

Cultuurparticipatie: minder beoefening en consumptie

Andries van den Broek en Koen van Eijck Het is lastig om een eenduidige trend te bespeuren in cultuurbezoek, amateurkunstbeoefening en consumptie van cultuurgoederen. Het bezoek aan podia, musea en bioscopen groeide bijvoorbeeld, maar de actieve beoefening en de verkopen van beeld- en geluidsdragers namen af. Ook het gebrek aan gegevens op enkele terreinen bemoeilijkt het trekken van conclusies.

Na aftrek van de tijd die opgaat aan verplichtingen en slaap hebben Nederlanders door de bank genomen een kleine 50 uur vrije tijd per week. Die gaan op aan media en IT, sociale contacten, hobby's, uitjes en wat bestuurs-/vrijwilligerswerk (Cloïn et al. 2013). Binnen dit palet aan activiteiten reserveren veel mensen ook tijd om, incidenteel of vaker, voorstellingen of tentoonstellingen te bezoeken, of kunstzinnige hobby's te beoefenen zoals tekenen, musiceren en toneelspelen. Analoog daaraan resteert na aftrek van de vaste lasten een vrij te besteden budget. Daarvan kunnen mensen uit eten gaan of consumptiegoederen kopen, waaronder ook cultuurproducten. Elk van deze drie aspecten van cultuurparticipatie – bezoek, beoefening en consumptie van cultuurgoederen – komt hier aan de orde.

Bij de bestudering van participatie kan cultureel gedrag op diverse manieren worden geanalyseerd. Waar trends in specifieke

activiteiten laten zien welke kunstvormen zich in meer of minder belangstelling mogen verheugen, is het ook mogelijk om culturele gedragspatronen onder de loep te nemen. Dat geeft bijvoorbeeld zicht op de culturele omnivoor, voor wie het onderscheid tussen 'hoge' of gecanoniseerde versus 'lage' of populaire cultuur niet meer zo belangrijk is (Eijck 1999; Haan et al. 2000). Vooral onder jongeren verliezen de meer gecanoniseerde kunstvormen echter aan populariteit. Helemaal irrelevant is het hoog-laagonderscheid dus nog niet; terwijl de popcultuur er voor iedereen is, beperkt de belangstelling voor 'hoge' cultuur zich in hoofdzaak tot hoger opgeleiden en ouderen. Beide groepen zijn in de afgelopen jaren gegroeid, dus het is de vraag wat deze constatering per saldo betekent voor de participatie.

Een ander perspectief is het hogere tempo in de vrije tijd. De meerkeuzemaatschappij (Breedveld et al. 2003) leidt tot meer drukte

	2005	2007	2009	2011
Gemiddeld bereik gecanoniseerde podiumkunsvormen	15	14	15	15
Klassieke muziek	19	18	18	19
Opera	6	5	5	5
Ballet	7	7	7	6
Toneel	27	28	28	28
Gemiddeld bereik populaire podiumkunsvormen	33	34	35	34
Popmuziek	26	29	30	28
Cabaret	23	25	25	24
Film	56	55	57	61
Musical	26	26	26	25
Museum	47	48	49	49

Tabel 1: *Cultuurbezoek van de Nederlandse bevolking van 18 jaar en ouder, in percentages, 2005-2011* (percentage dat voorafgaande twaalf maanden eens of vaker bezoek bracht aan museum of voorstelling)

Bron: SCP Leefsituatie Index.

en ambities en daarmee ook tot een vluchtiger vrijetijdspatroon. Sinds 1975 is niet omnivorisering de meest opvallende ontwikkeling in patronen van cultuurparticipatie, maar het aantal culturele activiteiten dat mensen in een bepaalde hoeveelheid vrije uren ondernemen (Eijck et al. 2012). Patronen van participatie worden niet alleen breder, maar vooral ook jachtiger. Deze ontwikkeling zou negatief kunnen uitpakken voor amateurkunstbeoefening, waar veel vrije tijd in gaat zitten en waarvoor andere bezigheden moeten wijken.

Wanneer het in de vrije tijd dringen is, kiezen mensen volgens economen voor activiteiten die meer geld maar minder tijd kosten (Becker 1965). Wat deze redenering voor de aanschaf van cultuurgoederen betekent, valt niet op voorhand te zeggen. Zo is een cd doorgaans een mager alternatief voor het bijwonen van een concert en zal iemand met te weinig tijd voor museumbezoek dat niet

compenseren door de aanschaf van een kunstwerk. Ook de huidige economische situatie geeft weinig aanleiding om te verwachten dat de consumptie van cultuurgoederen is toegenomen, al dan niet als alternatief voor bezoek. Wel vergt dankzij digitalisering juist het aanschaffen van cultuurproducten als boeken en muziek minder tijd dan ooit.

Bezoek

Om cultuurbezoek in kaart te kunnen brengen zijn twee soorten informatie bruikbaar. Het aandeel van de bevolking dat naar een uitvoering of tentoonstelling gaat, geeft het bereik weer. Het aantal bezoeken dat die mensen afleggen, staat voor het volume. Voor een beeld van het publieksbereik is bevolkingsonderzoek de bron, voor een beeld van het volume leveren tellingen aan de deur de gewenste informatie, al zijn die tellingen helaas verre van compleet.

	2005	2007	2009	2011
Aantal bezoeken podiumkunsten*	18,4	19,3	19,6	19,2
Gebruik offline en online bibliotheekproducten **	133,9	131,2	114,0	129,5
Aantal bezoeken musea & BIS presentatie-instellingen***	19,8	20,7	22,2	22,6
Aantal bezoeken bioscopen****	20,6	23,1	27,2	30,6

Tabel 2: *Gebruik van diverse instellingen 2005-2011* (in miljoenen)

* Bron: CBS StatLine.

** Bron: CBS StatLine plus SIOB Bibliotheekmonitor.

*** Bron: CBS StatLine plus OCW Cultuur in Cijfers.

**** Bron: Jaarverslagen NVF plus (voor 2011) NVB Infocentrum.

Nederland kent een lange en rijke traditie van onderzoek naar de mate waarin de bevolking deelneemt aan culturele activiteiten. Dat is niet los te zien van het feit dat het cultuurbeleid van de (rijks)overheid zich richt op het bevorderen van zowel kunstproductie als publieksbereik (Pots 2010). Voor dit artikel is een beroep gedaan op een reeks SCP-peilingen uit meerjarig onderzoek (SCP Leefsituatie Index, zie Bijl et al. 2013), waarvan ook het cultuurbereik deel uitmaakt. Die peilingen betreffen steeds de even jaren, voor de oneven jaren van de Cultuurindex Nederland (CiN) is daarom het gemiddelde van de twee aangrenzende even jaren berekend (tabel 1).

Bij deze negen peilingen van cultuurparticipatie ligt de nadruk (te) sterk op het bijwonen van voorstellingen. Tegenover één vraag naar bezoek aan musea staan acht vragen over bezoek aan voorstellingen. Als alle negen peilingen een gelijk gewicht in de CiN zouden krijgen, zou dat impliceren dat het bezoek aan voorstellingen acht maal zo zwaar telt als het bezoek aan musea, vanwege het toevallige feit dat er acht keer meer informatie over beschikbaar is. Het is daarom evenwichtiger om het bezoek aan podia in de CiN terug te brengen tot twee categorieën:

bezoek aan voorstellingen van gecanoniseerde (klassieke muziek, opera, ballet en toneel) respectievelijk van populaire (popmuziek, cabaret, film en musical) kunstvormen.

Het bereik van musea is sinds 2005 licht gestegen. Het gemiddelde bereik van voorstellingen van gecanoniseerde kunstvormen gaf over de jaren heen een nagenoeg stabiel beeld te zien, dat van populaire kunstvormen toonde tot 2009 een lichte groei. De verschillen zijn echter gering en het algemene beeld is er een van stabiliteit. Binnen de afzonderlijke kunstvormen is alleen film een uitzondering: film kent sinds 2007 een groeiend bereik. Van de in 2008 ingezette economische crisis zijn in het bereik tot en met 2011 nog geen sporen te zien. Een effect van overheidsbezuinigingen was bij voorbaat niet te verwachten omdat die grotendeels pas per 1 januari 2013 ingingen (zie de bijdrage van Bastiaan Vinkenburg over directe subsidies in deze publicatie).

Om zicht te krijgen op het volume van het bezoek is gebruik gemaakt van tellingen van het gebruik van instellingen (tabel 2).

De beschikbare cijfers over het bezoek aan podia omvatten tellingen aan de deur van aantallen bezoekers bij voorstellingen van theater, muziek, dans, muziektheater, cabaret

	2007	2009	2011
Instrument bespelen	12	11	10
Zingen	9	9	8
Theater	14	13	10
Beeldende kunst	21	18	16

Tabel 3: *Percentages van regelmatige beoefenaars van amateurkunst, Nederlandse bevolking van 16 jaar en ouder, 2007-2011**

Bron: LISS-panel.

* Gevraagd werd of men een creatieve hobby regelmatig beoefende, de definitie van regelmatig lag bij de respondent.

en kleinkunst, en overige podiumkunsten, inclusief buitenlandse toeristen (zie de bijdrage van Jos Vranken over cultuurtoerisme in deze publicatie). Voorstellingen in stadions en evenementenhallen zijn hierin wel verdisconteerd, maar bezoek aan voorstellingen op festivals, in kleine zalen en in de horeca niet. Tellingen aan de deur van musea bestrijken alleen de grotere musea. Wel zijn deze tellingen inclusief buitenlandse toeristen. Eigenlijk is alleen over het aantal bezoeken aan bioscopen nauwkeurige informatie beschikbaar.

Bij cijfers over het bezoekvolume moet worden bedacht dat de bevolking tussen 2005 en 2011 met iets meer dan 2 procent groeide (CBS StatLine). Een stijging in het aantal bezoeken met 2 procent betekent dus dat er in absolute zin wel meer volume is gerealiseerd, maar dat het bereik niet is gestegen; het bezoekvolume groeide dan slechts mee met de bevolkingstoename.

Het bezoek aan de podia voor de diverse kunstvormen vertoont na een lichte groei tot 2009 een terugval tot iets onder het niveau van 2007. Zeker gezien de bevolkingsgroei is dat een negatieve ontwikkeling. Het gebruik van bibliotheekproducten laat een wisselend

beeld zien, na een aanvankelijke daling treedt in 2011 herstel in. Het achterliggende verhaal is dat de afname in uitleningen (van 133 miljoen in 2005 tot 100 miljoen in 2011) recent gecompenseerd wordt door het aanzwellend gebruik van digitale bibliotheekproducten (van 1,3 miljoen in 2005, via 6,5 en 9,1 miljoen naar 29,5 miljoen in 2011). Bezoeken aan musea en beeldende kunst (de presentatie-instellingen) en aan bioscopen laten een stijgende trend zien, die de bevolkingsgroei ruim te boven gaat. Voor musea zat die groei vooral bij de steeds omvangrijkere groep van Museumkaarthouders en de stijging van het aantal gratis bezoeken. Beide typen instellingen hebben de afgelopen jaren bovendien veel geïnvesteerd in het vergroten van de belevingswaarde van hun aanbod. Waar musea zich meer richtten op interactie, educatie en blockbustertentoonstellingen (nota bene een term uit de filmwereld), verhoogden bioscopen hun meerwaarde met luxere zalen en betere beeld- en geluidskwaliteit, daarbij geholpen door digitalisering en de ontwikkeling van 3D-film (zie ook de bijdrage van Dimitri Lahaut over de digitalisering van film in deze publicatie).

Beoefening

Voor trendgegevens over amateurkunst-beoefening wordt in de CiN gebruikgemaakt van gegevens uit het LISS-panel.¹ Het gaat telkens om gegevens die zijn verzameld aan het begin van een even jaar. Vanwege de gehanteerde referentieperiode (gevraagd werd of men er de afgelopen twaalf maanden regelmatig tijd aan besteedde) worden die peilingen in dit artikel geïnterpreteerd als betrekking hebbend op het voorafgaande oneven jaar (tabel 3).

Laat het maken van muziek een lichte daling zien, het beoefenen van podiumkunst en beeldende kunst vertoont een sterkere negatieve trend. Eerder SCP-onderzoek naar amateurkunstbeoefening wees op een stijging tot 2003, waarna de deelname in 2007 iets afnam (Broek 2010a). De cijfers uit tabel 3 wijzen erop dat die daling zich voortzet.² De daling in regelmatige muziekbeoefening correspondeert met de dalende ledenaantallen van muziekverenigingen die de Koninklijke Nederlandse Federatie van Muziekverenigingen (KNFM) rapporteert. Tussen 2005 en 2011 beliep die daling bijna 10 procent, van 76.795 naar 70.380 leden. Daarbij moet aangetekend worden dat lang niet iedereen die muziek maakt dat in georganiseerd verband doet. Integendeel, uit eerder bevolkingsonderzoek (Broek 2010a) bleek dat anno 2009 voor slechts een derde van de muziekbeoefenaars te gelden. Ruwweg de helft daarvan was lid van een muziekvereniging, de andere helft van een informele groep.

Doordat het aantal Centra voor de Kunsten terugliep, gingen ze een kleiner publiek bedienen. Ook hier geldt overigens dat hiermee slechts een deel van de markt in beeld is. Lang niet iedereen die les neemt, doet dat bij een van de bij Kunstconnectie aangesloten centra. Onder volwassenen was het markt-aandeel van die instellingen in 2009 circa 40 procent (Broek 2010a). Velen nemen les bij particuliere dans- en muziekscholen of bij

vrij gevestigde docenten muziek en beeldende kunst. Daarnaast is leren via internet in opkomst. Over al deze andere vormen van les ontbreekt het aan cijfers: zowel aantallen van die aanbieders als aantallen mensen die ze bedienen, zijn onbekend. Duidelijk is intussen wel dat internet en internetplatforms bij beoefening een grote rol spelen. Op platforms worden ervaringen uitgewisseld, tips gegeven en wordt elkaars werk beoordeeld (Broek 2010b). In de wereld van het creatieve schrijven en fotograferen in de vrije tijd laten de platforms SchrijvenOnline en ZOOM een sterke groei in aantallen bezoeken zien. Schrijven Online meldt van 2008 tot 2012 een verdubbeling van ruim een half miljoen naar bijna een miljoen bezoeken, bij ZOOM groeide dat van 80.000 in 2005 tot bijna 700.000 in 2012. Helaas ontbreekt een breder overzicht van het gebruik van dergelijke platforms.

Consumptie

Onder consumptie verstaan we het kopen van cultuurproducten, zoals cd's, dvd's, kunstwerken en boeken. Dit is geen compleet beeld van consumptie. Er is bijvoorbeeld geen periodieke informatie over de aanschaf van muziekinstrumenten of andere benodigheden voor amateurkunstbeoefening. Wel is er voldoende informatie over de aankoop van muziekopnamen (geluidsdragers plus downloads) en beelddragers, contracten in het kader van de KunstKoopregeling en de aankoop van boeken (tabel 4).

Voor inzicht in ontwikkelingen op de muziekmarkt is gebruikgemaakt van cijfers afkomstig van de Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van Beeld- en Geluidsdragers (NVPI 2013). De albumverkoppen laten over de periode 2005-2011 een gestage daling zien. Die daling is groter dan de toename van de digitale markt. Deze laatste groeit niettemin snel en neemt in 2012 al 30 procent van de omzet voor zijn

	2005	2007	2009	2011
Albumverkoppen muziekmarkt (x miljoen)*	20,6	19,0	17,9	15,1
Aantal verkochte beeldragers (x miljoen)**	27,6	32,4	29,6	25,8
Aantal contracten KunstKoopregeling***	3.397	3.149	2.427	1.876
Aantal verkochte boeken (x miljoen)****	37,1	48,6	49,4	46,9

Tabel 4: *Consumptie van cultuuroederen, 2005-2011*, in absolute aantallen

- * Bron: nvpi.nl; vanaf 2009 inclusief digitale albums; zie ook de bijdragen van André Nuchelmans en Jos de Haan over de muziekindustrie in deze publicatie.
- ** Bron: nvpi.nl. Het betreft een optelsom van VHS, dvd, dvd-hd, blu-ray en UMD.
- *** Bron: Jaarverslag 2011, Mondriaanfonds.
- **** Bron: kvb.nl; vanaf 2010 inclusief e-books.

rekening (zie de bijdrage van Jos de Haan in deze publicatie).

Voor de verkoop van fysieke beeldragers zien we een stijging tot 2007, waarna een daling inzet die het aantal voor 2011 wat lager doet uitkomen dan de verkoopcijfers van 2005. De videoband, hd-dvd en UMD³ verdwenen in deze periode geheel uit beeld terwijl de blu-ray opkwam. Die laatste heeft in 2011 een aandeel van 9 procent in de verkoopcijfers, de rest komt voor rekening van de dvd.

Om enig zicht te krijgen op de aanschaf van beeldende kunst zijn aan het Mondriaanfonds cijfers ontleend over het aantal afgesloten contracten voor de KunstKoopregeling. Alles wat buiten deze regeling om rechtstreeks gekocht wordt bij kunstenaars, in galleries, kunsthandels of op veilingen blijft daarmee buiten beeld. Het gaat in de KunstKoopregeling om leningen voor de aanschaf, via geselecteerde galleries, van kunstwerken die na 1945 door nog levende kunstenaars gemaakt zijn, met een aanschafbedrag van minimaal 450 euro (150 euro voor CJP'ers). Een lening bedraagt maximaal 7.000 euro. Vergeleken met de ontwikkelingen in de album- en boekverkoop is de daling sterk: het aantal afgesloten contracten nam af met 45 procent, met de sterkste daling tussen 2007 en 2009. Het Mondriaanfonds wijt deze daling aan

de verslechterende economische situatie. Opvallend is echter dat de gemiddelde aankoop- en leenbedragen door de jaren heen wel zijn toegenomen (Mondriaanfonds 2012). Informatie over de boekverkoop is afkomstig van de koepelorganisatie Koninklijke Vereniging van het Boekenvak (KVB). Het gaat om een optelling van algemene boeken en e-books (schoolboeken en wetenschappelijke boeken zijn niet meegenomen). Die verkoop geeft tussen 2005 en 2007 een opvallende stijging te zien, maar blijft vanaf 2007 redelijk stabiel, met een lichte daling tussen 2009 en 2011.

Geen eenduidige trends

De geschetste ontwikkelingen in bezoek, beoefening en consumptie zijn niet in één trend te vatten, integendeel. Er is sprake van zowel stabiliteit (bereik van podia), als krimp (beoefening, verkopen beeld- en geluidsdragers en KunstKoopregeling) en groei (aantallen bezoeken aan podia, bioscopen en aan musea en presentatie-instellingen). Nadat bezoek, beoefening en consumptie alle drie waren gestegen tussen 2005 en 2007, groeide vervolgens alleen bezoek door, terwijl beoefening en consumptie sterk terugliepen. De stijging van het bezoek vinden we juist bij het type instelling dat de laatste jaren het

Andries van den Broek

is onderzoeker bij het Sociaal en Cultureel Planbureau op het terrein van participatie, cultuur en leefomgeving

Koen van Eijck

is hoofddocent Cultuursociologie en bijzonder hoogleraar Culturele leefstijlen aan de Erasmus School of History, Culture and Communication van de Erasmus Universiteit Rotterdam

meest innovatief is geweest wat betreft presentatie en techniek. We zien dat het met een dergelijke aanpak zowel binnen de gecanoniseerde als binnen de populaire cultuur mogelijk is om mensen vaker tot een bezoek te verleiden.

Op de gebieden van bezoek, beoefening en consumptie zijn er enkele forse kennislacunes, die helaas ook ten koste gaan van de dekking van de index. Zo is niet bekend (althans: niet met de voor de index benodigde tweejaarlijkse frequentie) wat het bereik is van bibliotheken of wat de bezoekcijfers zijn van voorstellingen op festivals en op kleine podia. De digitale muziekconsumptie is evenmin volledig in beeld gebracht; veel muziek wordt illegaal gedownload en de sterk opkomende (legale) streamingdiensten zijn niet in de beschikbare cijfers opgenomen.

Voor amateurkunstbeoefening zijn geen gegevens voorhanden over nieuwe digitale kunstvormen als gamedesign, noch over beoefening in verenigingsverband, over beoefening in informeel verband, zoals spelen in bandjes, of over internet als platform van amateurkunstbeoefening. Bij consumptie ontbreekt de kennis over de aanschaf van spullen ten behoeve van beoefening, net als systematische informatie over kunstankopen waarvoor geen beroep wordt gedaan op steun van de KunstKoopregeling, en is de kennis over aankopen van digitale diensten verre van compleet.

Literatuur

- Becker, G.S. (1965) 'A theory of the allocation of time'. In: *The Economic Journal*, vol. 75, no. 299, sept., 493-517.
- Bijl, R. (et al.) (red.) (2013) *Sociale staat van Nederland 2013*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Breedveld, K. en A. van den Broek (2003) *De meerkeuzemaatschappij: facetten van de temporele organisatie van verplichtingen en voorzieningen*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Broek, A. van den (2010a) *FAQ's over kunstbeoefening in de vrije tijd*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

- Broek, A. van den (2010b) *Toekomstverkenning kunst beoefening: een essay over de mogelijke betekenis van sociaal-culturele ontwikkelingen voor volume, voorkeuren en vormgeving van kunstbeoefening in de vrije tijd*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Broek, A. van den (2013) *Kunstminnend Nederland? Interesse en bezoek, drempels en ervaringen*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Broek, A. van den, J. de Haan en F. Huysmans (2009) *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars: trends in cultuurparticipatie en mediagebruik*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Cloin, M. en A. van den Broek (2013) 'De besteding van de wekelijkse 168 uur op hoofdlijnen'. In: *Met het oog op de tijd: een blik op de tijdsbesteding van Nederlanders*.
- Eijck, K. van (1999) 'Jazzed up, brassed off: sociale differentiatie in muzikale genrevoorkeuren'. In: *Mens en Maatschappij*, jrg. 74, nr. 1, 43-61.
- Eijck, K. van en G. Kraaykamp (2012) *Explaining trends in highbrow, omnivore and voracious cultural participation patterns in the Netherlands, 1975-2005*. Paper gepresenteerd op de Dag van Sociologie, 24 mei, Utrecht.
- Haan, J. de en W. Knulst (2000) *Het bereik van de Kunsten: een onderzoek naar veranderingen in de belangstelling voor beeldende en podiumkunsten sinds de jaren zeventig*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Knulst, W. (1989) *Van vaudeville tot video: een empirisch-theoretische studie naar verschuivingen in het uitgaan en het gebruik van media sinds de jaren vijftig*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Mondriaanfonds (2012) *Mondriaanfonds Jaarverslag 2011*. Amsterdam: Mondriaanfonds. (www.mondriaanfonds.nl/downloads/Jaarverslagen/Jaarverslag_2011.pdf).
- NVPI (2013) *Audiomarkt 2012*. Hilversum: NVPI. (www.nvpi.nl/sites/default/files/nvpi-marktinformatie-audio-2012.pdf).
- Pots, R. (2010) *Cultuur, koningen en democraten: overheid en cultuur in Nederland*. Amsterdam: Boom.

Noten

- LISS staat voor Langlopende Internet Studies voor de Sociale wetenschappen, het panel bestaat uit ongeveer 5.000 Nederlandse huishoudens. Zie <http://www.lisspanel.nl/website/>
- Dit is in strijd met een toekomstverkenning waarin geen dalend volume aan amateurkunstbeoefening werd verwacht (Broek 2010b). In de recente gegevens ontbreekt overigens de amateurkunstbeoefening van nieuwe digitale kunstvormen.
- UMD staat voor Universal Media Disc die voor film kan worden gebruikt, maar voornamelijk wordt toegepast in spelconsoles (PlayStation Portable).