

Debat

Cultuur als zeggenschap, dan pas als participatie!

Eric Corijn

Cultuurbeleid in Vlaanderen is niet hetzelfde als Vlaams cultuurbeleid en dat is niet hetzelfde als beleid voor de Vlaamse cultuursector, betoogde cultuurfilosoof Eric Corijn op een Ploeg-colloquium over culturele participatie. Niet dat er wat is tegen culturele participatie, integendeel, maar kunnen we het ook even hebben over het hoe en waarom van de inhoud?

Van bij zijn aantreden heeft de huidige Vlaamse minister van cultuur de discussie geopend over de finaliteit van de (gesubsidieerde) cultuursector. Hij bepleitte daarbij een relatief verminderde aandacht voor de interne, aan zichzelf refererende criteria, ten voordele van meer maatschappelijke verwijzingen en een beter publieksbereik. De discussie is verlengd door een aantal andere, vooral Antwerpse, politici. De cultuursector is er niet voor zichzelf, hij is er voor het publiek! En niet alleen het aantal is dan van belang maar ook de sociale samenstelling. De cultuursector is er niet voor de culturele elite maar voor iedereen! Op het eerste gezicht zijn dat respectabele uitgangspunten, als ze niet leiden tot een populistisch antwoord. Dat hebben we al gehad toen enkele jaren geleden liberale stemmen in het debat omzeggens alle interne criteria wilden vervangen door de cijfers van het publieksbereik. Zonder veel consumenten, geen overheidssteun! In het marktdenken wordt elke inhoudelijke beleidsdiscussie vervangen door de goddelijke regel van vraag en aanbod.

Dat spookbeeld ziet Herman Brusselmans voor zich wanneer hij fulmineert tegen een minister die “*Big Brother* goeie televisie vindt, die *De Avonden* van Reve *De Nachten* noemt, die Pieter Aspe de beste Vlaamse schrijver vindt en ijvert voor een film met K3” (zie ‘s schrijvers recente optredens in “Trommels en Trompetten” op Canvas en in Humo). De lijn tussen ‘populair’ en ‘populistisch’ is inderdaad flinterdun. En er bestaat wel een neerwaartse logica van cultuur als waar op een markt. De markteconomie heeft een maatschappij nog nooit meer gecultiveerd gemaakt, wel integendeel. Verkopen en winst maken is een heel ander register dan communiceren, opvoeden, creatief zijn of esthetisch genot ervaren. Het is de regelmatige verwarring tussen de twee registers die ons zo bang maakt van de ‘Amerikanisering’ en de ermee gepaard gaande vervlakking.

Participatie aan welke cultuur?

Het gehele participatiedebat wordt dus niet zonder risico's gevoerd. Natuurlijk is iedereen voorstander van een groter bereik van de cultuur. (Hoewel, een aantal fundamentalisten willen alleen een groter bereik voor de eigen cultuur) De vraag is alleen wat men daarvoor precies gaat doen. Het gaat dus niet over publiekscijfers als zodanig, zegt men. De commercialisering van de media heeft nochtans de dictatuur van de kijkcijfers al ingesteld. Die is verantwoordelijk voor een verlaging van de gemiddelde kwaliteit en voor een versmalling van het aanbod. Enige argwaan is dus niet misplaatst. Het gaat in dit debat, zo hopen we toch, over de afstemmingsvraag tussen een culturele of artistieke productie en de culturele of artistieke praktijk van verschillende lagen in de bevolking. Het gaat in feite om de publiekswerking. 'Publiekswerking is een wisselwerking, en moet vertrekken van een kwaliteitsstandaard', stelt het rapport over Musea en publiekswerking¹ terecht.

Als we over participatie spreken dan moeten we dus erg goed duidelijk maken waarover we het hebben. Wat bedoelt men juist met: 'deelnemen aan het cultureel leven'? Betekent dat deelnemen aan culturele activiteiten? En met welke frequentie en intensiteit? En in welke mate moet die deelname gespreid zijn over verschillende types cultuur of mag dat gericht zijn op één enkele sector? En wat als je het aanbod niet leuk vindt? Participatie is maar interessant wanneer er interactie ontstaat.

