

## Onbekend maakt onbemind

Actieve confrontatie met klassieke muziek kan jongeren naar concertzaal lokken

Jongeren vinden klassieke muziek saai. Om een nieuw jong publiek aan te boren moeten concertzalen in hun programmering en educatieve projecten aansluiten bij de eigen smaak, cultuur en belevingswereld van deze doelgroep. Zonder overigens concessies te doen aan de kwaliteit.

In de moderne jeugdcultuur heeft de consumptie van tekens en symbolen volgens de Franse filosoof Baudrillard zijn hoogtepunt bereikt. Succes en bezoek- en verkoopcijfers, te danken aan het gebruik van marketing, worden de nieuwe graadmeters voor kwaliteit, en de waarde van culturele manifestaties is ondergeschikt aan de **hierarchy of hotness**. De aandacht voor lifestyle en de stilering van het leven is tot een bredere populatie doorgedrongen, met name tot de jeugd. Ook het cultuurrelativisme dat ontstond onder invloed van het postmodernisme, knaagt aan de klassieke canon, en dus aan de status van de elitecultuur. De vaste normen voor het goede, het schone en het ware zijn verdwenen en het gebruikelijke 'elitaire' cultuurbegrip heeft plaatsgemaakt voor een 'gelaagd' cultuurbegrip. Begrippen als **highbrow** en **lowbrow** hebben zich in dit gelaagde cultuurbegrip vermengd tot de nieuwe hybride term **nobrow**. Het negentiende-eeuwse **Bildungsideal** van een degelijke opvoeding van Von Humboldt lijkt af te brokkelen en cultuurpessimisten vrezen dat hiermee de beschavende invloed op de jeugd verloren gaat, met alle gevolgen van dien voor de waardering van de hoge kunsten. Zo staat in het rapport **Het bereik van de kunsten** van het Sociaal Cultureel Planbureau dat **ondanks toegenomen welvaart en opleidingspeil er relatief steeds minder mensen naar de gevestigde cultuuruitingen** gaan, het publiek meer en meer vergrijsd en ten slotte zelfs zal verdwijnen als het niet wordt aangevuld door jongeren uit de nieuwe generatie.

De opkomst van de jongerencultuur en popmuziek, de grotere rol van de media, de veranderde opvoedingsidealen, het gelaagde cultuurbegrip en de multiculturele bevolkingssamenstelling hebben de belangstelling voor de hoge kunsten bij jongeren niet bevorderd. Is de deelname van jongeren aan gevestigde cultuurvormen gering, klassieke muziek spant de kroon: 96 procent van de jongeren tussen de 12 en 19 jaar in Nederland bezoekt nooit een klassiek concert. Het imago van de klassieke muziek en de meeste performers geeft jongeren geen mogelijkheid tot identificatie; **ze hebben wel wat beters te doen dan naar een 'saai concert voor bekakte oude mensen' te gaan**. De jongeren die wel onder de concertgangers te vinden zijn, worden door hun leeftijdgenoten gezien als 'stille boekenwormen met een bril met jampotglazen', die

gaan uit onvermogen om op het terrein van de jongerencultuur hoog te scoren.

In dit perspectief is het zinnig om een aantal onderzoeken naar muziekbeleving, cultuurparticipatie, academische en culturele competentie, jeugdsociologie en cultuureducatie nader te belichten om zo een verklaring én een oplossing te geven voor de (on)mogelijkheid om jongeren voor gevestigde cultuuruitingen zoals klassieke muziek te interesseren.

**Ssst!** De gedragsregels in de gevestigde kunstinstellingen zijn in de ogen van jongeren afgestemd op rustige, bezadigde volwassenen en veel jongeren hebben er een hekel aan zich zo te moeten gedragen als ze denken dat hoort in een 'kunsttempel'.

Nu in het kader van het nieuwe vak culturele en kunstzinnige vorming veel jongeren een bezoek brengen aan voorstellingen of concerten, manifesteert zich het probleem van de 'luidruchtige jongere' die als niet-ingewijde in de publiekscodes kletst, telefoneert en giechelt tijdens de voorstelling, wat de afkeuring van het publiek en soms ook van de spelers oproept. Deze rituelen en gedragscodes vormen dan ook een groot contrast met de codes van kunstvormen die tot de jongerencultuur behoren, waar tijdens de voorstelling gelachen en geapplaudisseerd kan worden als uiting van waardering.

De geschiedenis leert ons echter dat nog geen honderd jaar geleden dergelijke codes bij klassieke concerten gemeengoed waren en pas verdwenen op het moment dat de muziek een andere rol kreeg voor musici en publiek. De sociale functie van de orkesten verdween en maakte plaats voor een steeds autonomere functie waarbij de interpretatie van de muziek centraal kwam te staan. Het publieksgedrag dat ooit gangbaar was in de concertzaal met vrijheden als roken, drinken, eten, te laat komen en te vroeg weggaan, praten, bewegen, rondkijken en opstaan en weer gaan zitten, kan men zich niet meer permitteren tenzij men de collectieve afkeuring wil trotseren (Smithuijsen 1997). Volgens Smithuijsen worden de luisteraars mentaal en fysiek in een gedisciplineerde luisterhouding gedwongen die een grote concentratie en innerlijke verwerking van het gehoorde verlangt. De klassieke-muziekbeleving is zich zo vanaf het begin van deze eeuw steeds meer gaan kenmerken door een allesoverheersende luisterdwang die ervoor moet zorgen dat de interpretatie van de musici niet verloren gaat; elke hoest in de concertzaal wordt daarbij als storend ervaren. **Het is deze 'intellectuele omgang' met muziek** (passieve muziekbeleving) die de 'ambachtelijke' omgang (actieve muziekbeleving) heeft verdrongen en **in groot contrast staat met de directe beleving en uitdrukking van gevoelens bij cultuuruitingen uit de jongerencultuur**.

**Buitenmuzikale beleving** De muziekbeleving bij jongeren in de leeftijd van 12 tot 15 jaar kenmerkt zich volgens de Duitse psycholoog Rainer Dollase door een directe, emotionele en fysieke beleving. Pas in de ontwikkelingsfase na het zestiende jaar begint de interesse voor de intellectuele aspecten van de muziek. Dan gaan jongeren over muziek discussiëren, proberen ze tot de achtergrond en de betekenis van de muziek door te dringen en plaatsen ze zo de muziek in een bredere context.

Aangezien klassieke muziek gekenmerkt wordt door een intellectuele omgang, sluit dit niet aan bij de behoeften aan directe, fysieke en emotionele muziekbeleving van jongeren in hun puberteit.

De popcriticus en socioloog Simon Frith maakt in *Performing Rites; on the value of popular music* uit 1996 een vergelijking tussen de verschillende manieren van luisteren naar instrumentale klassieke muziek en popmuziek. Bij popconcerten zijn het voornamelijk de buitenmuzikale aspecten, zoals de performance van de artiest, interactiviteit met het publiek en multidisciplinariteit, die voor bevrediging zorgen. De performer is een soort rolmodel voor het jonge publiek dat hem of haar bewondert, zich identificeert met de performer en zich in hem of haar kan inleven. Jongeren kijken om die reden liever naar bekenden dan naar vreemden op het podium, en jonge (aantrekkelijke) charismatische uitvoerenden spreken hen meer aan dan oudere mensen. Bij klassieke concerten is de interpretatie van de compositie voor een klassiek geschoold musicus zo belangrijk dat hij zich nauwelijks kan verplaatsen in de vraag over de vorm die hij aan het concert geeft en over de emoties die de muziek bij het publiek kan oproepen. Maar een uitvoering kan nog zo'n hoog niveau hebben, de muzikale boodschap komt niet vanzelf over op het jonge publiek dat gewend is aan andere conventies die meer bieden dan alleen muziek.

**Smaken verschillen?** Kunst is als gespreksonderwerp **not done**, maar in de non-verbale communicatie van jongeren lijkt kunst wel degelijk een rol te spelen. In de jongeren-cultuur is de stijl van groot belang; deze verwijst naar waarden, normen en opvattingen, kortom naar de eigen identiteit, en is nodig om kenbaar te maken dat men zich weet te onderscheiden van de smaak van de opvoeders.<sup>1</sup> Het uittesten van de eigen identiteit gebeurt veelal onder de socialiserende invloed van de vriendenkring die de mode in de jongerencultuur resoneert. Aan elkaars uiterlijk lezen jongeren boodschappen af omtrent opvattingen en interesses, en aan de hand van iemands stijl zijn voorkeuren voor bepaalde vormen van kunst te voorspellen. Van Wel onderscheidt in zijn onderzoek *Smaken verschillen* uit 1990 op grond van de verschillende smaakvoorkeuren van jongeren een viertal culturele stijlen: elitaire cultuur (onder meer klassieke muziek, theaterbezoek, literatuur), informatiecultuur (journaal, documentaires, krant), viriele cultuur (onder meer hardrock, sport, seks, techniek, geweld) en de romantische cultuur (onder meer dans- en discomuziek, meisjesbladen, romantische films).<sup>2</sup> Opvallend is dat jongeren met een uitgesproken elitaire cultuursmaak – onder meer klassieke muziek – een schamele restgroep van 7 procent vormen, waarvan de meerderheid meisjes zijn.

1 De stijl bestaat uit drie elementen: 1. het image (de uiterlijke verschijning: kleding, haardracht, make-up, sieraden en andere accessoires en het bezit van voorwerpen waaraan door de jongeren(sub)cultuur

een hoge waarde wordt toegekend); 2. de houding (gezichtsuitdrukking, manier van lopen en pose); 3. een eigen taalvariant of slang (een typisch vocabulaire en een kenmerkende uitspraak) (Brake 1985).

2 Ongeveer 40 procent van de jongeren dweept zowel met genres van de romantische als met de viriele oriëntatie en bestaat uit populaire-cultuursponzen. Een kwart heeft alleen oog voor de viriele genres, 15 procent louter voor de romantische en 13 procent stelt zich op als 'cultuurbarbaren' die nergens warm voor lopen (Van Wel 1990).

**Hoewel er tussen generaties behoorlijke smaakverschillen bestaan, speelt er tussen ouders en kinderen geen echt 'cultuurconflict'.** De gegevens van onderzoeken naar deelname aan culturele activiteiten door jongeren wijzen eerder in de richting van reproductie van bestaande patronen dan van een generatieconflict. Immers, jongeren zetten zich over het algemeen niet af tegen de preferenties van hun ouders; ze lijken eerder – zij het op gepaste afstand – 'een graantje mee te pikken' van de (des)interesse van hun ouders voor kunst en klassieke muziek.

**Cultureel en academisch kapitaal** De onderzoeken naar cultuurdeelname en concertbezoek van De Jager (1967), Smithuisen (1997) en Ganzeboom (1984) benadrukken het belang van de genoten opleiding en de invloed van het ouderlijk milieu in het kader van de mogelijkheid tot verwerking van de culturele informatie. Met name de muzikale socialisatie speelt volgens De Jager een belangrijke rol in de waardering van klassieke muziek. Tijdens dit socialisatieproces raken kinderen vertrouwd met enerzijds de externe waarde en anderzijds de interne waarde van de muziek.<sup>3</sup> De Jager stelt dat de muziek die we in de regel tot kunstmuziek zijn gaan rekenen, meer informatie – meer melodische en ritmische variatie – bevat dan populaire muziek. Klassieke muziek zou dus hogere eisen stellen aan het vermogen complexe informatie te verwerken, en meer concentratie en geduld vergen van de luisteraar dan populaire muziek. Van den Berg stelt in 'De bevrijding van de esthetiek' dat bij de klassieke kunstvormen als klassieke muziek langdurige scholing en oefening noodzakelijk zijn; zeker van de kunstenaar maar ook van het publiek dat ingewijd moet zijn in de desbetreffende kunstvorm om deze te kunnen waarderen. Deze culturele competentie, die eveneens een grote correlatie met concertbezoek vertoont, wordt niet zozeer verkregen door opleiding (academisch kapitaal), maar

meer door de directe omgeving zoals ouders en vrienden (cultureel kapitaal). Steeds meer jongeren groeien echter alleen met popmuziek op en kunnen zich dankzij radio, cd-spelers en televisie op de eigen slaapkamer terugtrekken in hun eigen smaakuniversum en zich onttrekken aan de zeggenschap van hun opvoeders. Ze hebben moeite met de statische vorm en het repertoire van het symfonieorkest, dat veel van de concentratie vergt, en met de lineariteit van prikkels in het gangbare klassieke concert: ze zijn gewend aan de gelijktijdigheid van verschillende prikkels.

**De zapcultuur – het op ieder gewenst moment kiezen van een ander programma – heeft tot gevolg dat twee uur stilzitten in een concertzaal een zware opgave is.**

**Cultuuragenten in de strijd** Ouders, school en vrienden zijn van oudsher de drie belangrijkste agenten bij cultuuroverdracht. Maar ten gevolge van sociaal-maatschappelijke veranderingen krijgen de laatste twee agenten een steeds grotere rol. Uit de gegevens van *Het bereik van de kunsten* van De Haan en Knulst blijkt dat 35 procent van de bezoekers van de podiumkunsten voor het eerst met ouders een concertzaal of schouwburg heeft bezocht, 33 procent met school en

**Hoewel er tussen generaties behoorlijke smaakverschillen bestaan, speelt er tussen ouders en kinderen geen echt 'cultuurconflict'**

**De zapcultuur – het op ieder gewenst moment kiezen van een ander programma – heeft tot gevolg dat twee uur stilzitten in een concertzaal een zware opgave is**

3 Bij externe waarde gaat het om de vanzelfsprekende aanwezigheid van een piano, concertbezoek en oordelen over cultuuruitingen; bij interne waarde om de mate waarin men door daadwerkelijke omgang met

bepaalde muziek vertrouwd is geraakt met de principes waarop deze berust, in hoeverre men bij het luisteren in staat is de geregistreerde muzikale prikkels in zinnvolle samenhang te kunnen waarnemen (De Jager 1976).

De school biedt een soort herkansing als het gezin de culturele introductie niet gaf, en daarom is extra aandacht voor cultuureducatie op school noodzakelijk

Alle cultuuruitingen die met humor, seksualiteit en uitbundigheid te maken hebben, bevinden zich in de regionen van het hart, de (onder)buik en de benen

de overige 32 procent ging voor het eerst met vrienden naar een concert.

Op het eerste gezicht zijn de huidige omstandigheden gunstiger voor deelname aan traditionele cultuuruitingen dan voorheen. Jongeren gaan nu veel langer naar school en hebben dus meer gelegenheid om het benodigde niveau van culturele competentie te bereiken. Bovendien groeien jongeren op in een tijd van welvaart die hun in financieel opzicht weinig beperkingen oplegt bij cultuurdeelname. Maar ondanks de gemiddelde stijging van het opleidings- en welvaartsniveau zijn jongeren niet cultureel actiever geworden en hun belangstelling voor kunst blijft zelfs ver achter bij die van de rest van de bevolking. Volgens de socialisatiehypothese van De Haan en Knulst ligt de verminderde cultuurparticipatie onder jongeren niet aan de toenemende concurrentie van andere vrijetijdsbestedingen, maar aan de verminderde invloed van de opvoeding en de veranderingen in opvoedingsklimaat en opvoedingsidealen. De generaties die in de jaren zestig en later zijn opgevoed, zijn op cultureel gebied anders 'geprogrammeerd' dan de generaties die daarvoor opgroeiden. Deze 'programming' zou jongere generaties ervan weerhouden de voor traditionele cultuur benodigde vaardigheden te ontwikkelen. De toeloop van jong publiek naar de traditionele podiumkunsten, na de gebruikelijke periode van culturele 'inzinking' waarin jongeren zich tot hun peergroup richten, was niet gestagneerd als deze lichting daar in de vroege socialisatieperiode wel kennis mee had gemaakt.

**De school is dus een belangrijke introducerende instantie, die een soort herkansing biedt als het gezin de culturele introductie niet gaf, en daarom is extra aandacht voor cultuureducatie op school noodzakelijk.** Het onderzoek naar de effecten van de Amsterdamse Kunstkijkuren en Muziekluisterlessen uit 1993 van Ranshuysen en Ganzeboom wees uit dat via de school georganiseerde museum- en concertbezoeken wel degelijk een positieve uitwerking hebben op de latere cultuurdeelname. Een maximaal effect van cultuureducatie op de participatie wordt bereikt als kinderen en jongeren in verschillende fasen van hun leven deel kunnen nemen aan cultureel aanbod. Continuïteit in het aanbod van culturele activiteiten gedurende het schoolcurriculum is dus belangrijk. Cultuureducatie moet jongeren de culturele competentie bijbrengen die voor de waardering van de kunsten noodzakelijk is en hen later in staat stelt keuzen te maken tussen de verschillende vormen van kunst en cultuur.<sup>4</sup>

**Geraakt?** Volgens de hoofd-buiktheorie van Van den Berg (1998) is het gebrek aan verhouding tussen het hoofd en het hart precies wat er niet in orde is tussen de gesubsidieerde kunst en jongeren: wat er in het hoofd gebeurt zou in verband moeten staan met het hart. Als illustratie hiervoor gebruikte hij Da Vinci's afbeelding van de mens, waarin het hoofd samenvalt met de gesubsidieerde kunsten die stemmen tot (zelf)beheersing, ernst en nadenkendheid. **Alle cultuuruitingen die met humor, seksualiteit en uitbundigheid te maken hebben, bevinden zich in de regionen van het hart, de (onder)buik en de benen.** Deze uitingen worden over het algemeen niet gesubsidieerd door de overheid, vallen veelal onder de jongeren-cultuur en kenmerken zich door een directe en niet-beheerste beleving. In de gevestigde cultuur staat het 'volmaakte kunstwerk' centraal en is exclusieve kennis

<sup>4</sup> De term 'cultuureducatie' wordt door Ensink gedefinieerd als een drieledig begrip: het zelf leren maken van kunstproducten (actief), het leren kijken/luisteren naar kunstproducten (receptief) en het leren beoordelen van het kunstproduct (reflectief) (Ensink 1996).

nodig om de abstracte schoonheid te kunnen waarderen. In de jeugdcultuur staat de gebruiker van de kunstwerken centraal en wordt de waarde vastgesteld in het sociale verkeer dat zich rond het kunstwerk afspeelt. Zonder directe aanknopingspunten, mogelijkheid tot identificatie, amusements- of ontspanningsmogelijkheid, stimulans tot beweging, kortom alle directe uitingen van beleving die zich volgens de hoofd-buiktheorie van Van den Berg in de onderste regionen van het lichaam afspelen, heeft een kunstwerk van verheven schoonheid voor de jonge gebruiker geen waarde.

Het is de Engelse cultuursocioloog Paul Willis (1993) die inzicht geeft bij de vraag hoe de kunst dichterbij de jongeren gebracht kan worden en in welke opzichten jongeren reeds zelf 'kunstenaars' van hun eigen leven zijn. Hij pleit voor de hantering van het begrip **symbolic activity**, die eruit bestaat dat de gebruiker iets doet met het kunstwerk; door erover te praten (taal), erop te bewegen (lichaam) of door het produceren van nieuwe betekenissen met gebruikmaking van zowel het oorspronkelijke kunstwerk als de eigen taal, beweging of gevoel. De mogelijkheid tot **symbolic activity** biedt de (jonge) gebruiker de juiste aanknopingspunten om het kunstwerk te kunnen waarderen.

Om jongeren toch te stimuleren tot deelname aan kunst en cultuur zijn er verschillende invalshoeken mogelijk bij kunsteducatieve projecten. Bijvoorbeeld door juist niet de officiële gevestigde cultuur als vertrekpunt te nemen, maar de jongerencultuur en kunstzinnige activiteiten die jongeren in hun vrije tijd ondernemen. Door de eigen smaak, cultuur en belevingswereld van jongeren serieus te nemen kan hopelijk de interesse gewekt worden voor andere, nog onbekende aspecten van de cultuur. De oprekking van kunst naar cultuur laat volgens Willis zien dat het leven van jongeren vol zit met expressie, teken- en symboolsystemen, die een mogelijkheid bieden om de reeds aanwezige culturele energie te versterken en waar initiatieven op het gebied van cultuureducatie op een doeltreffende manier gebruik van kunnen maken.

Dat jongeren na deelname aan initiatieven die aansluiten bij hun belevingswereld meer openstaan voor kunst, wordt bevestigd in een onderzoek naar de effecten van participatie in bijvoorbeeld De Kunstbende. Of ze de weg naar de gevestigde cultuur weten te vinden is een tweede en is mede afhankelijk van de inspanning van de culturele instellingen om jongeren te bereiken.

**De verleiding: ja tegen klassiek?** Zowel de **marketingtools** als de basisprincipes voor cultuureducatie en projecten waar jongeren op actieve of laagdrempelige wijze bij cultuur betrokken worden, bieden aanknopingspunten om jongeren te verleiden tot deelname aan gevestigde kunst zoals klassieke muziek. Het is vaak de actieve of directe confrontatie met kunstuitingen die de belemmering bij jongeren – onbekend maakt onbemind – voor cultuurparticipatie weg kan nemen.

**Concertzalen bieden doorgaans wel korting aan jongeren, maar verdiepen zich tot nu toe te weinig in hun behoeften.** Ze zouden zich bijvoorbeeld af kunnen vragen wat de weerstanden of juist de motieven zijn van jongeren om tot concertbezoek over te gaan, hoe zij geïnformeerd willen worden, wat ze belangrijk vinden en hoe de jongeren na een eerste bezoek verleid kunnen worden om vaker te komen. Communicatie, sfeer, programming en prijs zijn factoren die jongeren tot een bezoek kunnen stimu-

Concertzalen bieden doorgaans wel korting aan jongeren, maar verdiepen zich tot nu toe te weinig in hun behoeften

**Performers kunnen het zich niet langer meer permitteren om als harken op het podium te staan**

leren. Maar hoewel een lage prijs drempelverlagend kan werken, blijft de inhoud het belangrijkste. Als een concert goedkoop is, maar het programma niet aanspreekt, dan gaan ze er toch niet naar toe, zelfs niet om het te proberen. De programmering vormt vaak een obstakel voor veel jongeren. Met name de jongeren tussen twaalf en achttien willen graag een programmering die gericht is op hun leeftijdscategorie. Ze vallen nu tussen jeugd- en volwassenenprogrammering in en hebben niet het gevoel dat concertzalen er ook voor hen zijn. Het is in het belang van de zalen dat jongeren zich er thuis voelen. Idealiter kan concertbezoek op termijn voor jongeren een gewoonte worden.

De instellingen en gezelschappen voor klassieke muziek spelen zelf een grote rol in het kweken van het publiek voor de toekomst, geholpen door de expertise uit de marketing en het cultureducatieve veld. **Performers kunnen het zich niet langer meer permitteren om als harken op het podium te staan**, niet met kinderen te communiceren en een programma zonder kop of staart te maken en dienen het musiceren voor een jong publiek serieus te nemen in professioneel opzicht. Het Amsterdamse Concertgebouw heeft bijvoorbeeld een uitgebreid educatief programma opgezet voor basis- en voortgezet onderwijs, variërend van klein- tot grootschalig en van klassieke tot niet-westerse en jazzmuziek. Aan de artistieke kwaliteit worden geen concessies gedaan maar de programma's worden toegankelijk gemaakt voor de verschillende doelgroepen door rekening te houden met de repertoirekeuze, lengte van het concert, de rol van de presentator, het toevoegen van visuele aspecten, en de verhaallijn. Zonder af te doen aan de kwaliteit van het gebodene toch rekening houden met de behoeften en de verwachtingen die de verschillende doelgroepen hebben bij het bezoeken van een concert is de kunst. Het geluidsproject de Klankspeeltuin van het Centrum voor Elektronische Muziek uit Amsterdam is een goed voorbeeld van een educatief project voor 7- tot- 12-jarigen, dat aansluit bij de belevingswereld en de leerfase van het kind dat op die leeftijd leert door te spelen en bovendien een zeer beweeglijk 'instituut' is. De jonge bezoekers van de Klankspeeltuin leren spelenderwijs verschillende geluiden maken op de klankinstallaties die reageren op hun fysieke aanraking (zie ook 'Zoals de ouden zongen, piepen nu de jongen', p. 99).

Het is duidelijk dat als concertzalen en orkesten geen meersporenbeleid ontwikkelen in hun programmering, educatieve projecten en presentatie, ze de komende jaren geen nieuw jong publiek zullen trekken. De kanttekening hierbij is uiteraard dat het misschien onbegonnen werk is, aangezien klassieke muziek bij uitstek een middel tot sociale distinctie is voor het publiek. De Franse socioloog Pierre Bourdieu stelde in *La Distinction* uit 1979 dat er niets is wat op een duidelijker manier iemands klasse bevestigt en tegelijkertijd classificeert, dan iemands muziekvoorkeur.

Het is de taak van concertzalen en orkesten om in de komende jaren flink te experimenteren met programmering en educatieve projecten om zo de mogelijkheden van nieuwe presentatievormen te onderzoeken en om te bewijzen dat er een nieuw en jong publiek is voor klassieke muziek.

**Ariane Vervoorn** is werkzaam als projectcoördinator voor het project *Un Isola dell'Infanzia-la scuola al teatro* van Teatro Libero Incontroazione in Palermo (Italië) en als freelance manager culturele projecten voor Arthalia Foundation.



## Literatuur

- Berg, H. van den, en J. Materman** (1995) *Geeraakt? Bereik en effect van de Kunstbende*. Amsterdam: Scenario.
- Berg, H. van den** (1998) 'De bevrijding van de esthetiek'. In: *De knikkers en het spel*, Rotterdam: Rotterdamse Kunst Stichting.
- Bourdieu, P.** (1979) *La distinction*. Parijs: Les Éditions de Minuit.
- Brake, M.** (1985) *Comparative youth cultures: the sociology of youth culture and youth subcultures in America, Britain and Canada*. Londen: Routledge & Keagan Paul.
- Broek, A. van den, en J. de Haan** (2000) *Cultuur tussen competentie en competitie*. Amsterdam: Boekmanstudies.
- Buena, L. en M. Peters** (2000) 'Theater is niet cool. De do's en de don'ts van jongerenmarketing in het theater'. In: *Boekmancahier*, jrg. 12, nr. 44, juni, 148-157.
- Cock, E. de** (1999) 'Voorbij de kindernoten: spelend leren in De Klankspeeltuin'. In: *Mens en melodie*, jrg. 54, sept.-okt.
- Dollase, R.** (1992) 'Mit 25 ist alles vorbei. Zur Entwicklungspsychologie jugendlichen Musikinteresses'. In: *Das Orchester*, nr. 40.
- Ensink, J. et al.** (1996) 'Kunsteducatie'. In: *Handboek Cultuurbeleid*. Den Haag: Vuga.
- Frith, S.** (1987) 'Towards an aesthetic of popular music'. In: *Music and society*, Cambridge: R. Leppert-S. Mc Clary Ed.
- Frith, S.** (1996) *Performing Rites: on the value of popular music*. Oxford: Oxford University Press.
- Ganzeboom, H.** (1984) *Cultuur en informatieverwerking*. Utrecht: Sociologisch Instituut.
- Haan, J. de, en W. Knulst** (2000) *Het bereik van de kunsten: een onderzoek naar veranderingen in de belangstelling voor beeldende kunst en podiumkunst sinds de jaren zeventig*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Hagemans, A.** (1996) 'Onvrede over kwaliteit muziekaanbod jeugd: "musiceren voor kinderen wordt totaal niet serieus genomen"'. In: *Kunst & Educatie*, nr. 5.
- Harvey, D.** (1990) *The condition of postmodernity*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Helmich, M.** (2002) 'Het concertgebouw als klaslokaal'. In: *Muziek & Onderwijs*, jrg. 6, nr. 39, nov/dec.
- Henrichs, H.** (1997) 'Een intercultureel Bildungsideaal?' In: *Boekmancahier* jrg. 9, nr. 32, juni.
- Jager, H. de** (1967) *Cultuuroverdracht en concertbezoek*. Leiden: Stenfert Kroese.
- Matthijs, M.** (1993) *Mythe van de jeugd deel 1*. Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Ranshuysen, L.** (1993) 'Naar een optimaler effect van kunsteducatie in het onderwijs'. In: *Scholen in kunst. Effecten van kunsteducatie op cultuurdeelname*, Katernen Kunsteducatie. Utrecht: LOKV.
- Ranshuysen, L. en H. Ganzeboom** (1993) *Cultuureducatie en participatie: opzet en effecten van Kunstkijkuren en Muziekluisterlessen in het Amsterdams primair onderwijs*. Rijswijk: Ministerie van WVC.
- Roe, K.** (1995) 'Academisch kapitaal en muziekvoorkeuren bij adolescenten'. In: *Communicatie*, jrg. 3, nr. 24.
- Seabrook, J.** (2000) *Nobrow-the culture of marketing, the marketing of culture*. New York: Borzoi Book by A. Knopf.
- Smithuijsen, C.** (1997) *Het luisterpeloton: twee generaties concertgangers vergeleken aan de hand van onderzoek naar Utrechtse abonneementhouders in 1961 en 1993*. Amsterdam: Boekmanstudies.
- Smithuijsen, C.** (2001) *Een verbazende stilte: klasieke muziek, gedragsregels en sociale controle in de concertzaal*. Amsterdam: Boekmanstudies.
- Wel, F. van** (1990) 'Smaken verschillen. Jongeren over muziek, boeken en films'. In: *Comenius*, nr. 10.
- Willis, P.** (1993) *Common culture: symbolic work at play in the everyday cultures of the young*, Buckingham: Open University Press.