

Cultuur en de i's van Schnabel

Ander cultuurpubliek en andere cultuurpolitiek

Andries van den Broek

Het cultuurbereik, het aandeel van de bevolking dat cultuuruitingen bezocht, gaf in de jaren 1995-2007 veelal consolidatie te zien, en op onderdelen groei (Broek et al. 2009).¹ Het bereik van musea steeg van 35 naar 41 procent, dat van kunstmusea van 17 naar 20 procent. Het bereik van galeries was stabiel rond 20 procent. Het bereik van podiumkunsten groeide van 48 naar 53 procent. Die groei voltrok zich met name bij popmuziek (van 25 naar 34 procent) en cabaret (van 11 naar 15 procent). Het bereik van professioneel toneel (circa 14 procent) en ballet (circa 5 procent) bleef gelijk, dat van klassieke muziek toonde een neergang (van 17 naar 14 procent). Filmvoorstellingen kenden in die jaren wel een groeiend bereik, van 49 naar 56 procent. In het algemeen springt in het oog dat de populaire cultuurvormen (popmuziek, cabaret en film) elk een groeiend publieksbereik kenden, maar dat het beeld bij de gecanoniseerde cultuur wisselde, van groei bij musea tot krimp bij klassieke muziek.

Van ontwikkelingen in het bereik na 2007 beschikt het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) niet over cijfers uit landelijk bevolkingsonderzoek. Wel zijn er tellingen aan de deur uit het veld zelf. Daarbij gaat het niet om het aantal individuele bezoekers maar om het aantal bezoeken. Bovendien is niet sectorbreed geteld, maar alleen bij instellingen die bij brancheorganisaties zijn aangesloten. Bij film levert dat gegevens op die weinig afwijken van het totale beeld, maar bij musea en podia ligt dat anders. Daarvan zijn er veel meer dan de 'officiële'. Bij musea gaat het dan vooral om kleinere instellingen (nota bene: museum is geen beschermd titel, iedere verzamelaar mag zijn of haar collectie onder die naam tentoonstellen). Vooral bij podia is het niet-geregistreerde deel aanzienlijk, hoewel uiteindelijk onbekend. Onderzoeksinitiatieven die beogen het totale lokale aanbod vast te leggen, zoals gedurende twee weken in Groningen en Appingedam (Bisschop Boele 2010), bieden hier op termijn mogelijk uitkomst.

Dit zijn twee belangrijke verschillen in de meting met die van het SCP. Dat voorbehoud gemaakt hebbende, duiden recente cijfers over bezoek aan musea en film op een continuering van de groei in de toeloop. Het aantal bezoeken aan musea steeg van 19,5 miljoen in 2005 tot 22 miljoen in 2011. Bij film steeg het aantal bezoeken per 100 ingezetenen van 127 in 2005 tot 183 in 2012, een stijging met 44 procent. Bij podia is het beeld minder eenduidig en minder rooskleurig. Podiumkunstbezoek vertoont sinds het begin van de financiële crisis een daling, alsook een vraagverschuiving naar de wat minder dure voorstellingen. Het aantal bezoeken aan podia die zijn aangesloten bij de Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties (VSCD) daalde van 14 miljoen in 2008 naar 12 miljoen in 2011, vooral de belangstelling voor het rijksgesubsidieerde aanbod aan toneel en klassieke

muziek nam af. Podia aangesloten bij de Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (VNPFF) kenden in 2011 2,7 miljoen betaalde bezoeken, tegen 2,6 in 2010.²

Rond de millenniumwende duidde Paul Schabel de dominante maatschappelijke ontwikkelingen in termen van vijf begrippen. Sindsdien staat de trits individualisering, informalisering, intensivering, internationalisering en informatisering te boek als de vijf i's van Schnabel (2000). Individualisering verwijst ernaar dat het individu vrijer het eigen leven inricht, zich minder gelegen laat liggen aan ver- en geboden van instituties als stand en religie. Elchardus (2002) ziet minder het verdwijnen van instituties dan het vervangen van oude door nieuwere

Informatisering is eigenlijk niet meer dan een nieuw speelveld waarop zich de slag om de aandacht van het individu voltrekt

(massamedia en reclame) en verkiest de term detraditionalisering. Informalisering verwijst naar lossere omgangsvormen en smaakvoorkeuren, intensivering naar het grotere belang dat men aan de beleving toekent. Cultuur met een hoofdletter C viel door dit alles in twee opzichten van haar voetstuk en dat had gevolgen voor de cultuurparticipatie: iets cultureels doen werd één van de vele opties tot vrijetijdsbesteding en de canon verloor aan gezag. Internationalisering ondergroef de vroegere hiërarchie in smaakvoorkeuren in de vorm van cultuurrelativisme. Daarbij vergeleken is informatisering, recent vooral digitalisering, eigenlijk niet meer dan een nieuw speelveld waarop zich de slag om de aandacht van het individu voltrekt.

Waar de financiële crisis hopelijk van voorbijgaande aard is, hebben de door Schnabel gesignaleerde maatschappelijke ontwikkelingen een langere adem. Teruggrijpend op genoemde trends in cultuurparticipatie past het groeiende bereik van populaire kunstvormen in het beeld van individualisering, informalisering en intensivering, zeker ook wanneer men individualisering opvat als grotere invloed van media. Het culturele veld staat voor de uitdaging een publiek te bereiken dat minder hecht aan traditionele smaakconventies en gedragscodes. Het meest van al balt dit zich samen bij klassieke muziek.