Er is totnogtoe weinig inzicht over de relatie tussen de participatie aan activiteiten en het 'cultureel kapitaal' van iemand. Men onderzoekt de deelname van mensen aan culturele evenementen. Men weet weinig over het cultureel patroon van mensen. In het beste geval verwijst men naar het onderwijsniveau van mensen. Maar kent men wel het verband tussen de behaalde diploma's en het cultureel niveau? (Ik wil in mijn professionele omgeving de hooggeschoolde vakidioten die nooit een krant lezen niet te eten geven.) Veel onderzoek geeft een zeer abstract beeld van het culturele veld. Het cultuurparticipatieonderzoek is immers gedomineerd door een kwantitatieve en individualistische benadering, als ware het werkelijk een marktonderzoek (steekproeven en vragenlijsten voorgelegd aan individuen). Dat levert in feite weinig betrouwbare inzichten over de sociale kaart van de smaak. De methode van onderzoek draagt trouwens bij tot een visie van de individualistisch consumerende participant.

Laten we eerst toch even die naakte cijfers bekijken. Wat doet de Vlaming in zijn cultureel uitgaansleven? Met minstens één deelname per jaar kom je in de cijfers. Wat leert ons dergelijk onderzoek?²

¹ Adriaenssens I.; J. Capenberghs en P. De Rynck (1998): Musea en Publiekswerking, Brussel, Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap, Cultuurstudies 5: 402 p.

Cultuur thuis

De belangrijkste culturele praktijk van de laatste decennia is nog steeds het mediagebruik thuis. In het begin van de jaren tachtig zaten Tv-kijken en radio beluisteren als vrijetijdsactiviteiten al bijna aan hun plafond. In 1997 zegt slechts 2,5 procent van de Vlaamse bevolking nooit naar televisie te kijken en 7,6 procent nooit naar de radio te luisteren. Wat de frequentie van het kijk- en luistergedrag betreft lijkt er geen groei in te zitten. Het gemiddelde radioluisteren is gedaald van ongeveer 4 uur per dag in 1983 tot 8,6 uur per week in 1997. Ook de algemene frequentie van het Tv-kijken lijkt eerder wat gedaald: in 1997 keek men gemiddeld 5,4 uur per week naar informatieve Tv-programma's en 10,7 uur naar films en ontspanningsprogramma's. Dat is dan iets minder dan de 18,5 uur per week van 1983. Dat betekent natuurlijk niet dat er minder voor het scherm wordt gezeten want het aanbod van de beeldcultuur is ruimer geworden (video, computer, internet...). 84 procent van de Vlamingen beluisteren Cd's, LP's, cassettes. Een belangrijke minderheid gebruikt de computer. Daardoor is men selectiever in het televisiegebruik.

Dat intensief gebruik van elektronische media gaat niet ten koste van de geschreven pers. Van de Vlaamse bevolking leest 82 procent al eens een krant en een iets hoger percentage (85,3 procent) leest wel eens tijdschriften, weekbladen en maandbladen. Maar het frequent lezen van gedrukte media is wel afgenomen: in 1983 zei nog 53 procent dagelijks een krant te lezen tegen 46 procent in 1997. Die daling is nog opvallender voor andere bladen: in 1983 zei 47 procent dagelijks in een weekblad te lezen en 45 procent in een magazine, in 1997 is dat teruggevallen tot 9 procent van het dagelijkse leesgedrag. De groep mensen die boeken leest is stabiel gebleven (54 procent in 1997) maar ook hier is de frequentie achteruit gegaan.

Men kan dus zeggen dat de toegang tot cultuurdragers thuis zeer breed is en voor nieuwe media sterk stijgt. Door deze grote verscheidenheid in het aanbod lijkt de frequentie van het gebruik wat af te nemen. En dat heeft vast ook te maken met de toegenomen werkdruk en de toegenomen arbeidsparticipatie van de vrouwen, waardoor de beschikbare vrije tijd thuis sterk onder druk komt te staan.

Het mediagebruik kan in het licht van een aantal achtergrondvariabelen genuanceerder worden beschreven. Zo is het duidelijk dat het hier gaat om relatief goedkope cultuuractiviteit voor mensen met relatief veel tijd. "Zware kijkers zijn mensen met lege agenda's, met weinig verplichtingen en met weinig andere

² Tenzij anders vermeld komen deze gegevens uit het onderzoek 'Toerisme, recreatie en vrijetijd in Vlaanderen anno 2000' dat we mede hebben uitgevoerd in opdracht van het Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap – Administratie Wetenschap en Innovatie in de onderzoekseenheden Vrije Tijd, Toekomst en Beleidsplanning van de VUB (promotor: Prof. Dr. L. Bollaert, co-promotor: Prof. Dr. P. de Knop) en Sociologie van het Gezin van de KUL (promotor: Prof. Dr. K. Matthijs, copromotor: Prof. Dr. L. Delanghe). De onderzoekers Myriam Stoffen en Hans Neefs werden begeleid door Eric Corijn.

vrijtijdsbelevissen”, zo zegt het Nederlandse Sociaal-Cultureel rapport van 1998. En: “De kijktijd zegt meer over de situatie van de kijker dan over de appreciatie van de geboden programma’s”. Overigens zijn het vooral sociaal-culturele kenmerken van de mensen die het gebruik van de media duiden: zo zijn de films en ontspanningsprogramma’s op de TV nog steeds vooral een tijdverdrijf voor de minder opgeleiden, terwijl hoger opgeleiden dan weer meer kranten en boeken lezen. De introductie van de nieuwe media gebeurt ook vooral via de jongere hoger opgeleiden.

Uitgaan

Tijdens de laatste twee decennia is het cultureel en commercieel uitgaansleven ook sterk toegenomen. Het begin van de jaren ‘80, de crisisjaren, vertoonde een terugval die alweer helemaal is opgeslorpt en omgezet in een lichte toename. Omzeggens iedereen neemt deel aan het commerciële uitgaansleven (96 procent). Voor het culturele uitgaansleven is de niet-participatie gevoelig hoger: ruim 36 procent van de bevolking neemt niet één keer per jaar deel aan een cultureel evenement. Het getuigt van de dualisering van de samenleving: zowat een derde van de bevolking neemt nooit deel en bij de tweederden deelnemers stijgt de participatie. Musea, tentoonstellingen, monumentendagen halen een deelname van 44 procent, populaire muziek bereikt 30 procent van het publiek, klassieke muziek 20 procent, amateur-theater 28 procent, professioneel theater 22 procent, dans 10 procent, enz. Het gaat hier niet alleen om een uitsluiting volgens levensstandaard, maar vooral op basis van cultureel kapitaal, zeg maar opleidingsniveau.

Dat wordt duidelijk wanneer we de hoge participatie aan het commerciële uitgaansleven bekijken: restaurant 81 procent; taverne, snackbar, frituur 72 procent; cafébezoek 70 procent; bioscoop 53 procent; beurs, salon 51 procent; kermis, circus, stoeten, optochten 51 procent. Die participatiecijfers vindt men terug in de sportbeoefening (64 procent actief en – slechts – 34 procent als toeschouwer) en in de daguitstappen (91 procent, vooral dagje aan zee 67 procent; winkelen 65 procent; stadsbezoek 54 procent, of natuurwandeling 50 procent). Dus mensen doen nogal wat dingen en dat kost allemaal geld. Alleen trekt de kunst- en cultuursector relatief minder deelnemers dan ander aanbod.

Het gehele participatiedebat krijgt aldus al een eerste omschrijving. We beschikken slechts over weinig gegevens: eens per jaar iets doen vertelt natuurlijk niks over de plaats die de activiteit inneemt in je levenspatroon. Maar in vergelijkende zin kan men zeggen dat er geen enkele activiteit bestaat waar iedereen, of omzeggens iedereen aan deelneemt. Elke activiteit spreekt dus slechts een gedeelte van de bevolking aan. Maar wel is het zo dat de cultuurparticipatie iets minder scoort dan enkele andere types vrijetijdsbesteding. Hoewel men dat dan opnieuw moet nuanceren. Televisiekijken en bij uitbreiding mediagebruik is even sterk verspreid als het cafébezoek. Het echte populaire vermaak zoals feesten,

optochten, filmbezoek, winkelen, daguittappen naar beurzen bereikt maximaal tussen de helft en tweederden van de bevolking. En sommige activiteiten waarover men dan geen participatiedebat voert – zoals het bijwonen van sportwedstrijden – hebben een veel kleiner publiek dan het culturele uitgaansleven: 34 tegen 64 procent.

Deze eerste bespreking pleit ervoor het participatiedebat zonder demagogie te voeren. Laat iedereen vooral duidelijk de doelstellingen en de argumenten expliciteren. En laat niemand de indruk verwekken dat de gehele bevolking ooit de doelgroep kan zijn van eender welk aanbod. De cultuurproductie en -consumptie zijn gesegmenteerd, zoals de samenleving heterogeen is. Ze maken deel uit van sociale praktijken, van interacties en die zouden moeten kunnen worden geëxpliciteerd. Nu zorgen de onderzoeksmethodes ervoor de indruk te verwekken dat de cultuurparticipatie gebeurt volgens een marktprincipe: afzonderlijke producten worden aangeboden en individuele consumenten gaan al dan niet op dat aanbod in. De gehele sociale werking van de cultuur wordt daardoor te veel buiten beschouwing gelaten.

Wil men toch enkele algemene verbanden vastleggen, dan is het duidelijk dat beschikbare tijd, beschikbaar inkomen en opleidingsniveau belangrijke voorwaarden zijn voor een actieve cultuurparticipatie. Maar je moet geen groot denker zijn om dat te kunnen bedenken. Wil men vanuit het beleid het algemeen klimaat verbeteren dan lijkt het aangewezen ernstig werkt te maken van (a) een inkomensherverdeling en een drastische verhoging van de laagste inkomens en (b) het onthaastingsdebat en een verminderde werkdruk en (c) minder prestatiegericht onderwijs. Dat is geen demagogie, omdat de consumptie in het algemeen en de cultuurconsumptie in het bijzonder, geregeld worden door een dergelijk algemeen klimaat. Het is duidelijk dat de belangrijkste elementen voor een verhoogde participatie buiten de greep van de cultuursector zelf vallen.

De nationale traditie

En dan is er vanzelfsprekend nood aan een opvatting over hoe de culturen in de samenleving verdeeld zijn, hoe de afstemming gebeurt tussen cultuurproductie en cultuurgebruik, in welke traditie beleid en instellingen zijn gevormd. Het cultuurbeleid in Vlaanderen kent nog niet zo'n lange geschiedenis. Het werd gevormd in de discussie over de culturele autonomie, en die kende een doorbraak met de industrialisering van Vlaanderen in de jaren zestig. Politiek werd dat gedragen door een nieuwe Vlaamse 'elite', met sterk Vlaams-nationalistische wortels, gevormd in de kringen van de naoorlogse CVP en de krant De Standaard, verbonden met de nieuwe Vlaamse burgerij die groeide rond de nieuwe investeringen. De vormgeving van de nieuwe staatsstructuur gebeurde in de begeleiding van een sterk ingehouden modernisering.

De eerste Vlaamse minister van cultuur was Renaat Van Elslande en die liet de Leuvense Studiegroep Cultuur en Vrije Tijd, o.l.v. Frans Van Mechelen onderzoek doen en een beleid voorbereiden³. Van Mechelen zelf wordt in 1968 minister en blijft dat tot in 1972. Hij is een pleitbezorger van de Vlaamse economische expansie, gedragen door een eigen Vlaamse cultuur. Het Vlaams-nationalisme van Van Mechelen kent enige solidaristische sympathieën: hij is een fervent antisocialist, hij verwerpt de klassenstrijd, maar hij verwerpt ook de culturele hegemonie van een franskiljonse burgerij. Arbeid, gezin en cultuur zijn voor hem de hoekstenen van een zelfstandig Vlaanderen. (Die ideologie zal hem op het eind van zijn leven in het vaarwater van het Vlaams Blok brengen)

Het sluitstuk van zijn beleid is een politiek van cultuurspreiding en ‘volksverheffing’(overal komen culturele centra voor ‘culturele activiteiten voor het volk’, het middenveld wordt gemobiliseerd in de toeleiding). Deze politiek van paternalistische democratisering kende omzeggens geen debat over de inhoud van het aanbod. Het beleid richtte zich op spreiding en toegankelijkheid in functie van vrij traditionele waarden. Later wordt dit beleid wel enigszins bijgestuurd onder druk van de mentaliteitsveranderingen eind jaren zestig. Het bestaan van een populaire cultuur, van een massacultuur wordt in rekening genomen. Het sijpelt langzaam binnen in het sociaal-cultureel werk en uiteindelijk ook in de gevestigde cultuurinstellingen. Het officiële cultuurbeleid werd gecontesteerd onder het label van een ‘strijdcultuur’ die zich verbond met de sociale en culturele bewegingen van de jaren zeventig.

Men kan zeggen dat tegen die instrumentele visie op kunst en cultuur, hetzij in functie van de natievorming of in functie van de sociale strijd, binnen de ‘sector’ een reactie ontstond. De wind keerde in de jaren tachtig. De maatschappijkritische band tussen de arbeidersbeweging en de nieuwe sociale bewegingen viel weg. Een neoliberale ideologie doorkruiste de politiek van de welvaartsstaat. De vermarkting omsloot ook de cultuurspreiding. En kunstenaars en cultuurmakers trokken zich meer terug in een eigen referentiekader gebouwd op vormexperimenten en steeds nieuwe lezingen van de artistieke traditie. Eens de creatie in de beslotenheid van het atelier uitgewerkt, werd het ondersteund met de nodige marketing aan een publiek aangeboden. In die zin is het postmodernisme inderdaad de filosofische en artistieke verschijning van de vermarkting en de liberale ideologie.

Het huidige debat over de afstemming van cultuurproductie(s) enerzijds en publiek(en) anderzijds getuigt van het falen van beide procédés: de ideologie van de volksopvoeding en dan de ideologie van de cultuurmarkt. Er bestaat een diepe onderstroom in het Vlaamse cultuurbeleid van een goed bedoeld paternalisme. Het beleid is in se een CVP-zaak geweest, waarbij cultuur benaderd werd vanuit een

³ Zie Corijn, E.(1998): De Onmogelijke Geboorte van een Wetenschap. Verkenningen in de ontwikkeling van de studie van de vrijetijd, Brussel, VUB Press, 365p.

welzijnsdenken en dat welzijnsdenken gevangen zat in een sterke, zeg maar suburbane kleinburgerlijke en nationalistische ideologie. Een enkele maal werd die continuïteit onderbroken door een liberale opstoot van het marktdenken. Het kwam over als een bevrijding. De horizon bleef echter beperkt tot de productievrijheid van de kunstenaar en de consumptievrijheid van de individuele consument. Economische criteria vervingen het inhoudelijke debat.

Natie en markt zijn historisch de referentiepunten van het beleid in Vlaanderen. Ook in de huidige beleidsteksten blijven het de ankers. Cultuurproducten moeten een publiek bereiken om (a) redenen van rentabiliteit en (b) redenen van culturele integratie. Er is nood aan een betere theorie over cultuurparticipatie.

De actieve consument

Het nationalistische en het liberale cultuurbeleid zijn beide gericht op het sturen van het aanbod. In het ene geval moet dat beantwoorden aan een reproductie en een verspreiding van de 'eigenheid'. Het publiek wordt geacht die te herkennen, te assimileren en op die manier deel te worden van een gemeenschap. Er ontstaat hier een probleem wanneer niet het gehele publiek (het gehele volk in feite) wordt bereikt en het probleem wordt gesteld in termen van integratie. Dan moet het aanbod worden aangepast om ook de niet-participanten te bereiken. Veelal komt men niet verder dan een pleidooi voor de 'volkscultuur' en het hernemen van populaire tradities in de massacultuur (Nog eens Slisse en Cesar of Bossemans en Coppenolle). Een traditie die trouwens al volledig is opgegaan in de soapcultuur van de commerciële zenders.

Liberalen komen dan op tegen een dergelijke 'betutteling'. Zij willen een 'aanbod' dat beantwoordt aan een 'vraag'. Maar voor hen wordt de vraag uitgedrukt in 'the willingness to pay', de bereidheid een ticket te kopen. Komen er voldoende betalende klanten om het aanbod leefbaar te houden dan is dat in orde. Komen er onvoldoende dan is er een probleem. Vooral het aanbod komt dan onder vuur als zijnde 'elitair'. Alleen een koopkrachtig publiek heeft in het marktdenken immers recht op een duur aanbod. Voor het overige is er plaats voor de massacultuur die overleeft dankzij de grote getallen. Voor een discussie over inhoudelijke afstemming tussen een bepaald aanbod en een soort publiek schiet de ideologie tekort omdat ze uitgaat van een totaal vrije individuele consument. Wil men toch inhoudelijk argumenteren dan tapt men al snel uit conservatieve vaatjes en dan worden openbare orde, openbare zeden en een zeker populisme de referenties.

In het nu dominante populisme vinden beide tradities elkaar in de legitimering van de massacultuur, in een anti-intellectualistisch afwijzen van het debat over vervlakking en gebrek aan kritische afstand. Alles kan, als de kijkcijfers maar voldoende hoog zijn voor de reclameblokken. Het ‘einde van de grote verhalen’ en ‘het einde van de geschiedenis’ lijken voldoende argumenten voor een consumptiecultuur voor een geatomiseerde consument.

Al die benaderingen gaan uit van een vrij passieve cultuurconsument. Nu is het wel duidelijk dat zingevingssystemen – en daar gaat het toch om in de cultuurproductie – niet gewoon worden overgenomen. Mensen confronteren die met hun dagelijkse ervaringen, bewerken ze voor eigen gebruik, combineren ze met andere cultuurelementen. Kortom de ‘consumptie’ wordt een actieve handeling, een knutselwerk – zoals de Certeau⁴ het noemt – waarin de ‘dominante cultuur’ wordt omgevormd voor eigen gebruik. Het gaat dus wel degelijk om een cultuurproductie vanwege het publiek. Interessant is dus juist hoe het effect van kunst en cultuur verschilt van het door de producent beoogde. Het publiek is immers meester in het ‘mis-bruik’, in de afgeleiden. Zo ontkomt het ook aan de dominantie van de heersende cultuur. Zo wordt cultuur ingebouwd in het alledaagse. Het is een analyse die ingaat tegen de puur pessimistische visie van de manipulerende cultuurindustrie die er zou in slagen iedereen te *brainwashen*⁵. Het ‘gebruik’ van een waar wordt niet (volledig) bepaald door de producent ervan.

Alledaagse cultuur is geen massacultuur

In een individualistisch perspectief – en dat wordt door de postmodernen onderstreept – gebeurt dat natuurlijk door elke persoon afzonderlijk. Maar de eigen zingeving gebeurt niet zonder sociaal decorum. Die ‘bricolage’ staat tegenover de achtergrond van het dagelijks levenspad, in relatie met een ‘peer group’, met een levensstijl, met een werk- en woonomgeving. De productieve consumptie moet kunnen worden gelezen door diegenen waarmee men (regelmatig) omgaat. Door een min of meer collectieve verwerking van de aangeboden cultuurproducten wordt de massacultuur omgebouwd tot een populaire cultuur, tot een ‘eigen’ cultuur. Het afwijzen van een bepaald aanbod, een niet-deelname maakt daar deel van uit. Eén van de grondleggende boeken van de Britse cultuurstudies draagt de titel ‘Resistance through rituals’⁶. en handelt over de betekenis van de weerstand tot deelname. Voetbalhooliganisme of piercing zijn er

⁴ Zie de Certeau, M et al (1980): L’invention du quotidien, Paris, Gallimard

⁵ Zie de analyses van de Frankfurter Schule: Horkheimer, M. & T. Adorno (1987): *De dialectiek van de verlichting*, Nijmegen, SUN: 279p.

⁶ Jefferson, T. (ed)(1975): Resistance through rituals, London, Hutchinson. Zie ook: Dunning, E. Et al (1988): The roots of football hooliganism, London, Routledge

voorbeelden van. Subculturen ontstaan door een gemeenschappelijk verzet tegen integratie in de dominante cultuur.

Het is die sociale werking van kunst en cultuur, van integratie en afwijzing, van consumptieve productie en productieve consumptie die duidelijk in beeld moet worden gebracht. De cultuur van het alledaagse levert de omgeving waarin een zekere identiteit, een leefstijl, een 'habitus'⁷ werkzaam is. Ze levert zoals Williams⁸ zegt een 'structure of feeling'. Het is vanuit deze cultureel gestructureerde levenservaring dat mensen omgaan met de cultuurproducten in hun nabije en meer afgelegen omgeving.

De culturele sector werkt niet met alle elementen uit de levende cultuur, of toch niet in dezelfde mate. Niet alle levensvormen worden even intensief gedocumenteerd. De cultuurproductie is eenzijdig. Dat spreekt voor zich wanneer we het hebben over de culturele uitsluiting van de migranten. Die werden veertig jaar geleden ingevoerd als arbeidskrachten, niet als cultuurproducenten. Tot vandaag, tot in de tweede en derde generatie, zijn ze niet doorgedrongen in de geïnstitutionaliseerde cultuurproductie en reproductie. Hoeveel allochtonen zijn vandaag betrokken in theatergroepen, culturele centra of televisieprogramma's? Dat het christendom een historische referentie moet zijn voor eenieder wordt zelden in vraag gesteld, maar dat de Islam tot onze eigen cultuur behoort, wordt veelal afgewezen. Wanneer een artistiek product zoals de film 'Au delà de Gibraltar' verwijst naar hun levenservaring, dan zitten de zalen vol, dan is er geen probleem van 'participatie'. Hetzelfde geldt voor de jeugdcultuur, of voor de stadsculturen, of voor arbeiderscultuur; voor alle culturen die niet in de dominante productiecentra zijn opgenomen.

Het probleem van de participatie moet dus worden gedacht op het vlak van het samenspel tussen de achtergrond van de productieve consument en het artistiek aanbod en de daarin gebruikte referenties. Elke interactie vereist zowel een zekere herkenbaarheid, een stuk gedeelde cultuur, maar ook een zekere vervreemding, een andere lezing. Het is met dat spanningveld dat sociaalartistieke projecten bezig zijn. Het is daarbij onvoldoende dat kunst een publiek trekt, de artistieke ervaring moet bijdragen tot een uitdrukken, tot een documenteren, tot het scheppen, van een kritische afstand van en met de eigen levenservaring. Het gaat om een zeggenschap, eerder dan om een participatie. Het gaat erom elementen te vinden om met een zekere kritische afstand het eigen leven te zeggen, te vertellen, uit te drukken.

⁷ de notie 'habitus' bij Bourdieu, P (1979): *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Editions de Minuit: 670p.

⁸ Williams, R. (1961) *The long revolution*, Chatto and Windus, London

Zoals ik elders⁹ al heb betoogd functioneren de cultuurinstellingen ook als sociaalartistieke projecten. De referentiegroep is dan de ‘nieuwe middenklasse’ die in de statistieken naar voren komt als hooggeschoold, met een goede job en een redelijk inkomen. Het dominante cultureel referentiekader behoort tot hun cultureel kapitaal (of ze doen toch alsof). Ze cultiveren ook buiten het theater en de galerij een individualistische levensstijl. Kortom ze staan nogal dicht bij de leefwereld van waaruit de heersende kunst wordt geproduceerd. In elk geval willen ze gelijkaardige referenties delen. Het is op die manier dat democratisering en spreiding van het bestaande aanbod toch niet bijdraagt tot een vermindering van de sociale ongelijkheid. Integendeel, ze reproduceert ze. Op dezelfde wijze waarop een democratisering van het onderwijs, gedragen door leerkrachten met een zelfde sociale achtergrond, er niet in slaagt iets te veranderen aan de sociale ongelijkheid.

De bestaande cultuursector documenteert niet alle in de samenleving bestaande leefvormen, of toch niet in dezelfde mate. De opbouw van het cultureel kapitaal gebeurt binnen een eigen subcultuur. Het bestaande culturele aanbod is dus ook een sociaalartistiek project, gericht naar een bepaald publiek. Op zich is daar niks ergs mee. Er bestaat geen enkel product dat voor iedereen geschikt is. Men moet het alleen willen toegeven. Zo komt trouwens ook het eigen referentiekader (de abstractie, het individualisme, het formalisme, de zelfreferentie, enz.) eens in discussie. In de discussie over de participatie, moet duidelijk worden dat het vermeende kosmopolitisme van de kunst wel erg eng is.

Daar bovenop komt natuurlijk nog de kwestie van de ‘eigenheid’. De discussie gaat immers niet alleen over participatie aan cultuur, maar over ‘onze cultuur’. Het gaat om Vlaams cultuurbeleid! Een identiteit wordt geconstrueerd door bepaalde elementen uit de gedocumenteerde cultuur te selecteren en ze tot een traditie te verheffen. Ik schrijf het nu wel een beetje complotachtig op. Ik weet ook wel dat tradities al doende ontstaan en dat je ze nooit kan opleggen. Maar toch. Beleid stuurt, steunt op beslissingen, structureert, subsidieert. Voor een ruimtevaarder kan een half miljard op tafel worden gelegd, voor een Arabisch museum is geen geld. De opera of de wereldkampioenschappen atletiek worden gesubsidieerd, maar het stadscultureel project van Brussel 2000 moest voortdurend besnoeien. Zo wordt er gewerkt aan identiteiten, vooral wanneer die dan nog eens via media en andere kanalen worden verspreid.

Die selectieve traditie is in Vlaanderen sterk gericht op het ondersteunen van de uitbouw van eigen staatsstructuren. De eigenheid zet zich af tegenover de Ander. Dat is altijd zo. Vlaanderen kan niet zonder de franskiljon of de Waalse PS. Maar precies in dat klimaat is het moeilijk een nieuwe ‘selectieve traditie’ uit te werken gericht op de multiculturele samenleving, gericht op het belang van vreemde tradities, gericht op

⁹ Corijn, E. (2001): Sociaal-artistieke projecten zijn artistieke projecten en vice versa, in: Etcetera, vol. 19, nr 79, Brussel, Theaterpublikaties vzw: 27-29

het pluralisme van de artistieke referenties. Om maar niet te spreken over een kritische verwerking van het eigen verleden: het diepgewortelde paternalisme en corporatisme, de veelal verkeerd begrepen arbeidsethiek, de antistedelijke mentaliteit in de suburbane modernisering, de afkeer van meertaligheid¹⁰... Het Vlaams Blok moet toch ergens thuis zijn. En het is vooral sterk aanwezig, zij het als contrapunt, in het cultuurbeleid. Maar al teveel wordt hun het monopolie van racisme en xenofobie toegedicht, waardoor het sterke etnocentrisme van ‘*mainstream* Vlaanderen’ wordt verpakt in het democratisch pluralisme. En vanuit die vaststelling moet de artistieke productie in vele richtingen worden ondersteund, ook voor die experimenten waar vandaag geen volk voor is. Ook voor kunst geldt het principe van het vrij onderzoek en zoals voor wetenschap zou het nefast zijn het onderzoek te laten bepalen door de doelrationaliteit van de markt.

Om een echt debat over cultuurspreiding en -participatie op te zetten moeten we vooral het nogal hiërarchisch integratiemodel vervangen door een echt netwerkdenken. Cultuur is gevat in de mondialisering. Elke mens is een cultuurwezen. In zijn opvoedingsmilieu werd vorm gegeven aan het lichaam, aan de reacties, aan de smaak. Met een dergelijke habitus komt men in interactie met anderen. Op een plek. Voor een bepaalde tijd. In een lokale wereld. In die interacties is een gedeelde cultuur werkzaam. De regelmaat van het dagelijks leven bepaalt de regelmaat in de culturele referentie. Dat is wat we bedoelen met de sociale definitie van cultuur. En nu kan men wel zeggen dat mensen met steeds meer en verschillende milieus omgaan en dat ze dus verschillende sociale praktijken kennen en dat ze daar als persoon een zekere eigenheid uithalen. Ongetwijfeld. Hoewel dat niet voor iedereen opgaat en hoewel de meeste mensen nog steeds met een beperkt aantal andere mensen echt samenleven. In elk geval gaat het om gedeelde culturen, die alleen als een gemeenschappelijk zingevingsysteem kunnen worden begrepen.

De cultuursector, de instellingen, de programmering, de creativiteit moet worden afgewogen tegenover die veelvormige sociale realiteit. Mensen participeren in een aanbod in de mate dat die participatie ‘werkt’ in hun sociale praktijk. Participatie is nooit – ook niet voor de meest marginale Einzelgänger – een puur individuele aangelegenheid. Welnu, de reëel bestaande cultuursector stemt niet overeen met de reëel bestaande maatschappij. Vragen dat er meer mensen participeren aan het bestaande aanbod gaat uit van een enge integratiegedachte: ‘ze’ moeten zich maar integreren in ‘onze’ cultuur en ