eens gezegd worden: we zijn hier al jarenlang gewoon hartstikke goed in "jeugd" : niet alleen in jeugdtelevisie, maar ook in de jeugdliteratuur, het jeugdtheater, en lang-

zamerhand ook een beetje in jeugdfilms.

Ook in de muziekcultuur voor jongeren doen we het in Nederland niet slecht, afgaand op de belangstelling en bezoekcijfers van de vele muziekfestivals die voor hen bestemd zijn. Er is in Nederland kortom, dat wil ik hier toch even gezegd hebben, een jeugdcultuur aanwezig waar we best een beetje trots op mogen zijn, en waar, kan ik u verzekeren, menig ander beschaafd land jaloers op is. Dat wou ik toch nog even kwijt.

Maar er is, zoals gezegd, in ons medialandschap natuurlijk wel een geweldige transformatie aan de gang die nog volop in ontwikkeling is. Er wordt ook in ons land al enige tijd ingespeeld op de liberalisering van alle telecommunicatiediensten, die halverweg het volgende Kunstenplan - op 1 januari 1998 - in heel Europa wettelijk van kracht wordt. Er vindt in Europa qua houding een geweldige cultuur-politieke omslag plaats ten aanzien van de media. Niet alleen zijn commerciële omroepen daarvan een gevolg, ook het privatiseren van kabelnetten heeft daar alles mee te maken. De overheid moet in Europa haar bemoeienis met de media, althans voor een deel, overdragen aan de markt, aan "media-ondernemers". De Europese liberalisering van de media heeft dan ook ingrijpende sociaal-maatschappelijke gevolgen, zeker voor ons land, gewend als we waren aan (en misschien ook wel: verwend) door manier waarop we het hier zo mooi voor elkaar hadden. Er is dan ook - begrijpelijk - zorg over de ontwikkeling die een dergelijke omslag met zich meebrengt. Want blijven kunstprogramma's en culturele uitzendingen op TV voor jongeren in de toekomst dan nog wel mogelijk, nu de overheid steeds meer op afstand komt?

Ik maak me daar niet zoveel zorg over. Want de media-ondernemer zal ongetwijfeld ook het jonge publiek

willen veroveren. En al zullen kwaliteitsnormen en culturele waarden zoals die op televisie tot uitdrukking worden gebracht weliswaar niet langer gedictieerd worden en onder controle staan van de overheid, maar steeds meer bepaald worden door aandeelhouders, er zal ongetwijfeld behalve meer rotzooi zeker ook ruimte zijn, waarschijnlijk zelfs meer dan vroeger, voor kwaliteit, voor kunst en cultuur. De consument, de jongere, zal zelf kunnen bepalen waar hij of zij naar wil kijken. Daar zal elke aandeelhouder rekening mee houden, "mind my words, read my lips". Aan ons, volwassenen en cultuurliefhebbers, en aan een volwassen overheid, de taak om de jeugd gevoel voor kwaliteit bij te brengen, voor de waarde en betekenis van kunst en cultuur, en die toegankelijk te maken onder meer via de media. Wel dient de overheid nauwlettend toe te zien dat via nationale en Europese regel- en wetgeving (en dus niet zozeer langer met geld) de mogelijkheden tot distributie van met name kwaliteitszenders via de geprivatiseerde kabelnetten mogelijk blijft. Alleen dan blijft de overdracht van kunst en cultuur - ook voor jongeren - in al haar verscheidenheid op radio en televisie mogelijk.

Het is misschien wel aardig om u in dit verband ook te wijzen op het feit dat de veranderingen in de audiovisuele sector overigens niet alleen van toepassing zijn op wat via de kabel (en de schotel) tot ons komt op het televisietoestel.

Inmiddels brengen de nieuwe media ons ook interactieve AV-programma's die via discs op TV of diskettes op de PC bekeken en beluisterd kunnen worden. We zijn beland in weer een tussenfase, en onder meer aan het einde gekomen van het "tape-tijdperk". Na 25 jaar trouwe dienst zullen videorecorder en videobanden verdwijnen, zoals zo'n 10 jaar geleden ook de analoge grammofoonplaat gaandeweg definitief plaats maakte voor de digitale disc en diskette. CD-i, CD-Rom, en CD-Video zullen overigens naar verwachting convergeren naar een multimediaal produkt, waarvoor nog geen definitieve naam vastgesteld is. Ik heb dan ook een tip voor

diegenen die zich opgezaagd voelen met kennelijk opgelopen frustraties vanwege de ogenschijnlijk achterblijvende cultuurparticipatie van jongeren: het televisietoestel/de PC kan ook gebruikt worden voor andere vormen van kunst- en cultuurspreiding dan via uitzendingen alleen. Een actieve opstelling ten opzichte van de mogelijkheden van de nieuwe media kan misschien verdere depressies voorkomen.

En ter geruststelling en als blijk van solidariteit met diegenen die zich bezighouden met de podiumkunsten: er wordt ook thuis voor de buis steeds minder collectief gekeken. Ook door kinderen en jongeren, die inmiddels op hun kamer steeds meer zelf een eigen TV-toestel en PC hebben. De individualisering van (ook) kunst- en cultuurprodukt, begonnen in de jaren '60, krijgt in de jaren '90 eindelijk zijn toepassingen in de audiovisuele media. Het individueel kijken zal, vanwege steeds verdergaande elektronische innovatie en marktgerichte segmentering naar doelgroepen toe, almaar toenemen. Hierdoor komt er steeds minder zicht op waar de jeugd naar kijkt, en is er steeds minder grip op de consumptie van het audiovisuele produkt.

Er is aldus in de media technisch en maatschappelijk een proces in gang gezet waar we op dit moment nog middenin zitten, en die met de entree naar een nieuw millennium - het einde van het volgende Kunstenplan - zeker nog niet afgerond zal zijn. Het is moeilijk in te schatten in welk tempo de media zich verder zullen ontwikkelen. Een ding is vast en zeker: waarnaar en hoe er thuis gekeken zal worden, is drastisch aan het veranderen. Dat geldt zeker voor de jeugd. Want ik hoef u niet te vertellen dat kinderen en jongeren nu eenmaal meer ontvankelijk zijn voor de nieuwe ontwikkelingen van de media dan volwassenen, al is het maar omdat ze daar van nature en vanzelfsprekend mee opgroeien.

Tot slot. De Staatssecretaris van OCW stelt in zijn brief van 13 juli 1995 aan de Tweede Kamer onder meer dat: "de elektronische media - overigens

niet alleen voor jongeren - verreweg het belangrijkste middel van cultuurspreiding zijn". Kennelijk realiseert hij zich ten volle het belang van de elektronische media voor jongeren als het gaat om kunst- en cultuurspreiding.

Al is het een open deur intrappen, die vaststelling is een belangrijke en nieuwe politieke legitimatie om zorg en bemoeienis te blijven houden met kunst- en cultuuroverdracht via de media, ook al treedt zij hierin steeds meer terug.

En waar de Staatssecretaris kunsteducatie bepleit blijkt hij, ook al twijfel ook ik wel eens, niet helemaal op zijn achterhoofd gevallen. Want een ding is zeker: kinderen en jongeren zullen steeds jonger, en steeds meer zelfstandig, keuzes gaan maken uit een steeds meer toenemend en steeds meer versnipperd, gesegmenteerd audiovisueel aanbod, dat almaar individueler op beeldschermen geconsumeerd wordt. Daar zijn wij, volwassenen, steeds minder bij, want het zal u nu duidelijk zijn dat wij met z'n allen - overheid en ouders - steeds minder grip daarop krijgen. Er is dus terechte zorg.

Ik vind het een geruststelling dat de overheid zich verantwoordelijk blijft voelen om onze kinderen en jongeren voldoende toe te rusten om de juiste keuze te kunnen maken.

Dat is immers van eminent belang: zij zijn de meest waardevolle, maar tevens meest kwetsbare levensbron die een land heeft. Kunsteducatie is, gelet ook op de ontwikkelingen in de media, voor de toekomst van toenemend belang. Ze is een belangrijk hulpmiddel om niet alleen kinderen en jongeren, maar trouwens ook heel wat volwassenen, met een gerust hart zelfstandig de goede keuzes te laten maken, en ze te laten genieten van wat kunstenaars ons te melden hebben.

Mijn antwoord op de vraag of cultuur op TV mogelijk is, is dus eenvoudigweg: ja, ze is er al, in de toekomst zal er zelfs meer zijn dan nu, als we het maar goed organiseren, en er zo af en toe, zoals nu, eens over praten.



# Pleidooi voor passie

MAARTEN LAMMERS

coördinator landelijk bureau Kunstbende

Dames en heren.

"Cultuur leg je niet op. Cultuur is het dagelijks resultaat van wat mensen dromen, denken, fantaseren en doen: onsystematisch, chaotisch, onoverzichtelijk, complex, diep en oppervlakkig en vooral rijk en gevarieerd, ook in zijn armoede en trivialia. Kortom, zeer onvolmaakt."

Deze volzin is van Leo de Haes in een artikel enkele weken geleden in De Groene Amsterdammer. De essentie van zijn betoog is dat we af moeten van het onderscheid tussen hoge cultuur en lage cultuur. Ik kan u zijn stof van harte aanbevelen.

Het ministerie van OCW wil, zo lezen we in 'Pantser of ruggegraat', jonge mensen beter toerusten om een eigen weg te vinden in het overstelende aanbod van cultuuruitingen, met nadruk op het zelfstandig leren kiezen voor kwaliteit.

Hier duikt dat nare begrip weer op: kwaliteit in cultuur. Er is hoge en lage kwaliteit in cultuur. Wat minder waard is wordt in 'Pantser of ruggegraat' omschreven als "wel spannend maar zonder wezenlijke verrassing". Hoe ingewikkeld dat is geeft dezelfde Leo de Haes fraai weer in een voorbeeld. Ik citeer opnieuw: "het verschil tussen hoge cultuur en lage cultuur wordt niet altijd bepaald door de intrinsieke kwaliteit van het werk, want hoewel de intelligentsia haast collectief haar neus optrekt voor trivialiteiten, zijn we tegelijk bereid om het lulligste object tot Kunst met grote K te verheffen als het in een galerie of een museum wordt gepresenteerd. "Het weze een pisbak, een tegel met drolmotief, een homp vet of een stel samengeperste kranten".

Leg maar eens uit wat er aan die Kunst te beleven is! Ik ben er van overtuigd dat jongeren, opgroeiend in een tijdperk waarin zij omgeven zijn met uitingen van cultuur, op zoek

zijn naar die evenementen, incidenten en gebeurtenissen waarin iets te beleven valt. Dat kan men zorgwekkend vinden, oppervlakkig, "wel spannend maar weinig verrassend" in de woorden van Nuis. Het is een feit dat vele andere tijdsbestedingen, vaak actief, door jongeren wél gekozen worden. Het onderzoek van bureau Cenario naar de effecten van de Kunstbende (*Bereik en effect van de Kunstbende, 1991-1995*) geeft haarscherp aan dat wanneer jongeren de deur uit gaan, zij dat in veruit de meeste gevallen doen om iets actiefs te ondernemen.

Het probleem is niet het probleem van jongeren maar een probleem van de kunsten.

We organiseren vandaag dit congres omdat wij, als Kunstbende in de vijf jaar van ons bestaan, voortdurend bevestigd hebben gezien dat jongeren kunstminnaars en kunstenaars zijn. Ik kan u verzekeren dat het een voorrecht is geweest bij tijd en wijle in zalen in alle delen van Nederland te hebben kunnen zitten om daar getuige te zijn van de gedreven, fraaie, luidruchtige, ontroerende, flauwe, voorspelbare, onvoorspelbare, lelijke en mooie kunstproducties van jongeren. Soms ontroerend mooi, soms de tenen bij elkaar. Vals zingen blijft vals zingen. Gelukkig zijn we vandaag in staat om u van, in onze ogen en oren, mooie presentaties wat flarden te laten meemaken. Opvallend bij die 75 festivals die er sinds 1991 zijn geweest was steeds de veelheid van stijlen en vaak de kleurrijke chaos voor, op en achter het toneel. Opvallend was ook het vele herkenbare. Veel hadden we al eens gezien, hadden we al eens gehoord. Wij vonden dat niet erg.

Uit het onderzoek van Cenario blijkt onder andere dat het referentiekader van de jongeren die deelnemen aan de Kunstbende vaak bestaat uit de "commerciële cultuur" en wat zij uit de media oppikken; jongeren dansen,

ook op het podium, als Michael Jackson, kopiëren muziek van Nirvana enzovoorts. Als je het ze vraagt zeggen ze echter volkomen onafhankelijk te zijn in hun smaak. Hebben we het dan wel over echte kunst? Kunst met kwaliteit? Wie bepaalt wat kwaliteit is staat ter discussie. Afgelopen dinsdag werd die discussie, volkomen terecht, nog eens aangezwengeld door Hans Blokland in de Volkskrant.

Jongeren hebben cultuur, ze doen aan cultuur, ze maken cultuur, ze ondergaan cultuur. Ze dromen namelijk dagelijks, denken dagelijks, fantaseren dagelijks en doen veel meer dan men zou vrezen als je nota's als 'Pantser of ruggegraat' leest.

Sommigen van die jongeren hebben zelfs het lef dat op podia te doen, aan de muur te hangen, op papier te zetten. Vele anderen niet, het zij zo.

Er wordt geworsteld met één probleem: jongeren schijnen niet voldoende aan officiële kunst te doen. Ze zijn niet genoeg in de schouwburg of in het museum. Zoals het in 'Pantser of ruggegraat' staat: Ze lopen het risico verstoken te blijven van belangrijke ingrediënten voor hun verdere individuele en maatschappelijke ontplooiing. Omgekeerd dreigt het culturele leven van essentiële impulsen verstoken te blijven. Hierin kenmerkt zich de behoefte van Nuis c.s.: er moet opgevoed worden. De cultuur, de kunst, dient als instrument voor individuele en maatschappelijke ontplooiing. Je wordt een beter mens van kunst, is de samenvatting. Ik denk dat jongeren zich voortdurend ontplooiën. Ze leven in een samenleving die ze een ongekend breed aanbod aan culturele ingrediënten aanreikt en die ze zelf vormen door er een veelheid aan ingrediënten aan toe te voegen.

Voordat we het door hebben, en zeker voordat we het kunnen waarderen, blijken ze hun keuzes al gemaakt te

hebben; menig marketeer vandaag in de zaal zal kunnen beamen hoe ongrijpbaar de doelgroep is. Te grillig, teveel een eigen wil, trendgevoelig maar voordat je de trends door hebt zijn er alweer nieuwe....

De Kunstbende is bij uitstek een instrument waarmee jongeren aan cultuuroverdracht doen: overdracht van de ene jongere naar de andere en van jongeren naar ouderen in plaats van omgekeerd. Gelukkig, en daarin moet je 'Pantser of ruggegraat' dus positief beoordelen, wordt er voorzichtig gekeken naar de mogelijkheid van de wisselwerking. Er staat een regel over "jongerenmuziek en nieuwe media", er is sprake van essentiële impulsen van jongeren voor de cultuur. Of die zinsnedes vervolgens ook leiden naar een daadwerkelijk serieus nemen van die jongeren blijft vooralsnog de vraag.