Cultuur als keus

Het toekomstig bereik ligt deels al besloten in het heden, omdat individuen goeddeels aan hun eerder verworven cultureel repertoire vasthouden. Naarmate de culturele voorkeuren van geboortegaargen veranderen, wijzigt langzaam het gemiddelde culturele gedrag van de bevolking (Broek et al. 2010). Onder latere geboortegaargen is het bereik van populaire kunstvormen groter dan onder eerdere. Het continue proces van cohortvervanging is daarmee een impuls tot een gestaag verder groeiend bereik van populaire kunstvormen. Globaal hangt het bereik van gecanoniseerde kunstvormen weinig met geboortegaargen samen, maar voor het bereik van klassieke muziek is cohortvervanging, als er niets verandert, slecht nieuws. Hierbij dient te worden aangetekend dat deze cohortanalyse is gebaseerd op trendgegevens tot en met 2007, terwijl het veld intussen in beweging is gekomen. Veel zal ervan afhangen hoe de concertpraktijk van klassieke muziek zich verder ontwikkelt, bijvoorbeeld door klassieke muziek anders te presenteren (Idema 2012). Initiatieven om jong publiek te interesseren voor klassieke muziek zijn bijvoorbeeld *Entrée* van het Concertgebouw te Amsterdam, *Virus* in de Rotterdamse Doelen, optredens van het Nederlands Symfonieorkest onder de naam *Casual Klassiek* in de lokale poptempel van Enschede en het tv-programma *De Tiende van Tijd*.

De belangrijkste maatschappelijke ontwikkeling voor de culturele sector is de emancipatie van het individu. Vanuit het ideaal van individuele zelfontplooiing geldt die emancipatie veelal als een groot goed. Voor het culturele veld kleven er echter ook nadelen aan. Het eerste nadeel is een grotere eigenzinnigheid en wispelturigheid in de vrijetijdsbesteding. Cultuur is een keus, en als men er al voor kiest krijgt die keus steeds minder de vorm van een abonnement op een reeks gecanoniseerde voorstellingen. Een tweede nadeel is dat de retoriek van individualisme op gespannen voet staat met het element van paternalisme dat vanouds in cultuurbeleid zat ingebakken. De emancipatie van het individu ondergroef de legitimatie van cultuur-

Andries van den Broek

is onderzoeker bij het Sociaal en Cultureel Planbureau

beleid. Niet alleen Rutte I en II getuigen daarvan, maar ook de verkiezingsprogramma's van vrijwel alle partijen (Broek 2012). Nagenoeg kamerbreed hanteert men impliciet of expliciet de liberale redenering dat het individu instructie nodig heeft alvorens autonoom te kunnen kiezen (Hilvoorde et al. 2012), en dat vooral erfgoed steun verdient als collectief goed, maar dat de culturele sector verder meer dan voorheen op eigen kracht de interesse van het publiek moet zien op te wekken. Daarmee heeft het culturele veld niet alleen te maken met een ander cultuurpubliek maar ook met een andere cultuurpolitiek.

Literatuur

- Bisschop Boele, E. (2010) *Musicscape Groningen – Live!* Groningen: Hanzehogeschool Groningen.
- Broek, A. van den (2012) 'Cultuur tussen collectieve verantwoordelijkheid en consumentensoevereiniteit.' In: *Een beroep op de burger: Sociaal en cultureel rapport 2012*, 231-253.
- Broek, A. van den, J. de Haan en F. Huysmans (2009) *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars: trends in cultuurparticipatie en mediagebruik*. Den Haag: SCP.
- Broek, A. van den (et al.) (2010) 'Verschillen in vrijetijdsbesteding.' In: *Wisseling van de wacht: generaties in Nederland: Sociaal en cultureel rapport 2010*, 357-383.
- Elchardus, M. (2002) 'Op in rook?' In: *De symbolische samenleving: een exploratie van de nieuwe sociale en culturele ruimtes*, 7-30.
- Hilvoorde, I. van (et al.) (2012) *Manifestaties van de vrijheid des geestes: een liberale kijk op cultuur en sport*. Den Haag: Teldersstichting.
- Idema, J. (2012) *Present! Rethinking live classical music*. Amsterdam: MCN.
- Schnabel, P. (2000) 'Een sociale en culturele verkenning voor de lange termijn'. In: *Trends, dilemma's en beleid: essays over ontwikkelingen op langere termijn*, 11-27.

Noten

- 1 Helaas is aan de lange reeks AVO-cijfers een einde gekomen (AVO=aanvullend voorzieningengebruikonderzoek). In de winter van 2012-2013 is een nieuwe peiling verricht die in de loop der tijd tot een nieuwe reeks moet uitgroeien. Die cijfers zijn nog niet beschikbaar, maar zijn hoe dan ook geen vervolg op de AVO-trends.
- 2 Cijfers verzameld uit diverse (jaar)verslagen van Nederlandse Museumvereniging, Stichting Filmonderzoek, Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals en Vereniging van Schouwburg- en Concertgebouwdirecties.