Vandaag zit ook Dick van Zuilen in de zaal. Ruim vijf jaar geleden maakte hij zich zorgen over de richting waarin de commissie "Meer-Doen-Met-Cultuur" de zaken dreigde te sturen: het participeren in het gevestigde culturele leven en NIET het serieus nemen van de populaire culturen van jongeren. Het is ironisch dat juist ik, namens de Kunstbende (voor wie het niet wist: de Kunstbende is voortgekomen uit "Meer-Doen-Met-Cultuur"), hier vandaag in essentie opnieuw zijn boodschap te verkondigen heb.

Gelukkig is er in die vijf jaar wel een en ander gebeurd: "Meer-Doen-Met-Cultuur" werd de Kunstbende en werd een voorbeeld van hoe je jongeren ernstig kan nemen in het produceren en het genieten van hun eigen kunst en die van anderen. Onder de

jongeren die aan de Kunstbende deelnamen waren allochtonen (gemiddeld 15 % en dat is gelijk aan het percentage jongeren in Nederland met een allochtone achtergrond) en lager opgeleiden (30%; dat waren er minder dan er qua percentage in Nederland zijn maar nog altijd meer dan door de meeste instituten bereikt worden).

Zo zijn er dus initiatieven die, hoewel in absoluut bereik beperkt, jongeren ernstig nemen in hun culturele voorkeuren, initiatieven die vrije ruimte bieden aan jongeren die graag iets willen laten zien of horen. (Ik kan hier ook een initiatief als Artisjok/Nultwintig noemen).

Bij het bereik van de Kunstbende wil ik heel kort stil staan. Er hebben 15.000 jongeren aan de Kunstbendewedstrijd meegedaan. In die vijf jaar heeft een veelvoud daarvan, vele tienduizenden dus, als publiek bij evenementen de Kunstbende meegemaakt. Uit het onderzoek van Cenario blijkt dat een groot deel van deze jongeren ook na jaren nog aanmerkelijk actiever is dan andere jongeren. Het project heeft effect. Maar er was meer. Er zijn t.v.-programma's geweest en het project heeft gediend als kapstok voor andere activiteiten: workshops, festivals, theatervoorstellingen als Booyaka! Booyaka! enzovoorts. De nog altijd gehoorde klacht dat het project duur zou zijn in verhouding tot het rendement wil ik bestrijden. Dames en heren, het kost tijd, geld en veel energie om die jongeren bij elkaar te brengen. Die tijd, dat geld en die energie moet men er voor over hebben wanneer men jongeren als doelgroep ernstig

neemt. Dat geldt voor overheden maar ook voor elke culturele instelling afzonderlijk. We hebben het niet enkel over nieuw geld maar ook over de prioriteiten die men stelt als het gaat om het besteden van beschikbare gelden.

In het creëren van ruimte voor jongeren heeft de overheid een rol te vervullen. Wil je voorkomen dat de "officiële cultuur" zich in een geïsoleerde, gesubsidieerde hoek van de samenleving afspeelt, dan zul je moeten zorgen voor voldoende ondersteuning voor andere vormen van cultuur, zij dat jongerencultuur, allochtonencultuur, multiculturele-multigeneratie-kunst, hoe je het ook noemt.

Een gezonde samenleving zorgt voor voortdurende kruisbestuiving van wat de mensen die die samenleving vormen doen en bezig houdt. Een ongezonde samenleving houdt een ongelijke verdeling van geld, middelen en mogelijkheden in stand omdat zij er een visie op cultuur met kwaliteit op na houdt die andere culturele uitingen als inferieur veroordeeld.

We staan voor een nieuw Kunstenplan:

Ik pleit hier vandaag voor een cultureel klimaat in Nederland waarin die ruimte voor jongeren er is. Een ruimte waarin het mogelijk is te fantaseren, te dromen, te denken en te doen zonder dat het kunst met een grote K heet. zonder dat kwaliteit, door zogenaamde bevoegden vastgesteld, het belangrijkste criterium is. Een ruimte waar plaats is voor de belevenissen die jongeren zoeken, ook als dat soms spannend maar niet verrassend is.

# Jonger&cultuur & Communicatie

## Scheelt het CJP?

EME VAN DER SCHAAF

directeur stichting Cultureel Jongeren Paspoort

*Deze bijdrage is een bewerking van de sheet-presentatie gehouden tijdens het congres Jonger&cultuur. De 15 sheets zijn verkrijgbaar bij stichting CJP, op papier en transparant. Vragen worden graag beantwoord.*

Hebben de meeste jongeren belangstelling voor cultuur? Is er voldoende interessant cultureel aanbod voor jongeren? Die vragen ga ik niet voor u beantwoorden, dat doen anderen al. Ik heb het met u over de rol die effectieve communicatie, of anders verwoord 'cultuurmarketing', kan spelen om jongeren te laten genieten van het huidige culturele aanbod. Ik beperk me daarbij tot het middel CJP en richt me op het volgende:

- 1 Wat zijn doel en middelen van CJP?
  - 2 Welke jongeren bereikt CJP nu?
  - 3 Hoe communiceert CJP met jongeren?
  - 4 Wie betaalt CJP?
  - 5 Leidt het bezit van een CJP tot meer deelname van jongeren aan cultuur?
  - 6 Hoe efficiënt is het CJP-middel?
  - 7 CJP als instrument voor Direct Marketing.
  - 8 Waarom kan cultuur voor jongeren belangrijk zijn?
  - 9 CJP in de nabije toekomst.
- 10 Scheelt CJP?

### 1 Doel en middelen van CJP?

CJP wil jongeren (blijvend) laten genieten van kunst en cultuur. Daarbij richt het zich vooral op de kunst en cultuur waarmee jongeren niet vanzelf in aanraking komen via TV, reclame, ouders of school. Dat zijn musea, toneel, cabaret, dans, opera, filmhuis-films, literatuur, tijdschriften en (nog) niet bekende popmuziek en klassieke muziek. Meestal zijn die kunstvormen gesubsidieerd door de overheid en heten daarmee de officiële cultuur, de cultuur 'waar geld bij moet'.

Motto van de stichting is 'jong verleid blijft oud gedaan', waarbij als jong geldt tot en met 25 jaar. Middel is het

persoonlijk op huisadres aan jongeren communiceren van aantrekkelijke culturele informatie en het bieden van kortingen op de officiële cultuur en op de populaire commercieel aangeboden cultuur. Jongeren met een CJP ontvangen 6x per jaar CJP Magazine.

Sleutel is de aankoop van een CJP-pas (Cultureel Jongeren Paspoort) voor 20 gulden per jaar. Jongeren ontvangen informatie over musea, toneel, cabaret, dans, filmhuis-films, literatuur, popmuziek en klassieke muziek. Daarop krijgen zij met een CJP korting, maar die is er ook op CD's, videohuur, boeken, tijdschriften en taal- en cultuurreizen. Jongeren kunnen hun CJP gebruiken in 27 Europese landen. Veelzijdigheid en ruime geldigheid maken CJP tot een multifunctionele culturele zwerfkaart.

CJP beperkt zich tot jongeren als publiek en deelnemers vóór het podium. Voor de actieve deelname van jongeren aan kunst via opleidingen en als kunstenaars, zijn er andere organisaties, zoals de Kunstbende. Wel geeft CJP Magazine aandacht aan culturele opleidingen, wedstrijden en prijsvragen.

Informatie bestaat uit 6x per jaar CJP Magazine, 1x per jaar de CJP (culturele) Kortinggids en elke vrijdag de CJP Ladder in de Volkskrant. Verder ontvangen CJP-jongeren soms ook directe uitnodigingen en aanbiedingen van culturele organisaties die gebruik maken van het CJP-bestand. Een CJP is te koop op plaatsen waar jongeren makkelijk komen: V&D, NBBS, VVV's, maar ook bij theaters, bibliotheken en Jongeren Informatie Punten. Hij is ook thuis te bestellen via bonnen of antwoordkaarten.

### 2 Welke jongeren bereikt CJP in 1995?

#### Aantal

CJP bereikt 155.000 jongeren die

gemiddeld 19,5 jaar zijn. Vanaf 12 jaar kopen jongeren CJP's. Tussen 15 en 25 jaar heeft 8% een CJP. Al 70.000 leden hebben een automatisch abonnement tot hun 26ste.

#### Vrouw/man

Bijna 60% is meisje, ruim 40% is jongen.

#### Gebruik

Jongeren gebruiken hun CJP gemiddeld ruim 12x per jaar. Het gebruik loopt uiteen van 100 maal per jaar tot vrijwel nooit. Gemiddeld gebruiken ze hem per jaar voor: (afgerond)

Theater	4,0 x
Musea	3,0 x
Concerten	1,0 x
Filmhuis/bioscoop	1,0 x
CD's	2,0 x
Boek/tijdschrift	1,0 x
Vakantie/reizen	1,0 x

Het aantal feitelijke bezoeken aan cultuur bedraagt echter ten minste 16 x per jaar. Er is immers niet altijd CJP-korting (met name bij bioscopen) en CJP-houders vergeten wel eens hun pas mee te nemen.

#### Opleiding/werk

79% volgt een opleiding, 16% werkt en 5% zoekt werk of is werkloos. De hoogst genoten opleidingen zijn: HBO-WO 45%, LBO-MAVO-MBO 28%, HAVO-VWO 23%, andere opleidingen 4%.

Bron voor deze gegevens is het CJP-bestand, het CJP Profielonderzoek 1995 en een onderzoek van de Rijksuniversiteit Utrecht (zie later). Veel meer gegevens zijn op aanvraag beschikbaar.

### 3 Hoe communiceert CJP met jongeren?

- Via de pas, daar staat adres en telefoonnummer op (87% van de leden draagt de pas altijd bij zich). Met CJP Magazine, zesmaal per jaar

toegestuurd op huisadres (oplage 170.000). Leden lezen er gemiddeld 31 minuten in, pakken het regelmatig terug, geven het een rapportcijfer 7,1 en 78% van de leden waardeert inhoud en vormgeving als goed. Het magazine wordt het best gewaardeerd door 17- tot 19-jarigen.

- Met eenmaal per jaar CJP Kortinggids toegestuurd op huisadres (oplage 250.000). 85% bewaart de gids gedurende het jaar en 30% geeft aan de ingevoegde culturele kortingencheques te gebruiken.
- En 52 maal met de CJP Ladder in de Volkskrant op vrijdag. Van de leden geeft 40% aan die regelmatig te lezen.
- Met de CJP Adressenservice waar culturele organisaties steeds vaker vrijwel gratis gebruik van kunnen maken.
- En vanaf 23 november 1995 dagelijks via het CJP Café op Internet (<http://www.cjp.nl>).

Ten minste 50% van de leden geeft aan de CJP-media actief te gebruiken voor hun culturele keuze.

#### 4 Wie betaalt de CJP-organisatie?

Niet de overheid, niet de culturele organisaties, maar jongeren zelf en enkele sponsors.

Inkomsten CJP	1995:	1996:
CJP-houders	65%	75%
Sponsors	28%	25%
Rijksoverheid (Min. VWS)	7%	0%

In 1996 moet blijken of CJP geheel zonder rijkssubsidie kan werken. In Noord-Holland, Overijssel en Gelderland draagt een groot aantal gemeenten circa f 6,00 per jaar per CJP-lid bij voor het verstrekken van regionale culturele informatie via de tijdschriften Plug en CJP Agenda-Oost. Alle CJP-kortingen worden direct door de culturele organisaties verstrekt. Zij dragen daarmee bij aan het werven van jong en nieuw publiek. De sponsors van CJP zijn de Volkskrant (hoofdsponsor) en Vroom & Dreesmann Warenhuizen en OHRA. Er werken bij CJP 9 mensen.

#### 5 Is CJP effectief?

Leidt CJP tot meer cultuurdeelname van jongeren? Het is op twee manieren onderzocht. Aan CJP-leden is in het grootschalige jaarlijkse telefonische Profielonderzoek gevraagd of zij sinds het bezit vaker aan uiteenlopende kunstvormen hebben deelgenomen.

Van alle CJP-houders geeft aan dat:

- 16% vaker naar popconcerten gaan
- 21% vaker naar klassieke concerten gaan
- 23% vaker naar dans gaan
- 28% vaker naar toneel gaan
- 33% vaker naar filmhuis of bioscoop gaan
- 36% vaker naar cabaret gaan
- 40% vaker naar musea gaan.

Dat is de subjectieve mening van jongeren zelf. En daar gaat het weliswaar om, maar jongeren zijn net als alle mensen maar zeer beperkt in staat (veranderingen in) hun eigen gedrag objectief waar te nemen. Daarom heeft CJP de onderzoekers Harry Ganzeboom en Ineke Nagel van de vakgroep Sociologie van de Rijksuniversiteit Utrecht benaderd om de cultuurparticipatie van CJP-leden te vergelijken met andere jongeren in Nederland.

Daartoe zijn de uitvoerige gegevens geanalyseerd uit het vierjaarlijkse Algemeen Voorzieningen Onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau en daarvan de meest recente versie uit 1991.

Het AVO/RUU-onderzoek onder 2600 jongeren wijst uit dat:

- CJP-houders gemiddeld 3,0 x zoveel deelnemen aan cultuur als andere jongeren.
- Voor popconcerten, bioscoop, bibliotheek is het 1,5 x zoveel.
- Voor musea en klassieke muziek is het 4,0 x zoveel.
- Voor toneel, cabaret, dans en opera is het 5,0 x tot meer dan 10 x zoveel.

Naarmate er op kunstvormen (meer) CJP-kortingen zijn gaan CJP-leden (nog) vaker dan zij gemiddeld al vaker gaan dan andere jongeren. Naar kunstvormen waarop in 1991 geen

CJP-korting was (bioscopen, popconcerten) gaan CJP-jongeren circa 1,5 x vaker.

Aangezien ook andere factoren dan CJP-bezit de cultuurdeelname van jongeren beïnvloeden is eveneens onderzocht wat hun invloed is. Er blijkt dat:

- de culturele belangstelling van ouders de meeste invloed uitoefent
- Veel minder van invloed zijn:
- de opleiding van de jongeren zelf
  - de opleiding van hun ouders
  - het wonen in steden
- Niet of nauwelijks van invloed zijn:
- het inkomen van de ouders
  - allochtoon of autochtoon
  - man of vrouw.

Indien rekening wordt gehouden met deze invloeden op CJP-jongeren blijkt dat jongeren met een CJP gemiddeld 2,0 x zoveel deelnemen aan cultuur als vergelijkbare jongeren zonder CJP. Voor kunstvormen met CJP-korting is dat gemiddelde aanmerkelijk hoger.

Het onderzoek 'Scheelt het CJP' is opvraagbaar bij CJP of bij de vakgroep Sociologie van de Rijksuniversiteit Utrecht.

Omdat de belangstelling voor cultuur door ouders op de volgende generatie wordt doorgegeven is het mogelijk dat het effect van CJP ook wordt doorgegeven. Aangezien CJP sinds 1961 bestaat, is een groot deel van de huidige generatie ouders met kinderen tussen 15 en 25, opgegroeid met een CJP.

#### 6 Als CJP effectief is, is het dan ook efficiënt?

Onderzoek wijst vooralsnog uit dat CJP scheelt. Maar is het CJP ook een efficiënt middel?

1. Scheelt het voldoende voor jongeren?
2. Is het een goede besteding van de subsidie-gulden.
3. Ziet de culturele organisatie iets van de korting-gulden terug?

ad 1. Jongeren gebruiken hun CJP gemiddeld 12x per jaar, daarbij besparen ze gemiddeld f 80,00. Bij een prijs van f 20,00 voor hun CJP is de netto besparing f 60,00

ad 2. Er is nog geen apart onderzoek naar gedaan, maar op basis van enkele beschikbare onderzoeksgegevens en gezond verstand zijn er al wel enige 'natte vinger-uitspraken' over te doen. Benodigd is het gegeven tot hoeveel extra culturele participatie een CJP per jaar leidt. Uit het CJP-onderzoek valt af te leiden dat het 3,6 extra bezoeken per jaar per CJP-houders is. Het RUU-onderzoek van Ganzeboom/Nagel wijst 1,7 extra bezoeken uit.

#### Gegevens CJP

	1995	1991
Ganzeboom/Nagel		
<b>a</b> Cultuurdeelname CJP-houder	12,0 x per jaar	3,4 x per jaar
<b>b</b> Cultuurdeelname zonder CJP	8,4 x per jaar	1,7 x per jaar
<b>c</b> Extra deelname door CJP-bezit (a-b)	3,6 x per jaar	1,7 x per jaar
<b>d</b> Totaal CJP-houders	155.000	100.000
<b>e</b> Totaal extra CJP-bezoeken (c*d)	564.000	170.000
<b>f</b> Subs. Min. VWS, afd. Jeugdwelzijn	f 315.000	f 295.000
<b>g</b> Subsidie per CJP-houder (f:d)	f 2,03	f 2,95
<b>h</b> Subsidie per extra CJP-bezoek (f:e)	f 0,56	f 1,74

Deze eerste resultaten duiden op een efficiënte besteding van subsidie-gelden. Het mede stimuleren van extra cultuurparticipatie van jongeren met behulp van CJP vergt slechts een subsidiebedrag van f 0,56 à f 1,74 per extra bezoek.

ad 3. Daar is eveneens nog geen apart onderzoek naar gedaan, maar op basis van de onderzoeksgegevens onder 2. en gezond verstand zijn ook daar al wel enige 'natte vinger-uitspraken' over te doen. Aangenomen is dat een cultuurbezoek een jongere gemiddeld f 15,00 zou kosten zonder korting en dat de CJP-korting gemiddeld 25% bedraagt.

#### Gegevens CJP

	1995	1991
Ganzeboom/Nagel		
RUU-AVO		
<b>a</b> Cultuurdeelname van CJP-houder	12,0 x per jaar	5,1 x per jaar
<b>b</b> Cultuurdeelname zonder CJP-bezit	8,4 x per jaar	1,7 x per jaar
<b>c</b> Aantal extra bezoeken door CJP-bezit	3,6 per jaar	1,7 x per jaar*
<b>d</b> Totaal aantal CJP-houders	155.000	100.000
<b>e</b> Totaal aantal CJP-bezoeken (a*d)	1.860.000	510.000
<b>f</b> Totaal omzet culturele organisaties door CJP-bezoeken	f 20.925.000	f 5.737.500
(e*15*, minus 25% korting)		
<b>g</b> Aantal extra bezoeken door CJP-bezit (c*d)	558.000	170.000
<b>h</b> Extra omzet culturele organisaties door CJP-bezit	f 6.277.700	f 1.912.500
(g*15, minus 25% korting)		
<b>i</b> Totaal verstrekte CJP-kortingen op bezoeken die wellicht ook zonder CJP-bezit zouden zijn gemaakt	f 4.882.500	f 1.275.000**
(b*d*15*25%)		
<b>j</b> Extra inkomsten culturele organisaties als gevolg van CJP-bezit	f 1.395.000	f 637.500
(h-i)		
<b>k</b> Extra inkomsten culturele organisaties per CJP-houder	f 9,00	f 6,37
(j:d)		
<b>l</b> Omzet culturele organisaties per CJP-houder	f 135,00	f 57,37
(f:d)		

\* Als gevolg van het meewegen van algemene invloeden die leiden tot cultuurdeelname is de extra deelname niet 3,4 (5,1 - 1,7), maar slechts 1,7.  
\*\* Het aantal bezoeken per CJP-houder dat wellicht ook zonder CJP-bezit zou zijn gemaakt is 3,4.

Deze eerste resultaten duiden eveneens op een voor culturele organisaties efficiënte aanwending van kortingen verstrekt aan CJP-houders. Niet alleen leidt het CJP-bezit tot extra bezoek en extra omzet, het leidt ook tot extra netto-inkomsten. Hetgeen in feite betekent dat door het werken

met CJP en CJP-kortingen culturele organisaties gemiddeld niet toeleggen op het werven van nieuw en jong publiek, hetgeen in marketing niet ongebruikelijk is, maar integendeel er juist inkomsten aan overhouden. Een aantal culturele organisaties is dermate overtuigd van dit CJP-effect dat zij in toenemende mate gebruik maken van de CJP Adressenservice en CJP-houders direct uitnodigen voor een bezoek.

Desalniettemin zijn er ook steeds meer culturele organisaties die de kortingen voor CJP-houders, of jongeren in het algemeen, verlagen of op het lagere niveau brengen van kortingen voor houders van Pas 65, stadspassen of abbonementhouders. In sommige gevallen zijn de CJP-kortingen ook niet meer zichtbaar voor jongeren omdat ze schuilgaan achter de onduidelijke noemer 'reductietarief'. Deze trend leidt in feite niet tot bezuinigingen maar tot direct inkomstenverlies op korte termijn en tot een verlies aan vast publiek op langere termijn.

#### 7 CJP als middel voor

##### Direct Marketing van culturele organisaties

Ook culturele organisaties tonen steeds meer belangstelling voor werwing die zich direct richt op (potentiële) individuele bezoekers, waarvan men ten minste naam en huisadres weet, maar soms ook iets van hun culturele gedrag of voorkeuren.

##### CJP bereikt jongeren thuis

In feite is CJP sinds haar begin in 1961 een van de meest beproefde hulpmiddelen bij dergelijke directe cultuurmarketing. Immers een CJP is voor jongeren hun persoonlijke pas die ze zelf hebben aangeschaft en hun eigen naam en pasfoto draagt. CJP beschikt over een zeer geavanceerd bestand met de gegevens van de huidige 155.000 CJP-houders en de gegevens van 190.000 recente ex-CJP-houders. Bovendien is CJP in staat om culturele informatie intensief te communiceren aan jongeren met een CJP via de CJP-media. CJP Magazine bevat 6x per jaar ruimte voor culturele redactie, voor advertenties en voor het

meezenden van materiaal van culturele organisaties. CJP Kortingsgids bevat alle gegevens van culturele organisaties die CJP-kortingen verspreken en vormt daarmee een culturele gids van Nederland. CJP Ladder in de Volkskrant bevat 52x per jaar culturele redactie en de CJP Adressenservice is vrijwel gratis doorlopend beschikbaar voor culturele organisaties. Het nieuwe CJP Café op Internet stelt culturele organisaties in staat zeer actuele informatie aan CJP-houders aan te bieden en hen om hun mening te vragen.

Waarom kan culturele direct marketing bij jongeren effectief zijn?

- De meeste jongeren zijn in hun vrije tijd meestal thuis. Daar besteden ze meer tijd dan in disco's, in het openbaar vervoer, met sport of op straat.
- Jongeren ontvangen (nog) graag persoonlijke post. Ze krijgen die nog niet zo vaak en ze hebben 'nog niet alles al gezien'. Voor veel CJP-houders is CJP Magazine hun eerste tijdschriftabonnement. Bovendien associëren ze post nog niet met rekeningen en afschriften.
- Jongeren hebben nog (wat meer) tijd om te lezen en om te reageren.

#### De CJP Adressenservice

CJP beschikt over de passieve toestemming van vrijwel alle leden om hun adresgegevens ter beschikking te stellen voor het ontvangen van culturele aanbiedingen. De database bevat gegevens over namen, adressen, postcodes, telefoonnummers, geslacht, leeftijden, aantal jaren CJP-bezit en wijze van aanschaf en betaling van het CJP. Daarnaast zijn van reeds 40% van de CJP-houders hun culturele voorkeuren bekend. Op basis van al deze gegevens kunnen zeer precieze selecties worden samengesteld. Voorbeeld van gebruik van de Adressenservice: werving van CJP-houders voor een dansvoorstelling s'avonds in de Meervaart. Er is een budget voor 500 brieven. Twee wijzen van selectie worden geprobeerd.

1. Een eenvoudige selectie van alle CJP-houders die in postcodegebieden wonen in een straal van 1 km rondom

de Meervaart. Uitkomst: 556 CJP-houders. Of deze CJP-houders interesse hebben in dans is niet bekend. 2. Een slimme selectie van CJP-houders die voldoen aan criteria die een gang naar de Meervaart waarschijnlijk maken:

- meisjes vanaf 16 (*meisjes hebben meer belangstelling voor dans*)
- wonend in geheel Amsterdam-West (*liefhebbers zijn bereid langer dan 1 km te reizen*)
- ten minste 1 jaar een CJP en zelf betaald (*dat zijn CJP-houders die hun pas intensiever gebruiken*)

Uitkomst: 1392 CJP-houdsters. Door de selectiecriteria aan te scherpen (bijvoorbeeld: dichter bij de Meervaart, ouder) is de selectie te beperken tot 500.

De respons op de mailing kan worden verhoogd door het aanbod te doen dat een vriendin of vriend ook voor het CJP-tarief toegang krijgt (*weinig en ook jongeren niet gaan graag alleen naar voorstellingen, zeker niet s'avonds in de Meervaart; de kans dat een goede vriend of vriendin geen CJP heeft is aanzienlijk*).

Een respons van 2,5% tot 20% op mailings op CJP-houders is de ervaring van culturele organisaties die er gebruik van maken. Dat is hoog en de meesten zijn dan ook tevreden. Het CJP-bestand maakt CJP-houders adresseerbaar en is o.a. in staat hun verhuisbewegingen te volgen. Dit maakt CJP extra geschikt om te gebruiken als 'follow-up-instrument' voor deelnemers aan projecten voor kunsteducatie en cultuurparticipatie, want er wordt een professioneel bestand van deelnemers opgebouwd. De deelnemers kunnen zo opnieuw benaderd worden voor een tweede project of voor evaluatie of voor nader onderzoek naar hun 'culturele loopbaan'.

#### 8 Waarom is cultuur eigenlijk belangrijk voor jongeren?

Na de presentatie van al deze doelstellingen, motto's, middelen en technieken voor cultuurparticipatie is het tijd om het belang ervan te benadrukken. Zonder het met filosofische of cultuursociologische theorieën en onderzoek te kunnen bewijzen denk ik dat kunst en cultuur als vrije tijdsbeste-

ding:

- jongeren kan laten genieten van het leven
- emoties als ontroering, vertederend en humor kan oproepen
- jongeren in staat stelt ongedwongen nieuwe dingen te ontdekken
- jongeren aanmoedigt (het werk van) anderen te bewonderen, te waarderen of ten minste te tolereren
- jongeren de waarde van immateriële prestaties toont
- jongeren stimuleert eigen keuzes te maken en daarmee eigen voorkeuren te ontwikkelen
- jongeren in staat stelt eigen, onvermoede talenten te ontwikkelen en aldus de kunst te vernieuwen met de talenten en waarden van een nieuwe generatie
- die jongeren aanspreekt bijdraagt tot het behoud en de vernieuwing van culturele organisaties
- bijdraagt tot de overdracht van de maatschappelijke waarden die overheden, het publiek of de kunstenaars zelf in hun kunst hebben gelegd.

De meeste van deze meningen gelden natuurlijk ook voor ouderen, maar hun gedrag en hun voorkeuren ten aanzien van kunst en cultuur zijn al veel moeilijker te beïnvloeden, want 'jong verleid blijft oud gedaan'. Een aantal van bovenstaande voordelen geldt natuurlijk ook voor andere activiteiten in vrije tijd, zoals sport en het maken van vrienden.

#### 9 CJP in de nabije toekomst

Om meer voor meer jongeren en meer culturele organisaties een verschil te kunnen maken ontwikkelt CJP een aantal projecten voor de nabije toekomst.

##### Combinatie van CJP

##### Adressenservice met CJP Magazine

Deeloplagen van CJP Magazine dienen als drager van direct mail van culturele organisaties, die daarmee porti besparen en kunnen profiteren van de populariteit van het magazine.

##### CJP als chipcard

Uitgevoerd met een intelligente chip kan een CJP (na verloop van tijd) de volgende voordelen opleveren:

- accepterende culturele organisaties zijn in staat het gebruik van een CJP gemakkelijk te tellen en te registreren. Zo leren ze de voorkeuren van jongeren kennen en kunnen ze het aantal jonge bezoekers makkelijk tellen.
- organisaties kunnen CJP-houders bonuspunten voor extra bezoeken aanbieden of voor andere culturele voordelen die elders kunnen worden gebruikt. De punten worden bijgeschreven op de chip.
- organisaties kunnen CJP-houders belonen met tijdelijke elektronische voordeelbonnen die in te wisselen zijn bij partner-organisaties.
- commerciële acceptanten kunnen CJP-houders belonen met culturele bonuspunten voor theaterbonnen, bioscoopbonnen, boekenbonnen of CD-bonnen ('Cult Miles' i.p.v. Air Miles)
- CJP zou kunnen worden gecombineerd met moderne school- of collegekaarten of met elektronische portemonnees.

Het concept van een dergelijke chipkaart voor jongeren wordt momenteel op grote schaal getest door de Franse zusterorganisatie van CJP 'Carte Jeunes France'.

**CJP op Internet: <http://www.cjp.nl>**

Op 23 november tijdens het congres heeft CJP op Internet een virtueel Café geopend waarin jongeren terecht kunnen voor culturele informatie en informatie over CJP. Daarnaast kunnen ze met elkaar communiceren en hun meningen of recensies publiceren. Er is gelegenheid voor culturele organisaties om zich te presenteren op Internet.

Voor CJP heeft Internet de volgende voordelen:

- Het is een medium waarmee ook veel (nog) niet-leden kunnen worden bereikt.
- Het is veel actueler dan het Magazine of de Ladder en kan van veel meer culturele organisaties informatie bevatten.

- CJP-houders kunnen direct hun meningen en ervaringen doorgeven aan CJP en aan andere CJP-houders.
- CJP-houders kunnen direct persoonlijk met elkaar communiceren en met andere Europese jongeren in het bezit van jongerenkaarten.

Onderzoek onder CJP-houders (zomer 1995) wees uit dat al 10% ervaring had met Internet en 1% al een eigen aansluiting had. 89% zei beschikking te hebben over een computer en dat daarvan al 24% was uitgerust met een modem, één van de voorwaarden om Internet te kunnen gebruiken.

CJP verwacht dan ook dat over enkele jaren Internet voor haar net zo'n belangrijk medium zal worden als het Magazine.

**IO Scheelt het CJP?**

**Het CJP scheelt!**



foto: Michael Kooren, Utrecht

# 10 misverstanden over jongeren

PAUL SIKKEMA

hoofd afdeling Communicatie-onderzoek Inter/View.

## 1 Jongeren vinden het niet leuk om jong te zijn

Jongeren vinden hun eigen leefcultuur niet erg leuk. In werkelijkheid ligt dat natuurlijk wat genuanceerder. Er wordt heel veel onderzoek gedaan naar de vraag of jongeren tevreden zijn, of zij zich prettig voelen en dan blijkt dat het overgrote deel van de jongeren in Nederland toch over het algemeen zegt: ik heb het in Nederland best aardig en best goed. En ik kan makkelijk de dingen doen die ik zelf wil.

## 2 Jongeren hebben een hekel aan school

Het tweede misverstand. Wat je vaak hoort is dat volwassenen zeggen: jongeren vinden school eigenlijk helemaal niks. Er is echt niks aan, ze vervelen zich, ze vinden het onaardig, niet prettig. Wij hebben van de week een onderzoek gepubliceerd dat gebruikt is in het jeugddebate in de Tweede Kamer. Een debat tussen de regering en jongeren. En wat je dan merkt is dat jongeren over het algemeen heel erg positief zijn over school. Jongeren vinden het een leuke zaak om naar school te gaan vanwege de sfeer, vanwege het ontmoeten van vrienden en vriendinnen en ook vanwege het onderwijs zelf. Want dat wordt voor jongeren steeds belangrijker. Wat wij bij onderzoek zien is dat in de afgelopen jaren het belang dat jongeren aan onderwijs toekennen steeds groter is geworden. Het is namelijk ook steeds moeilijker om een baan te vinden en het is dus zaak dat je je op alle mogelijke manieren goed voorbereidt op datgene wat je later te wachten staat. Toch zijn jongeren ook best kritisch over school, want er moet ook het een en ander veranderen. Op de eerste plaats: minder tussenuren bijvoorbeeld. Betere roosters zodat je efficiënter naar school kunt gaan. Jongeren houden ervan om efficiënt bezig te zijn. Het verkleinen van de afstand tussen leraren en leerlingen is een belangrijk punt en ook een ver-

mindering van het pesten. Want heel veel jongeren hebben er op school last van dat ze door anderen worden gepest. En heel veel jongeren vinden dus dat de school daar in ieder geval iets aan zou moeten doen. Maar grosso modo zou je in ieder geval kunnen zeggen: jongeren hebben in ieder geval geen hekel aan school.

## 3 Jongeren hebben veel vrije tijd

Over naar vrije tijd, die vandaag hier centraal staat. Er wordt nog weleens gezegd: jongeren hebben volop vrije tijd. Ze hoeven alleen maar overdag naar school en daarna kunnen ze alles doen en laten wat ze zelf willen. Nou, zo beleven jongeren het zelf in ieder geval niet. Jongeren vinden over het algemeen dat ze heel weinig vrije tijd hebben. Want het zit in jongeren om continu bezig te zijn met het verkennen en bewaken van hun omgeving. En naarmate er meer prikkels op jongeren afkomen en er steeds meer is te doen en te zien, kost dat dus steeds meer tijd. Niet alleen in werkelijke tijd, maar ook geestelijk, psychisch. Je bent voortdurend bezig met alle indrukken die op je afkomen te verwerken en daar iets mee te doen. We hoorden net al in het filmpje dat meisje zeggen over televisie: er komen steeds meer kanalen en ik weet eigenlijk niet meer waar ik naar kijk. Wat je op dit moment op het gebied van televisie heel sterk merkt dat het aanbod zo versnipperd is en dat er zo weinig duidelijkheid is over wat er is, dat mensen daarop afhaken. Er is als het ware te veel informatie, te veel te zien en dat leidt er op dit moment toe dat er in Nederland ook minder televisie wordt gekeken. Dat is een kant. Aan de andere kant worden de eisen aan jongeren ook steeds strenger. Denk aan de tempobeurs, denk ook aan het feit dat er op scholen steeds meer een streng regime komt te heersen. Er zijn steeds meer scholen die langer doorgaan, die verwachten dat kinderen ook na schooltijd blijven om huiswerk te maken, etc. Er worden dus steeds meer eisen

aan jongeren gesteld en ook de eisen die jongeren aan zichzelf stellen worden steeds hoger. Ik zei net al: het naar schoolgaan, het bezig zijn met werk, je voorbereiden op werk. Dat blijft heel belangrijk en dat betekent dat jongeren proberen om zich zo goed mogelijk te kwalificeren. Ik spreek trouwens in wat algemeenheden omdat ik in dit kwartier niet op alle details in kan gaan, dus ik schets wat grote lijnen. Ja, dit zijn de zaken waar de grote meerderheid van de jongeren aan voldoet. Al met al zie je dat jongeren over zichzelf zeggen: eigenlijk zijn wij een generatie in tijdnood. Wij zitten in stress. Bijna de helft verkeert regelmatig in tijdnood en je ziet, met name in Amerika, dat onder jongeren en kinderen steeds meer agenda's in zwang komen waarin alle afspraken keurig netjes worden genoteerd. Dus een kind van tien heeft een agenda die al de komende drie weken is volgeboekt met bezoeken aan vriendjes, bezoeken aan de tandarts, allemaal dat soort zaken die in een kinderleven spelen. Het is in ieder geval zaak voor jongeren om heel erg goed te plannen. En deze tijdnood leidt er ook toe dat het voor aanbieders van informatie aan jongeren heel belangrijk is om duidelijk te maken waarom juist die informatie op dat moment voor die jongere interessant is. Of waarom ze op dat moment naar een theatervoorstelling zouden moeten gaan. Er is zo ontzettend veel en er is dus zoveel tijdsdruk dat jongeren daarin heel bewuste keuzes moeten maken.

## 4 Jongeren hebben te weinig geld

Een ander misverstand. Je hoort ook erg vaak opmerken dat jongeren veel te weinig geld hebben. Dat is maar hoe je het bekijkt want als wij even kijken naar kinderen in de leeftijd van 6 t/m 11 jaar, daar gaat zo'n 270 miljoen gulden om op dit moment. In de leeftijdsgroep 12 tot 19 jaar is dat 5 miljard en in de leeftijdsgroep 20 t/m 24 jaar is dat 20 miljard. Dat zijn hele grote bedragen, die verande-



ren eigenlijk maar heel weinig. Jongeren zijn er een klein beetje op achteruitgegaan in de afgelopen jaren. Kinderen zijn er zelfs wat op vooruitgegaan. En als je kijkt naar het vrij besteedbare inkomen van kinderen en jongeren dan overtreft dat in een niet gering aantal gevallen het vrij besteedbare inkomen van hun ouders. Want ouders moeten vaste lasten betalen, die moeten geld uitgeven aan hun kinderen en die kinderen zelf kunnen het geld dat ze verdienen met hun bijbaantjes op allerlei aardige manieren uitgeven. En wat je dan ook ziet is dat het merendeel van de jongeren, echt een heel groot percentage, tevreden is over het geld dat ze iedere week binnen krijgen.

### **5 Jongeren hebben meer Interesse voor klassieke muziek**

Een aantal jaren geleden was het zo dat allerlei volwassenen triomfantelijk zeiden: kijk eens aan, nu gaat het met jongeren echt goed want de interesse voor klassieke muziek stijgt sterk en de Free Record Shop ging er bijvoorbeeld toe over om in zijn winkels een hoop klassieke muziek te verkopen en iedereen dacht: ja, nu gaat het toch echt gebeuren. Jongeren gaan aan de serieuze kunst en worden verstandig. Maar helaas, helaas. In de afgelopen jaren zien wij juist, als je naar cijfers kijkt, dat de interesse van jongeren voor klassieke muziek juist is afgenomen. House is in al zijn varianten op dit moment veruit de meest populaire muziekstroming onder jongeren en ja, muziek is in zijn algemeenheid natuurlijk sowieso heel erg belangrijk voor jongeren omdat meer dan 90% van alle 15- t/m 19-jarigen dat als een van hun hoofdactiviteiten ziet. En als wij gewoon eens kijken naar bijvoorbeeld discotheekbezoek. Dan geldt dat één van de vier jongeren in die leeftijdsgroep 15-19 ten minste één keer per week naar een discotheek gaat, 34% gaat jaarlijks weleens naar een concert waarvan een klein percentage overigens maar frequent en dat steekt toch op zich heel wat gunstiger af bij de percentages die gelden voor museumbezoek of theaterbezoek.

Kortom, heel jammer, maar klassieke muziek is in ieder geval iets wat niet

erg populair is onder jongeren en het denk ik ook nooit zal worden.

### **6 Jongeren zijn net hun ouders**

Jongeren zijn net hun ouders. Dit is ook weer een mythe die voornamelijk door ouders in stand wordt gehouden. Een aantal jaren geleden werd ontdekt dat de generatiekloof opeens verdwenen was. Er zijn heel veel wetenschappers die zeggen dat er nooit een generatiekloof heeft bestaan, maar dat dat een mythe is die ooit in het leven is geroepen door sociale wetenschappers en mensen uit het sociaal en cultureel werk om veel geld naar de jongerenleefwereld te krijgen om hulp te verlenen, etc. Goed, daar wil ik nu niet verder op ingaan. Maar het is in ieder geval wel zo dat heel veel ouders het leuk vonden om samen met hun kinderen bijvoorbeeld naar het concert van de Rolling Stones te gaan. En wat je dan hoorde was dat iedereen zei van: hé, wat aardig. Ik kan met mijn dochter naar de Rolling Stones. Wij zijn eigenlijk één geheel. Het maakt niet meer uit of je iets maakt voor ouderen of voor jongeren. Dat is allemaal één pot nat. Nou niets is natuurlijk minder waar. Wat wij in de afgelopen jaren ook in onderzoek ook heel duidelijk gezien hebben is dat kinderen juist als reactie hierop heel sterk aan de gang zijn gegaan met het verwijderen van die kloof met hun ouders. Dat doen zij dan niet door allerlei conflicten te creëren en conflicten uit te vechten, maar door in hun culturele taal te laten zien dat ze heel anders zijn. House is wellicht zo ontzettend populair omdat ouders op geen enkele manier mee kunnen in de taal van de house en dat is een hele goede gelegenheid om duidelijk te laten zien tot wat voor generatie je behoort en waar je voor staat. Nou, de Stones zijn ook niet de meest populaire band onder jongeren, dat spreekt ook voor zich. Onder jongeren is op dit moment in ieder geval 2 Unlimited de meest favoriete groep als je het over een wat langere periode bekijkt.

### **7 Jongeren lezen niet**

Een ander misverstand heeft direct te maken met nieuwe media en met de opkomst van allerlei nieuwe vormen van media. Jongeren zouden niet

meer lezen. Wij zouden in een situatie terecht gaan komen waarin straks niemand meer leest. Alle media komen tot je via computers. Je print gewoon delen van je eigen krant uit, je leest van beeldschermen wat er gebeurt, etc. Ook dat is niet waar. En het is zeker zo dat wordt aangenomen dat printmedia en leesmedia in ieder geval blijven bestaan. Een paar voorbeelden: 63% van alle jongeren, 2 op de 3, leest in ieder geval één keer per week een tijdschrift en dan niet Webber of BLVD of Strictly of dat soort bladen maar gewoon bijvoorbeeld de Donald Duck. De Donald Duck komt bij de 12- t/m 19-jarigen in ieder geval in 42% van de huishoudens iedere week terecht, dus dat is een enorme hoeveelheid en een blad als Pauze wordt iedere maand door één op de drie jongeren gelezen. 47% van de jongeren leest nog steeds boeken. Het is wel zo dat er een enorme dip zit in het boekenlezen; als je kijkt naar kinderen en je kijkt naar ouderen, dan zit er heel duidelijk in de leeftijdsgroep 12 tot 19 een dip naar beneden maar die herstelt zich tot dusver, dus iedere keer weer. Kranten lezen: twee op de drie jongeren leest kranten en één op de vijf jongeren schrijft zelf of dicht zelf. Dat is dus best een behoorlijk percentage jongeren die in ieder geval bezig zijn met taal en aan elkaar ook wel brieven schrijven of gedichten maken, etc. Wij hebben in de afgelopen jaren heel veel onderzoek gedaan over bijvoorbeeld het gebruik dat jongeren van tijdschriften maken. Je merkt dan eigenlijk dat jongeren tijdschriften ook wel heel prettig vinden want je kunt zelf bepalen wanneer je ze leest, hoe snel je ze leest. Het is veel rustiger dan televisie. Ik moet wel zeggen dat wij ook iedere keer jongeren tegenkomen die zeggen van: ja, het is toch wel heel vervelend dat lezen want je krijgt er moeie ogen van en je moet iedere keer de pagina's omslaan.

### **8 Jongeren kijken het liefst naar de VPRO**

Nou, dat is ook absoluut niet waar. Hoe jammer het ook is - het hangt ervan af hoe u er tegenaan kijkt - maar RTL is al sinds een aantal jaren veruit de meest favoriete omroep van

jongeren en ook de verandering die Veronica heeft doorgemaakt heeft dat op zich niet veranderd. Jongeren houden vooral van soaps, van dating programma's, van muziek -daar zit een revival in op televisie-, van sport en van reality tv. Het programma 06-11 is een van de meest favoriete programma's onder jongeren, simpelweg omdat het voldoet aan een aantal eisen die jongeren aan tv-programma's stellen, bijvoorbeeld het levert heel veel sensaties, het levert ideetjes, weetjes, dingetjes waar je de dag erna op het schoolplein over kunt praten en in die zin is het eigenlijk een onmisbaar element van de leefwereld van jongeren. Je moet er als het ware naar kijken om iedere keer voldoende informatie ter beschikking te hebben. Populaire presentatoren zijn niet Paul de Leeuw, wel Robert ten Brink en Rolf Wouters en populaire programma's zijn natuurlijk Goede tijden, Slechte tijden nog steeds. All you need is love, de Tandborstelschouw, Samsam en Baywatch. Dat zijn degenen waarvoor u het allemaal doet.

### 9 Alle jongeren gebruiken drugs

Misverstand nummer 9 - met name populair in gemeenten als Kampen en omstreken: alle jongeren gebruiken pillen en soft drugs. Ook dat is niet waar. Eén op de zes jongeren slechts gebruikt soft drugs en over het algemeen vrij infrequent en 1 tot 2% van de jongeren, dat is dus echt heel weinig, gebruikt weleens pillen. En ongeveer de helft van de jongeren is ook botweg tegen de legalisering van soft drugs en wat heel belangrijk is onder jongeren, dat zagen wij ook van de week in het Jeugddebate, het aspect criminaliteit leeft heel erg onder jongeren. Die vinden ook dat er veel meer gedaan moet worden aan het aanpakken van de criminaliteit rond hard drugs. Deporteren van drugverslaafden bijvoorbeeld is voor jongeren een heel acceptabele maatregel. De doodstraf invoeren voor dealers is ook heel acceptabel. Jongeren vinden gewoon: we moeten niet te moeilijk doen. We moeten gewoon zorgen dat het probleem wordt opgelost en daar mag ook best hard op worden ingegrepen. Dit zegt ook iets over de mate waarin jonge-

ren zelf experimenteel zijn. Je merkt in de afgelopen jaren ook dat jongeren misschien wat minder experimenteel zijn dan voorheen. Ze willen weliswaar allerlei dingen meemaken, maar toch zijn er ook heel duidelijk grenzen. Als je bijvoorbeeld kijkt naar het vlak relaties, als je bladen leest denk je over het algemeen dat jongeren zo op hun tiende ongeveer voor het eerst met iemand naar bed gaan. In werkelijkheid ligt die leeftijd op 17 jaar en jongeren hebben er bijvoorbeeld ook heel veel moeite mee om een aantal relaties naast elkaar te hebben.

Ze zijn daarin dus heel keurig en heel trouw en ja, dat past heel duidelijk bij deze generatie. Bijvoorbeeld reizen: er wordt heel vaak gedacht dat jongeren het leuk zouden vinden om naar verre landen te gaan. Als je kijkt naar het feitelijke reisgedrag van jongeren en dat heeft niet alleen met geld te maken maar ook met de behoeften die jongeren hebben, dan gaat het grootste deel van de jongeren toch gewoon ieder jaar naar Frankrijk of naar Duitsland of naar Engeland of iets dergelijks. Er is maar een heel klein aantal jongeren dat ver weg gaat. En als je aan jongeren vraagt: wil je nog eens een droomreis maken?, dan zijn er heel veel jongeren die zeggen: ja, dat wil ik weleens doen en dan wil ik bijvoorbeeld twee weken naar Spanje om daar lekker aan het strand te liggen of - als het dan heel erg apart is - dan zouden ze weleens naar het Caribisch gebied willen of iets dergelijks, maar dat is toch duidelijk een uitzondering.

### 10 Jongeren zijn geïnteresseerd in Internet

Tenslotte: vanmiddag is hier met veel tamtam een Internet-programma gepresenteerd. De ontwikkeling van nieuwe media onder jongeren en ook onder volwassenen stelt ons in ieder geval teleur. Althans als je kijkt naar gebruikspercentages. Als je de afgelopen jaren terugkijkt dan is het zo dat iedere vijf jaar hele nieuwe geavanceerde media worden geïntroduceerd, die het iedere keer weer zullen maken. Denk aan systemen als Videotekst bijvoorbeeld. Wat we op dit moment onder jongeren zien is dat zowel het aantal spelcomputers

als het aantal gewone pc's zich min of meer stabiliseert. Maar een op de twee jongeren, dus de helft, heeft thuis de beschikking over een personal computer. En als je dan kijkt naar wat dat voor dingen zijn, dan blijken dat over het algemeen van die oude rottingen te zijn. 1-86's of 2-86's vaak zonder modem met heel erg weinig geheugencapaciteit et cetera. Het zijn apparaten waar je de modernste toepassingen eigenlijk niet eens op kunt draaien. Het zijn vaak die apparaten die hun vaders ooit cadeau hebben gekregen van de zaak in het kader van een pc-privéproject en die een aantal jaren op zolder hebben gestaan en dan op een bepaalde avond weer eens naar beneden worden gehaald met het idee: goh jongen, als we dat nou naar beneden halen dan kun je daar misschien Internet op doen. Onze visie is dat het merendeel van de pc's die op dit moment in Nederland staan en dat is echt 95%, niet geschikt is voor toepassingen zoals Internet. Dat is dus heel lastig met name voor degenen die een Internet-toepassing aanbieden. Maar wat nog veel vervelender is, is dat jongeren eigenlijk ook niet zo geïnteresseerd zijn in Internet.

Heel weinig jongeren weten ook tot mijn stomme verbazing wat Internet is. Er is ontzettend veel publiciteit op dit moment rond Internet en toch is het maar zo dat een op de vier jongeren daar eigenlijk iets over kan zeggen. De rest interesseert het niet zo. Wat je daar aan merkt is dat jongeren over het algemeen ook niet weten wat je met Internet zou moeten doen. Er zijn best veel jongeren die Internet wel eens in werking hebben gezien, dat is 1 op 5 ongeveer. Maar die jongeren zeggen niet: ik wil dat ook, ik wil daar ook iets mee gaan doen, ik wil dat in mijn huiskamer. De motivatie om een dergelijk systeem te gaan gebruiken is heel klein. En dat is ook niet zo gek omdat Internet op dit moment heel erg ongestructureerd is en omdat ook niet duidelijk wordt uitgelegd aan jongeren wat je met Internet zou moeten doen. Ik denk dat aanbieders van nieuwe media in ieder geval veel meer moeite zouden moeten doen om aan jongeren en ook aan volwassenen uit te

leggen wat de zegeningen zijn van deze nieuwe techniek. Omdat anders een dergelijk systeem ook heel sterk de kans loopt om voor eens en voor

altijd weer in de kast te verdwijnen. Tot zover de misverstanden. Ik ben ook aan mijn kwartier. Ik hoop dat Internet hier in ieder

geval een groot succes wordt. Maar ik zal iedereen toch willen waarschuwen voor een al te groot optimisme in nieuwe media.

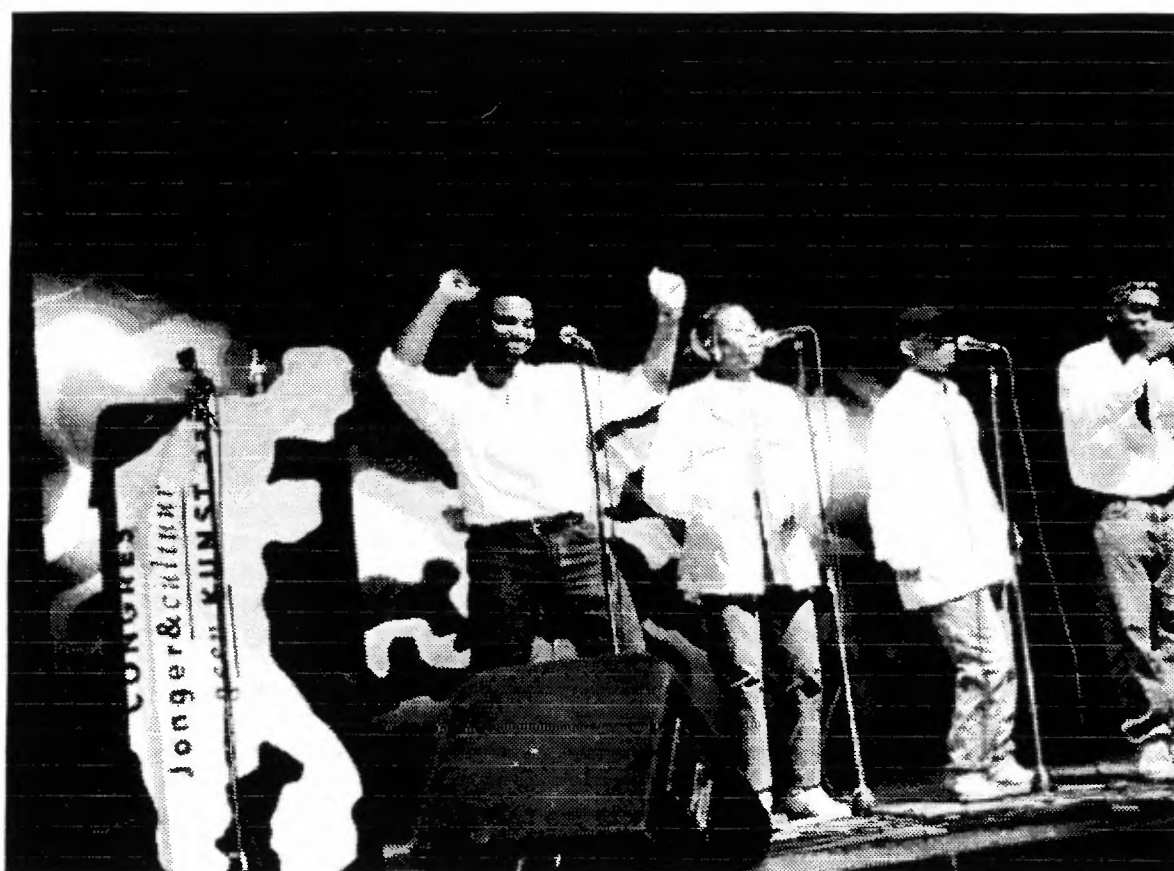


foto: Michael Kooren, Utrecht

# In het zadel helpen

ELTJE BOS

hoofd afdeling amateurkunst & kunsteducatie,  
ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen.

Ik wil hier graag reageren op wat ik vandaag gehoord heb en verder wil ik u iets vertellen over wat zoal de plannen zijn op dit moment. Voor zover die al ontwikkeld zijn. Wij zijn immers nog volop bezig met het ontwikkelen van die plannen voor de toekomst.

We hebben veel gehoord vandaag vanuit nogal wat verschillende invalshoeken. Ik heb iets gehoord over filosofie, marketing, gesubsidieerde kunsten en wat die heel erg verkeerd doen, over commercie, over de aandacht van programmeurs voor jongeren, over de belangstelling van jongeren zelf, over jongeren als producent van cultuur, meestal is het dan amateurkunst, over hoge cultuur en lage cultuur, media, kunsteducatie, werwing, draagvlak en legitimatie enzovoorts.

Dat is nogal wat, vind ik. Hoe kijk je daar nu tegen aan als rijksoverheid, hoe gaan we dit benaderen? U begrijpt dat dat niet eenvoudig is.

Overigens zou ik nog een opmerking willen maken over het onderwerp van vandaag: "de jongeren in het algemeen". Ik heb een paar jongeren thuis. Ik wil niet zeggen dat ik ze "onder mijn beheer heb", daar zijn ze alweer veel te groot voor. Ik heb hen, met een paar vrienden, ter voorbereiding van vandaag het een en ander gevraagd. Wij wonen in Amsterdam. Zij zitten op school in de Bijlmer. Zij weten mij te vertellen dat er op hun school niet zoiets bestaat als DE jongerencultuur. Er zijn vele jongerenculturen: vele culturen met vele perspectieven. Er zijn groepen jongeren met speciale preferenties voor muziek -ze hebben allemaal zo hun eigen voorkeuren-, er zijn jongeren die bubbelen, er zijn er die dat expliciet niet doen, er zijn gabbers er zijn hakers en er zijn soft-house-liefhebbers en er is nog veel meer. Verder is er nogal een verschil -en dat kun je in het onderzoek naar het effect van de

Kunstbende ook teruglezen- of je tussen de 14 en 18 jaar oud bent of tussen 19 en 21.

De rol van de rijksoverheid is, als in alle domeinen, beperkt. Staatssecretaris Nuis heeft gisteren, bij de behandeling van Pantser of ruggegraat, nog eens duidelijk gemaakt dat er tussen de formele cultuur en de jongerencultuur grote verschillen bestaan. De betekenis van jongerencultuur voor jongeren is vaak van net zo grote betekenis als de formele cultuur voor sommige categorieën volwassenen. Het heeft eenzelfde impact, een zelfde betekenis.

Dat zagen we fraai terug in de video van zoëven en het is door verschillende sprekers verwoord. Het gaat telkens als je probeert te formuleren wat kunst is en waarom dat leuk is en wat je er aan kan beleven om begrippen als 'spelen met de werkelijkheid', 'de werkelijkheid kantelen', 'commentaar leveren op de werkelijkheid', 'de werkelijkheid naar believen wijzigen', 'greep op je bestaan krijgen' et cetera et cetera.

Wat relatief nieuw is voor het beleid is een expliciete erkenning van de groep "jongeren" als groep en een nadere erkenning van de domeinen binnen de cultuur die jongeren interessant vinden. Het gaat hier vaak om domeinen die aan de kunstsector grenzen. Als je kunst heel eng interpreteert behoren ze daar niet toe. Interpreteer je kunst wat breder dan behoren die domeinen daar wel toe. Die interpretatie verbreedt zich nu. Popmuziek valt al jaren lang onder het kunstbeleid maar we zullen er aandacht aan besteden.

Ik wil hier graag ingaan op de invalshoek die de Staatssecretaris gekozen heeft in "Pantser of ruggegraat". Hoe kun je nu naar die hele complexiteit van jeugdcultuur, met alle invalshoeken die ik zojuist heb geschetst, kijken?

Om te beginnen is het verstandig om naar jongeren als individuen te kijken. De Staatssecretaris noemt dat 'in het eigen zadel helpen'. Het gaat erom de jongeren de mogelijkheid te bieden te kiezen uit de dingen die er zijn. En daar ligt een belangrijke rol voor culturele instellingen en voor het onderwijs. Gisteren in de Kamer heeft de Staatssecretaris op dit gebied toegezegd dat er een extra verhaal bij de cultuurnota worden gemaakt, "cultuureducatie in en om het primair, voortgezet en beroepsonderwijs" en de nadruk zal daarbij liggen op de cultuureducatie. Daaronder valt ook de kunsteducatie. Waarom is onderwijs nu zo interessant? In het onderwijs komen we de hele samenleving tegen en die samenleving is vooral in ons land enorm veranderd, zeker in de grote steden. De school van mijn kinderen in de Bijlmer is daar een goed voorbeeld van. De helft van de kinderen is autochtoon, van de andere helft zijn of de kinderen of de ouders niet in Nederland geboren. In het onderwijs leer je kinderen te kiezen wat er te kiezen valt, je leert ze niet alleen klakkeloos aannemen wat ze toch al tot zich kunnen nemen. Wat er tot hen komt is absoluut niet verkeerd, integendeel. Maar als je in vrijheid wilt kunnen kiezen, dan moet je wel weten waaruit je kunt kiezen. Dat is een van de taken van cultuureducatie in het onderwijs. Daarvoor zijn een breed cultureel vakkenpakket en een breed didactisch instrumentarium nodig. Zo mogelijk nog belangrijker is het culturele klimaat van de school. Sinds 1993 is er een grote verruiming in de mogelijke kunstvakken op school gecreëerd en binnenkort verandert ook de tweede fase van het voortgezet onderwijs. Het is een uitdaging om goede invullingen te vinden van de kunst- en cultuurvakken en er is een wereld te winnen met goede methoden, lesinhouden en invullingen die recht doen aan de belangstelling en aan de culturele diversiteit in met name de grote

steden, waar vele culturen samen moeten leven. De kunsteducatie kan een goede manier zijn om de mensen naar elkaar te laten kijken, genuanceerd over de verschillen te denken en niet een te gemakkelijk beeld van de werkelijkheid te vormen. Tot zover de individuele benadering die vooral loopt via het onderwijs en die zal een uitwerking krijgen in de notitie Cultuureducatie in het voortgezet onderwijs. In deze notitie zullen we ook aansluiten bij een aantal problemen in het onderwijs. Bijvoorbeeld de veiligheid op school en het pesten.

Dan het kunstbeleid vanuit Rijksoverheid. Er worden instellingen gesubsidieerd die mensen ook wel aanduiden als 'Kunst met de grote K'. Op 29 oktober jongstleden heeft de Staatssecretaris op een congres over de toekomst van de podiumkunsten gevraagd of de gezelschappen niet eens kunnen nadenken hoe ze veel meer jongeren naar de zalen kunnen trekken. Het onderwijs is daarbij een goede weg. Aan een paar grote gezelschappen is expliciet verzocht daar eens over na te denken. "Culturele

instellingen" is erg breed. Lang niet alles kan gebeuren vanuit het landelijk niveau. Op lokaal niveau heb je zalen, aanbieders, instellingen voor kunsteducaties, organisaties voor amateurkunst op landelijk niveau. Het LOKV is op dit moment bij de lokale overheden bezig met een experiment, om met de lokale overheden en culturele instellingen op lokaal niveau wegen te zoeken om 12 tot 18-jarigen te interesseren. Vanuit dezelfde instelling is al eerder een soort premiereregeling ontwikkeld om veel kinderen naar schoolvoorstellingen te krijgen en dat is een enorm succes geworden. Het is niet makkelijk een eenduidig antwoord te geven op de vraag hoe culturele instellingen jongeren moeten aanspreken. Zodra het gaat om het provinciaal en het stedelijk, gemeentelijk niveau gaat, zijn de gemeentelijke en provinciale overheden aan zet. Tegenwoordig worden ook overeenkomsten -convenanten- met de steden en met (clusters van) provincies gesloten, in het kader van de voorbereiding van de cultuurnota. Hierin zal het onderwerp onderwerp jongeren en jeugdcultuur zeker een

rol spelen. Het zal u niet ontgaan zijn dat een initiatief als de Kunstbende en activiteiten als Artisjok/Nultwintig, door ons ondersteund worden.

Een andere invalshoek is de verbreding van de domeinen waarvoor de Rijksoverheid beleid ontwikkeld. Als je zegt dat alleen datgene waar 85% subsidie voor nodig is kunst is, en de rest niet dan valt popmuziek er al uit. We vinden al lang niet meer dat dat klopt. We zoeken naar wegen om zinnig met dat soort domeinen om te gaan. Want de klassieke subsidie-instrumenten passen daar niet op. Als je over popmuziek spreekt heb je het veel meer over zalen, accommodaties. Gelukkig zijn er nu al muziekscholen die zich ontwikkelen als popscholen, ze bieden ook popmuziek aan. Popmuziek is niet te vergelijken met klassieke symfonie-orkesten of beeldende kunst, het is niet heel eenvoudig om er instrumenten voor te vinden.

We zoeken naar instrumenten met betrokkenen. We staan open voor suggesties....

## ◀ Alles draait om passend produkt en effectieve communicatie ▶

Forumleden HARRY ROGGE, JOHN LEERDAM, ERIC WEHRMEIJER  
Voorzitter REGGY BARRA

### **Maak theater dat hen aanspreekt en jongeren stromen toe**

Hij hoefde maar even aan het woord te zijn om in de werkgroep Gesubsidieerde Kunsten de show definitief te stelen: Harry Rogge, docent en theaterpromotor aan een scholengemeenschap te Veenendaal. Hoe hij met zijn collega's er in is geslaagd ieder jaar aan dik duizend leerlingen een eigen theaterprogramma voor te zetten is een succesverhaal. Twaalf vrijdagavonden per jaar vult zijn school het dan voor hen helemaal vrijgemaakte plaatselijke theater met zelf geselecteerde films en toneelvoorstellingen. Het Christelijk Lyceum Veenendaal haalde met dit verhaal twee jaar geleden al de kolommen van NRC Handelsblad. Kopieën daarvan had Harry Rogge nu bij zich; aan het eind van de sessie werden ze hem gretig uit de handen getrokken.

Rogge is aardrijkskundeleraar en was de afgelopen 12 jaar voorzitter van de culturele commissie op zijn school die 2000 leerlingen telt. Van die commissie maakte hij een soort theaterbedrijf, dat jaarlijks aan ongeveer 1000 leerlingen voor 35 gulden een abonnement verkoopt, waarvoor ze 12 voorstellingen, films, toneel en muziek, te zien krijgen.

"Voor toneel moet je ze zien te winnen", vertelde Rogge over de opzet. "Wel willen ze allemaal graag films zien, dus combineren we film en theater in een abonnement. Gelukkig beschikt het nieuwgebouwde theater De Lampegiet bij ons ook over een goede filmzaal.

Om de veertien dagen is het gebouw op vrijdagavond gesloten voor ander publiek dan onze school.

Wij vullen het dan met een film voor de onderbouw en een theatervoorstelling voor de bovenbouw of andersom."

### **In zes jaar dertig voorstellingen**

"Aldus gaan bij ons structureel honderden kinderen naar het theater. Als ze zes jaar op school hebben gezeten hebben ze twintig à dertig voorstellingen gezien. Je kunt dan liefde voor het toneel bij hem hebben gewekt." Iedere voorstelling moet dan wel scoren: mislukkingen kan de CBBA (Commissie Begeleiding Buitenschoolse Activiteiten) zich niet veroorloven. Daarom kiest een selectiecommissie van een aantal leraren en leerlingen uit het aanbod wat voor hen geschikt is. "Je moet op safe spelen", zegt Rogge: "geen experimenten dus."

Met de opbrengst van de abonnementenverkoop, de recettes van los verkochte plaatsen (à vijf gulden) en een opgebouwde reserve heeft de CBBA een jaarbudget van 50.000 gulden. Daarmee is de zaak behoorlijk te financieren - geen superproducties, maar bijvoorbeeld Bert Visscher en groepen als De Nieuwe Snaar of het Groot Niet Te Vermijden, "die lopen bij ons gesmeerd", zegt Rogge. Enkele sponsors spelen hierbij ook een belangrijke rol.

In Zeist heeft hij op verzoek van een school aldaar een soortgelijk systeem helpen opzetten. Daar zijn ze na twee jaar een eigen theaterzaal in de school gaan bouwen!

### **Kerncondities voor theateraal succes**

De communicatie moet goed functioneren en het programma-aanbod moet jongeren aanspreken; dat erkende de hele werkgroep - vijf man achter de tafel en de deelnemers in de zaal - als kerncondities voor theateraal succes bij de jeugd.

Matthijs Bongertman, directeur van Jacques Senf Impresariaat, citeerde hoe marketingspecialist Maurice de Hond zich had verbaasd over de amateuristische communicatie in de theaterwereld. Zelf signaleerde

Bongertman dat de theatercommunicatie vrijwel altijd is afgestemd op een elitaire club bezoekers, waaronder zich nooit jongeren bevinden. Zelf doet hij het beter. "Vorig jaar hebben wij, samen met CJP, voor het Dagboek van Anne Frank een direct-mailcampagne gevoerd. Ze stonden meteen in drommen voor de deur. Maar de gesubsidieerde gezelschappen kiezen helemaal niet voor het publiek want ze krijgen hun geld toch wel. Als je maar kiest voor het publiek, dan ben je al een Melkweg verder."

### **"Als Rotterdam Bosnië was, wat doet Antigone dan?"**

John Leerdam, regisseur van films en theatervoorstellingen, viel hem bij. "Als regisseur wil je volle zalen. Dus als ik een voorstelling voor jongeren maak, ga ik eerst met hen brainstormen. Ik ga nu Antigone maken - tja, wat zegt hun dat nou? Dus ik verweef er Bosnië in en laat het in Rotterdam spelen: als Rotterdam Bosnië was, wat kon je dan doen als je een Antigone had?"

Eric Wehrmeijer, directeur van de Twentse Schouwburg, het Muziekcentrum en de Grote Kerk in Enschede, trekt jaarlijks 1400 jongeren van 12 tot 19 jaar ("dat is één procent van de bevolking van Enschede") met een jongeren-kunstendag. Toen het Orkest van het Oosten hun zondagse familieconcerten - altijd braaf 200 man in de zaal - met wat meer op jeugd gericht repertoire en een vlotte toelichting opfriste, stroomden er direct meer dan 1000 bezoekers, waaronder vele jeugdigen, de zaal in. Bongertman wierp nog een ander marketing-instrument in de strijd. "Wij hebben voor Anne Frank uitgebreide auditieronden gedaan", vertelde hij. "Dat praat zich door en zo weten ze overal dat Anne Frank er aan komt."

"Het gaat om het produkt", droeg iemand uit de zaal aan. "Bij marketing draait het om de vier p's: prijs, plaats, promotie en produkt. Die eerste drie heb je redelijk zelf in de hand, maar je moet meestal maar afwachten hoe het produkt, de voorstelling uitvalt. Anne Frank is gemaakt als een produktie voor jongeren. Net als de Romeo en Julia van Dirk Tanghe: glad, modern decor, discodreunen, Armani-pakken - groot succes."

**Mondreclame nodig: "jongeren lezen geen recensies"**

"Ze moeten het aan elkaar doorvertellen: 'word of mouth' is heel belangrijk", zei John Leerdam: "jongeren lezen geen recensies. Opeens zit het vol. Waar ligt dat aan? Ze vertellen

het aan elkaar door." "Maar", aldus een stem uit de zaal, "als zo'n produktie dan in een andere plaats komt heb je daar niets meer aan. Dan kun je beter met eigen lokale produktiekernen gaan werken."

Harry Rogge: "Jongeren zitten niet op toneel te wachten. Wat zijn hun keuzen? Die kunnen wij niet alleen bepalen. Wij laten leerlingen gezamenlijk de verantwoordelijkheid dragen: er zitten in onze selectiecommissie vijftien leerlingen."

Waarom overigens, zo vroeg hij zich af, wordt subsidiegeld niet gebruikt om speciale jongerenproducties te maken? Er is vraag genoeg, durft hij met zijn ervaringen te zeggen, maar er wordt structureel niets in die richting aangepakt.

**De 150 theaters in Nederland moeten gemobiliseerd**

De voorzitter van de discussie, theaterdirecteur in Spijkenisse, stak daarbij de hand in eigen boezem: "we hebben 150 theaters in Nederland - die zouden in hun beleid iets kunnen doen."

Rogge: "Alles gebeurt op dit gebied veel te fragmentarisch. Er zou landelijk veel meer kunnen worden gedaan."

John Leerdam kreeg het laatste woord: "Ik zag veel kleur van verschillende etnische herkomst vandaag. Ik zie dat nooit bij de gesubsidieerde gezelschappen.

Maar zij en ook de theaters hebben toch ook daar een taak", stelde hij vast.

## ◀ Soundmixshow kneedt jeugd tot cultuurliefhebbers ▶

Forumleden **EDDY HABBEMA, GEERT OVERDAM, OSKAR SMIT**  
Voorzitter **PIETER ERKELENS**

De commercie was het onderwerp, maar de gesubsidieerde kunsten gingen veelvuldig over de tong. En kregen het verwijt toegeworpen zich hautain van het publiek af te wenden. "Op die manier komt er van het aantrekken van jongeren weinig terecht", vond musicalregisseur Eddy Habbema. Het verschijnsel subsidie lijkt onlosmakelijk verbonden met het zich afkeren van het publiek, stelde hij. "Natuurlijk vind je dan de hond in de pot. Dan moet je ook niet klagen."

### Lastige jongeren

De stelling die de discussiezaal werd ingeslingerd luidde: Vrije producenten zijn door hun scherp oog voor de wensen van het publiek bij uitstek geschikt om nieuwe vormen van educatie te bedenken die de jeugd nader tot de kunst brengt.

De stelling gaf voedsel aan een gedreven discussie, met hechte betrokkenheid vanuit de zaal, waarbij Habbema de aandacht naar zich trok. Dat kwam door zijn bevoegdheid en omdat hij als musicalregisseur een kunstuiting vertegenwoordigt die het de laatste jaren goed gelukt is Nederlandse jongeren enthousiast te maken.

Habbema is ervan overtuigd dat de vrije producenten er veel beter in slagen om liefde voor cultuur te wekken dan de gesubsidieerde kunstenaars. Hij haast zich te zeggen dat de vrije producent niet nobeler of didactischer is dan de gesubsidieerde collega, maar uit pure noodzaak de looper voor het publiek uitrolt.

Ook voor de jeugd. "Het gaat om zijn overleven. Hij moet jongeren trekken om op de langere termijn overeind te blijven. De vrije producent zal dus absoluut knokken voor jeugd. De gesubsidieerde 'art directors' interesseert dat allemaal niet. Die letten alleen op hun produkt. Jongeren in de zaal? Dat vinden ze alleen maar lastig."

De overige forumleden - Pieter

Erkelens, directeur van de Meervaart, Geert Overdam van het Nederlands Instituut voor Kunsteducatie LOKV en platenlabelmanager van 'Rough Trade' Oskar Smit, die de verhinderde Golden Earring drummer Cesar Zuiderwijk verving - boden nauwelijks weerwoord op Habbema's sneer aan het adres van de 'officiële kunsten'. Wellicht sproot deze harmonieuze stemming voort uit de tijdgeest in de kunst, door een van de deelnemers in de zaal omschreven als: "Commercie is niet vies meer." Het forum knikte instemmend op dit motto.

Daarop formuleerde forumvoorzitter Piet Erkelens een tegenhanger voor de oorspronkelijke stelling: "omdat de vrije producenten zich direct moeten inlaten met hun publieksbereik, leidt dit altijd tot middelmatige, flinterdunne concepten!"

Dat dit een reëel gevaar was constateerde men.

### Publieksstrategieën

Geert Overdam vatte zijn welwillende houding tegenover de commercieel opererende kunsten als volgt samen: "De gesubsidieerden weten de weg naar het publiek niet te vinden omdat hun methode daarvoor achterhaald en ouderwets is. Ze hebben geen nieuwe publieksstrategieën. De vrije producenten doen dat veel beter."

Hij noemde het voorbeeld van muziekscholen, die wel een uitstekend produkt bieden, maar geen notie hebben van hoe je jongeren aantrekt. Van de vrije producenten valt dus iets te leren, concludeerde Overdam, voor wie marketing het halve werk schijnt bij het dichten van de kloof tussen jongeren en kunst.

### Geef het obscure een kans

Even leek zich een ware 'commerciehype' van het gezelschap meester te maken. Forumvoorzitter Erkelens vroeg zich af of ook de vrije producenten zich iets zouden moeten aan-

trekken van de educatie voor jongeren. Zouden er meer werkplaatsen voor jong talent moeten komen.

Habbema: "Met dat soort ideeën zijn we bezig."

Als staatssecretaris Nuis zo graag 10% jongeren wil bereiken, is het dan niet verstandig direct 10% subsidiegelden daarvoor vrij te maken.

Vervolgens kan iedereen bewijzen dat ze die doelstelling ook waarmaken.

Sanctioneer zonodig maar!

Overdam wilde in de 'commerciehype' niet zo ver gaan. Ook een ambtenaar van OCW in de zaal voelde zich geroepen tot een tegenreactie: "Vrije producenten durven helemaal niet zoveel risico's te nemen en zitten in de conservatieve hoek", stelde zij. "Ik zie een veel belangrijker rol voor de theaters. Die staan open voor vernieuwing en trouwens ook voor de vrije producties."

Dit pleidooi voor een sturende rol van theaters sloot aan bij de opvatting van Oskar Smit, die als vertegenwoordiger van de muziek over belangstelling van jongeren helemaal niks te klagen heeft. Smit ziet in de muziekcultuur een cruciale aanzwengelende rol weggelegd voor zalen en clubs. "Elk beginnend bandje is van de zalen afhankelijk. De zalen en clubs zouden ook muzieksoorten moeten programmeren die niet 'in' zijn. Als ze de randgebieden en het obscure een kans geven zou ik dat een uitstekende educatieve stap vinden", zei hij.

Dit pleidooi voor een sturende rol van theaters sloot aan bij de opvatting van Oskar Smit, die als vertegenwoordiger van de muziek over belangstelling van jongeren helemaal niks te klagen heeft. Smit ziet in de muziekcultuur een cruciale aanzwengelende rol weggelegd voor zalen en clubs. "Elk beginnend bandje is van de zalen afhankelijk. De zalen en clubs zouden ook muzieksoorten moeten programmeren die niet 'in' zijn. Als ze de randgebieden en het obscure een kans geven zou ik dat een uitstekende educatieve stap vinden", zei hij.

### 'Echtparentoneel'

De vrije producenten werden om hun publieksgerichtheid en marketingkunst verbaal in de watten gelegd. Maar wat hebben ze inhoudelijk te bieden aan jongeren? De programmeur van het Munttheater in Weert merkte op dat hij veel vrije producties koopt, maar dat daar vooral ouder publiek op afkomt.

Opnieuw is het Habbema die met verve een lans breekt voor de vrije jongens. Hij zegt dat de gemakzucht



van "het echtparentoneel" onder de vrije producenten langzamerhand passé is, omdat het publiek dit soort conservatisme niet meer pikt. Er is een nieuwe markt aan het ontstaan, met nieuwe produkten. Hij doelt op de musical. Habbema: "Dankzij Cyrano zitten er ineens weer mensen in het theater die je daar jaren niet meer had gezien, ook jongeren." Maar ook televisieprogramma's als de Soundmixshow vindt hij een stap in de goede richting.

Opvallend genoeg krijgt die laatste opmerking bijval van veel theaterkenners in de zaal. De Soundmixshow wordt erkend als een vorm van

theater die bij jongeren leeft, waar het enthousiasme en de betrokkenheid als vanzelf zijn gegroeid. Andere voorbeelden gaan over tafel: de jeugdtheaterschool van Zuid-Holland, die de musical 'Oliver' gaat brengen, het televisieprogramma 'A Star is Born'.

#### **Goede tijden Slechte tijden**

De boodschap van Habbema is dat de kunstpausen deze cultuurvormen eindelijk moeten gaan erkennen. Hij constateert dat op dit moment de angst voor vervlakking zo groot is dat het kind met het badwater wordt weggegooid en alle massacultuur taboe is verklaard. Hij bepleit aanvaarding van het feit dat jongeren nu eenmaal voor

dit soort cultuurvormen vallen. Habbema: "Natuurlijk is er het gevaar dat alles vervlakt, dat er een theater ontstaat dat net zo emotioneel is als het gros van het televisie-aanbod. Maar jongeren kijken nu eenmaal graag naar Goede Tijden Slechte Tijden. Musical is onderdeel van jeugdcultuur geworden. Accepteer dat! En zorg ervoor dat je die produkten zo goed mogelijk maakt."

Opnieuw was er nauwelijks weerwoord op Habbema's boutade, wat misschien meteen het gelijk bewees van zijn volgende stelling: 'Langzaam begint iedereen te leren luisteren naar de markt.'



foto: Michael Kooren, Utrecht

## ◁ Is cultuur op televisie voor jongeren mogelijk? ▷

Forumleden **HARRY DE WINTER, HANS VAN BEERS, HANS KLAP**  
Voorzitter **CHAZIA MOURALI**

"Alle bestaande benaderingen moeten worden opengeboren, zienswijzen radicaal gekanteld en kloven gedicht: ga er maar aanstaan."

Chazia Mourali, AT5 presentatrice en moderator van de werkgroep Media, had niet gedacht dat het op een dag over jongeren en cultuur zo zwaarwichtig zou worden. Een uur is bepaald te kort om alles wat aangezwengeld is te bediscussiëren. De stelling dan maar: 'is cultuur op tv voor jongeren mogelijk?'

VPRO-voorzitter Hans van Beers (ooit mede-oprichter van Pinkpop en dus deskundige waar het gaat om jeugd en cultuur), Hans Klap (naast heel veel meer directeur van Cinekid) en Harry de Winter (discjockey benevens baas van het onafhankelijk televisieproductiebedrijf IDtv) mogen voor een gehoor van zo'n dertig congressangere hun licht over de kwestie laten schijnen.

### "Alles wat 13- tot 19-jarigen niet leuk vinden"

"Een retorische vraag", meent Hans Klap. "Televisie is immers cultuur, maar afgezien daarvan: wij doen het in Nederland helemaal niet slecht als het gaat om jeugdtelevisie, jeugdliteratuur, jeugdtheater en steeds meer ook jeugdfilm. Dat mag wel eens gezegd worden.

"Ik heb wel een paar kanttekeningen: er is steeds meer televisie en steeds meer rotzooi. Dat is niet erg. Er komt ook ruimte voor doelgroep- en thematelevisie. De overheid neemt echter teveel afstand van het medium. Daardoor ontstaat het risico dat kunst- en cultuurprogramma's steeds vaker alleen via dure betaaltelevisie te zien zullen zijn."

Hans van Beers vreest een saai verhaal te hebben over iets dat spannend en sprankelend zou moeten zijn. "De verhouding tussen kunst en televisie is moeizaam", stelt hij. "De kunsten ontwikkelden zich autonoom en over vele eeuwen. De televisie is een

massamedium, afhankelijk van andere maatschappelijke ontwikkelingen en in Nederland pas zo'n veertig jaar jong. De relatie kunst, televisie en jongeren is nog lastiger, want kunst is zo ongeveer alles wat dertien- tot negentienjarigen niet leuk vinden." Van Beers is overigens ook geen voorstander van nadrukkelijke verbreiding van de kunst onder jongeren. "MTV-achtige vertalingen van kunst voor jongeren." kunnen wat hem betreft dan ook beter achterwege blijven. "Er zijn wel meer dingen waar niet iedereen voor warm loopt."

### Een gifgroene Trabant

Harry de Winter ziet een heel ander probleem als het gaat om jongerenprogramma's over kunst en cultuur. "Uit kijkonderzoek blijkt dat jongeren zich helemaal niet als aparte doelgroep manifesteren. In de Top-tien van meest bekeken programma's staan bijvoorbeeld 'All You Need' en het acht-uur journaal bij jongeren even hoog genoteerd als bij andere leeftijdscategorieën. De publieke omroepen hebben zich daarbij neergelegd en doen niet meer aan specifieke jongerenprogrammering, dus ook niet aan kunst voor jongeren. Over de commerciële omroepen hoeven we het in dit verband al helemaal niet te hebben, want die doen sowieso niets met kunst."

Klap en Van Beers blijken sceptisch als het gaat om specifieke jongerenprogramma's en in kunst speciaal voor jongeren geloven ze - tot hun innig verdriet - nauwelijks. De Kunstbende ziet wel mogelijkheden. Chazia Mourali toont een stukje uit een televisieprogramma van de Kunstbende waarin Dolf Jansen (van het cabaretduo Lebbis & Jansen) zich in '91 in een gifgroene Trabant liet rondrijden langs de diverse deelnemers aan de voorronden van de jongerenkunstmanifestatie Kunstbende. Het getoonde fragment overtuigt

panel en zaal van de werkgroep Media niet.

### Ballet met Bennie Joling

"De formule is niet goed", analyseert Harry de Winter. De Winter gelooft wel in jongeren-televisie en meent zelfs dat kunst voor jongeren op televisie mogelijk is. "De formule is alles. Wij hebben bijvoorbeeld dat veelbesproken programma over keuzes in de gezondheidszorg gemaakt. Daar zat een spelelement in. Je kunt dat onkies vinden, maar het ging wel steeds over dilemma's zoals die zich dagelijks in ziekenhuizen voordoen. Wij hebben op onze manier veel meer mensen over die keuzes laten nadenken dan met een soberder formule mogelijk zou zijn geweest. "Met dezelfde aandacht voor een pakkende formule hebben we een programma voor jongeren over ballet gemaakt. Wij hebben Bennie Joling (zanger van Normaal) in de Achterhoek opgezocht en achter een paar grote glazen bier gevraagd: Bennie, wat vind jij nou van ballet? Vervolgens zag je Bennie in de schouwburg bij een balletvoorstelling en daarna achter het podium in gesprek met één van die danseressen. Wij hebben dat programma 'Culture Shock' genoemd, dat was hier beslist op z'n plaats en bovendien heb je met een goede programmatitel de eerste slag al gewonnen. De aankondiging, 'Culture Shock met Bennie Joling' in de televisiegidsen is wervender dan 'Een jongerenprogramma over ballet'."

### Pierre Janssen

Een aantal mensen in de zaal vindt het een flauw trucje en De Winter beaamt dat het een variant is op het thema: 'lollige-leraar-kiest-popi-aanpak'. Desalniettemin is het een aanpak die, wanneer zij werkt en dat doet het, de moeite waard is. Kan het ook anders? Van Beers herinnert zich een programma met

Leonard Bernstein die zoveel enthousiasme overbracht dat zelfs Mahler nog spannend werd voor pubers. Een mevrouw in de zaal roemt om diezelfde reden Wynton Marsalis in een programmareeks over de jazzgeschiedenis. Een reeks die, naar haar mening, door de NPS schandalig laat (23.30 uur) werd uitgezonden.

De werkgroep media lijkt het erover eens dat in Nederland - sinds Pierre Janssen - niemand meer is opgestaan die er blijk van gaf de kunst zo prikkelend en enthousiasmerend te kunnen presenteren dat het een groot televisiepubliek (dus ook jongeren) kon aanspreken.  
Als Chazia Mourali tot besluit van

deze werkgroep-bijeenkomst peilt of er nog mensen over zijn die menen dat cultuur voor jongeren op televisie mogelijk is, dan blijkt het rotsvast vertrouwen daarin bij de overgrote meerderheid van de aanwezigen niet aan het wankelen gebracht door deze toch niet optimistisch stemmende werkgroepsessie.

## ◀ Ik begreep er vandaag soms helemaal niets van ▶

Forumleden **SERGE VAN DUIJNHOFEN, ISIS VAN DER WEL, ABDELKADER BENALI, JAN MORRIËN, MAARTEN LAMMERS**  
Voorzitter **PAUL SIKKEMA**

Om 16.01 uur richt voorzitter Paul Sikkema zich tot het publiek in Foyerzaal 1:  
"Laten we het interactief houden. Zijn er al brandende vragen?" De toehoorders zwijgen, verrast door deze overrompelende opening. "Geen brandende vragen," constateert Sikkema droog en stelt vervolgens het vijfhoekige panel voor dat gaat discussiëren over de stelling:  
"Kunsteducatoren moeten af van de gedachte dat zij aan jongeren iets moeten leren, zij moeten de straat op om van jongeren iets te leren."  
Panellid Isis van der Wel (20), in binnen- en buitenland beter bekend als DJ 100% Isis, geeft het meest directe antwoord: "Ik heb op vier verschillende middelbare scholen gezeten. Nergens werd de eigen creativiteit gestimuleerd. Ieder idee werd de kop ingedrukt. Van de andere kant geldt dat jongeren zich veel te veel laten leiden. Ze zijn niet creatief, maar passief. Creativiteit moet worden gestimuleerd." En volgens 100% Isis kan dat maar op één manier: door meer samenwerking tussen kunsteducatoren en jongeren. Ze krijgt duidelijke bijval uit het publiek, waarop panellid Jan Morriën (46), mede-eigenaar van het in jongerenreclame gespecialiseerde reclamebureau Combat reageert: "Iedereen heeft het vandaag over kunsteducatoren. Wat zijn dat toch? Ik ben gisteren met mijn dochtertje naar het museum geweest, dus dan ben ik ook kunsteducator." Gelach. Jan Morriën incasseert het.  
"We moeten niet zo overtrokken doen. Een oudere is minimaal even slecht bij kunst betrokken als een jongere. Daarom vind ik het ook ronduit belachelijk dat mijn dochtertje op de Montessorischool is doorgezaagd over de lijnen van Mondriaan. Dat is schandalig. Dat geeft blijk van opdringerigheid van kunstminnende doetjes, die kinderen zonodig iets over moderne kunst willen bijbren-

gen." Onrustig geschuif en gesnuif in de zaal.

### Turks fruit

Een buitenlandse vrouw schiet over-eind. "Wat mij hier in Nederland opvalt, is dat er nooit interactie bij een voorstelling plaats vindt. Pas ná dat het kunstje is vertoond, mag men klappen. Iedereen blijft passief. "Isis zou mijn kind kunnen zijn. Wij hebben haar nooit iets geleerd." Velen knikken instemmend en wenden dan hun hoofd naar een vrouw aan de andere kant van de zaal, die al minutenlang haar hand omhoog houdt. "Ik ben het totaal oneens met wat Morriën zegt. Ik werk in het theater en we brengen de moeilijkste stukken voor kinderen. Ze vinden het prachtig. Waarom zou Mondriaan niet toegankelijk voor kinderen van elf jaar zijn? Het is maar net hoe je het brengt."  
Niet zozeer òf kunst überhaupt moet worden onderwezen, maar wel de manier waarop dat zou moeten gebeuren, blijkt de kwestie die dit uur de gemoederen het meest verhit houdt. "Het maakt niet uit," stelt een oudere man, "of het over James Brown of Mondriaan gaat. Als iemand er maar van houdt en dat over kan brengen."

De reactie van Jan Morriën, duidelijk geërgerd: "Brown en Mondriaan op één lijn stellen is koeien met appels vergelijken."

Voorzitter Sikkema leidt de discussie snel weer in andere banen met een nieuwe vraagstelling: "Moet de overheid in kunstoverdracht een rol spelen?"

### Worsteling

"Ja," antwoordt 100% Isis prompt, net iets sneller dan verhalenmaker Abdelkader Benali (20), die ook al overeind geschoten was. "En niet in

het aanbod, maar in het stimuleren van de eigen creativiteit bij jongeren." Benali laat zich echter niet van de wijs brengen. "Ik wil waarschuwen tegen overschatting van het kind," betoogt hij. "Ik begreep er vandaag soms helemaal niets van. Hè zaal?" Een instemmend geloei is het antwoord. Benali wacht tot het rumoer gezakt is en geeft dan een mini-conferentie in prachtige staccato-zinnen ten beste. "Mijn ouders zijn analfabeet. Die wilden dat ik ging voetballen, maar ik las liever. Ik las Turks Fruit. Sommige passages heel vaak. Toen ging ik voetballen en ik wilde niet meer lezen. Nu schrijf ik. Over voetballen. Wat is kunst? Ik begrijp Van Gogh niet en Wolkers ook niet. Op één pagina na. Mijn broertjes voetballen. Die bewegingen zijn ook kunst om naar te kijken." Leren kijken is een eerste stap op de weg van kunsteducatie, zo luidt de conclusie van Benali. Geraakt worden is de kern van kunst, meent coördinator Maarten Lammers (32) van de Kunstbende. Terwijl Jan Morriën de zaal verlaat, omdat hij zijn kind uit de crèche moet halen, houdt Lammers een bescheiden exposé op persoonlijke titel. "We proberen vandaag te onderzoeken wat jongeren eigenlijk op schieten met kunst en of ouderen de opdracht hebben om kunst over te brengen. Ik persoonlijk denk dat kunst betekenis heeft en dat overdracht daarvan belangrijk is, want het is overdracht van waarden. Maar het gaat ook over emoties en beleving. En daar komt onze worsteling vandaan. Want wij proberen die beleving en emoties in systemen te persen. Dat kan niet."

### Buis

Uit België komt het voorzichtige geluid dat verplichte kunstexcursies helemaal niet zo'n ramp hoeven te zijn.

De drie studentes die onvrijwillig een

voorstelling van 'De Toverfluit' van Mozart bijwoonden, zijn hun strenge leraren daar achteraf dankbaar voor. Schrijver Serge van Duijnhoven, die tot nu toe de discussie zwijgend volgde, valt de studente bij: "Bij ons thuis was weinig cultuur. We gingen wel naar Italië, maar puur voor het

strand. Ik vind het achteraf helemaal niet zo gek dat de leraren mij tijdens mijn schooltijd naar een museum in Keulen hebben meegenomen en naar een uitvoering van een requiem.

" Met andere woorden," vervolgt Van Duijnhoven, "op school mag cultuur-

overdracht best streng en opgelegd zijn: eigen creativiteit komt op een latere leeftijd wel tot uiting." "Ná je schooltijd?" roept 100% Isis verontwaardigd. "Denk je dat? Mensen zijn kuddedieren. Zorg dat je de jongeren niet kwijt raakt, anders zitten ze voor de buis."

## ◀ Struikelblok in kunstmarketing: de hinderlijke bijkomstigheid dat kinderen kinderen zijn ▶

Forumleden **SUZANNE TESSELAAR, BEEREND LENSTRA,**  
**TOM KNIESMEIJER, EME VAN DER SCHAAF**  
Voorzitter **ROBERT MARIJNISSEN**

In de werkgroep Communicatie vatte pannelleider Robert Marijnissen in zijn inleiding eigenlijk al de conclusie van de gespreksronde samen: "Julie probleem is natuurlijk dat je, als je morgen op je werk komt, door je collega's wordt gezien als degene die de jongeren wel even naar de kassa zal halen." De discussie in het Filmtheater van De Meervaart kon aan de inleidende conclusie weinig veranderen: een enkele tip, *do of don't* daargelaten, is en blijft de jeugd voor theaters en gezelschappen een moeilijk te bereiken doelgroep.

"I bambini sono adulti, con l'aggravante che sono bambini", citeerde marketing-adviseur Suzanne Tesselaar de Italiaanse schrijver Alberto Moravia: kinderen zijn volwassenen, met de hinderlijke bijkomstigheid dat het kinderen zijn. Het verschil tussen de belevingswerelden van jongere en volwassene, daar wringt de schoen. Of zoals festivalorganisator Beerend Lensta (B-producties) stelde: "Het probleem is dat we aan jongeren iets proberen te verkopen waaraan ze geen behoefte hebben." Daar komt bij dat "kunstmarketing" op zich al zoveel lastiger is dan de marketing van andere producten. Tesselaar: "In kunst en cultuur ontspruit het produkt aan het brein van een eenling, een artiest, die het in de eerste plaats voor zichzelf maakt, en niet vanwege een behoefte in de markt."

### Handicaps te over

Tesselaar, die bij het Project Proeftuinen Podiumkunsten adviseert, somde nog een paar handicaps van kunstmarketing onder jongeren op:

- er is onvoldoende serieus theater-

aanbod voor de doelgroep: slechts twee gezelschappen richten zich exclusief op jongeren;

- het imago van het theater is stoffig; het instituut heeft veel minder aantrekkingskracht dan alle andere afleidingen voor de jeugd;
- er is in de theaterwereld weinig kennis over de voorkeuren van jongeren;
- marketing is in de ogen van de cultuurpauzen maar vies; ze zijn er te stellig van overtuigd dat ze iets moois maken, waarnaar aan het eind van de rit ook even een marketingmedewerker mag kijken;
- kunst en cultuur bewandelen te veel de "geijkte communicatiepaden"; de uitgedragen boodschap is doorgaans alleen duidelijk voor habitués.

### Verrassing, lef

"Laat een verrassend en onderscheidend geluid horen, ga er eens met lef tegenaan," adviseerde Tesselaar. Zoals de schouwburg in Groningen, die onder supervisie van Tesselaar CJP-houders mailde met de vraag: "Wat is de overeenkomst tussen sex en toneel? Dat het met z'n tweeën leuker is dan in je eentje." Het betrof een uitnodiging voor de voorstelling "Vrijen met Dieren"; het aanbod behelsde -conform de wervende tekst- een tweede gratis kaartje voor elke respondent. De respons was 4%, het aantal geworven bezoekers 136, ofwel een kwart van de zaalbezetting. Maar er was ook een spin-off: 200 bezoekers die nauwkeurig hadden gereageerd op de ter plaatse opgelaaide publiciteit vanwege het gewaagde karakter van de mailing.

### Sex, rebelle, vrijheid

Voor marketing-strategie Tom

Kniesmeijer was het zonneklaar: in Groningen was met succes ingespeeld op emotionele gevoeligheid bij de doelgroep. En sex, ja dat werkt.

"Stel nou dat we méér marketinggeld hebben, dat we méér aan marketing doen, dat we meer kortingen geven - krijgen we de jongeren dan bijvoorbeeld ook naar het Rijksmuseum?" vroeg pannelleider Marijnissen.

Kniesmeijer: "Jongeren zijn nieuwsgierig naar *nieuwe* dingen. Het Rijksmuseum is een wat lastig voorbeeld, omdat het voor jongeren een produkt is dat aan het einde van zijn levenscyclus is.

Dan zou je zeker kortingen moeten geven om ze te lokken. Maar tegelijk moet je proberen de jongeren emotioneel te raken. Probeer je alleen zo jong mogelijk te doen, dan graaf je je eigen graf. Het gaat om emoties. In het geval van het Rijksmuseum: laat bijvoorbeeld één schilderij zien dat jongeren emotioneel raakt, en dan bij voorkeur op thema's als sex, rebelle, vrijheid."

### Toch de school

Slagen kunst & cultuur erin zo'n boodschap te formuleren, dan blijft de vraag: hoe breng je hem over aan de doelgroep - waar vind je hem? "Groepen," had Tesselaar eerder al gezegd. "Je moet groepen bereiken, ringleaders eruit pikken en zorgen dat die als een soort ambassadeur voor je aan het werk gaan." En ze verzette zich tegen een uitspraak, 's ochtends op het congres, dat de school de plek bij uitstek is om via ringleaders/ambassadeurs groepen te bereiken. Marijnissen viel haar bij: "Ondanks alle inspanningen blijken jongeren er moeilijk toe te bewegen na een schoolvoorstelling 's zaterdags naar het theater te gaan."

De zaal, de mensen van de praktijk zijn het er niet mee eens. De een na de ander staat op om uit te leggen hoe ze via enthousiaste leraren, ambassadeurs (inderdaad), klankbordgroepen en jongerenteams groepen jongeren in beweging proberen

te krijgen richting theater. De vrolijkste bijdrage is van een theaterman uit Vlaardingen, die staccato vertelt hoe "zijn" jongerenteam in Middelburg een voorbezichtiging van Booyaka! Booyaka! heeft meegemaakt en naar aanleiding daarvan reclame is gaan

maken bij de achterban op hun scholen. En of het werkt, moet uitgerend vanavond blijken:  
"Ik moet nu snel weg, want ik ben zéér nieuwsgierig natuurlijk, en je weet: die jonge gasten reserveren nooit."



Foto: Michael Kooren, Utrecht

# Nawoord: Iedereen zijn eigen bovenmeester

HANS ONNO VAN DEN BERG

Het doel van het congres was drieledig. Ten eerste wilden de organisatoren de deelnemers ervan doordringen dat het van groot belang is jongeren in het kunst- en cultuurbeleid serieus te nemen. Of het nu is vanuit een beschavingsmotief, legitimatieoverwegingen of een overlevings-marketingstrategie, kunstbeleid en kunstorganisaties hebben jongeren nodig. Ten tweede hoopte men door de inleidingen en presentaties te laten zien wat jongeren bezig houdt en op welke manier zij zelf met kunst bezig zijn. Dat blijkt veel en veelvormig, maar staat nogal eens ver af van hetgeen de gesubsidieerde kunstinstellingen onder kunst verstaan en op de markt brengen. Ten derde wilden Kunstbende en Cultureel Jongerenpaspoort vooral 's middags concrete handvatten bieden aan die kunstinstellingen die wel willen, maar niet zo goed weten hoe jongeren bereikt zouden kunnen worden. Dat laatste doel: concrete hints, is wat minder uit de verf gekomen dan gehoopt. De middag-werkgroepen voerden soms hun eigen discussies en eindigden niet met een plenaire samenvatting waarin conclusies en aanbevelingen werden gebundeld en aan elkaar doorgegeven: een keurig pakket maatregelen dat vervolgens aan de *verantwoordelijke instanties* is overhandigd.

Een aantal van die concrete maatregelen is wel genoemd, of is op basis van de discussies zelf te verzinnen. Wie een schouwburg beheert kan zijn programma-aanbod eens kritisch tegen het licht houden, nagaan wat voor publiek daar gewoonlijk op af komt en zich de vraag stellen of dat naar zijn aard jongeren aanspreekt of dat er daartoe wellicht ook andere voorstellingen geprogrammeerd zouden moeten worden. Natuurlijk denk je dan als eerste aan popmuziek, maar

ook de meer absurdistische vormen van cabaret, of spektakel-gerichte vormen van theater spreken jongeren vaak aan. Als directeur moet je dus tijd vrij maken om eens te gaan praten met het voortgezet onderwijs, eens voorstellingen te bezoeken waarvan bekend is dat ze veel jongeren trekken of - en dat spreekt in het kader van het congres vanzelf - eens contact opnemen met de Kunstbende of het Cultureel Jongeren Paspoort. Laat je programmaboekje, maar ook het programma zelf of de in het museum georganiseerde tentoonstelling, eens bekritisieren door een groepje jongeren. vraag de schoolkrantredacties van de plaatselijke scholengemeenschap eens een aantal recensies te komen schrijven. Ga samen met collega-instellingen eens na of er voldoende creatieve jongeren in de gemeente aanwezig zijn voor een open podium, een poëzie-wedstrijd, een plaatselijk cabaret-festival. Schakel daarbij de plaatselijke muziekschool en het creativiteitscentrum in en praat met programmeurs bij jongerencentra en docenten in de creatieve vakken. Enzovoort, enzovoort. Maar wat je ook doet, neem de uitspraken en voorkeuren van jongeren serieus. Dat betekent niet dat je alles wat ze adoreren zelf ook mooi moet vinden. Integendeel. Dat maakt je alleen maar ongeloofwaardig. zo'n veertiger met een matje, die geforceerd jong zit te doen. Serieus nemen betekent in dat geval dat je serieus met ze in discussie gaat: vragen wat ze er mooi aan vinden, uitleggen wat je er zelf niet aan bevalt. Het vermijden van de discussie onder het motto 'daar komen ze later vanzelf wel achter', is de meest betuttelende houding die er is, en het ontnemt je de kans zelf ergens achter te komen.

Nergens op het congres zijn dit soort suggesties gebundeld. In die behoefte

wordt door het verslag weliswaar gedeeltelijk voorzien, maar dat neemt niet weg dat veel deelnemers zich het bos in gestuurd kunnen voelen. Dat was - in elk geval gedeeltelijk - de bedoeling. Want de wens om na een dag van verwarrende indrukken plenair iets samenvattends en geruststellends te formuleren is weliswaar begrijpelijk, maar de uitvoering daarvan is niet zelden uiterst saai (een kort verslag per groep, al of niet gevolgd door een paneldiscussie), maar vooral vaak misleidend. Een plenair slot, al of niet met resoluties, veronderstelt verantwoordelijke instanties, een bovenmeester aan wie wij onze wensen en suggesties kenbaar kunnen maken en die vervolgens aan de slag gaat om deze te uit te werken.

Zo'n bovenmeester bestaat er echter niet. De congresleiding heeft even gespeeld met de gedachte Aad Nuis als zodanig te afficheren, zeker waar deze 'verantwoordelijk' is voor zowel het kunstbeleid als het onderwijs, twee-werf bovenmeester kortom. Maar nog afgezien van het feit dat hij op het laatste moment afzegde, blijkt uit Pantser of Ruggegraat hoezeer deze bovenmeester juist elke concretisering vermijdt. Management by poem. Er zit dus niets anders op. We moeten het zelf doen. En het beste wat het congres mag hopen is dat het U - voorzover U dat al niet was - heeft doordrongen van de noodzaak jongeren serieus te nemen. inzicht heeft verschaft in hetgeen ze bezig houdt, maar bovenal heeft aangestoken zelf de uitwerking ter hand te nemen. Zo worden wij 'als kaarsjes, brandend in de nacht; u in uw klein hoekje en ik in het mijn'. Maar wie wacht tot hij door een bovenmeester wordt aangestoken zal nooit veel licht geven. Allemaal onze eigen bovenmeester moeten we onszelf ontbranden. Als dat geen kunst is.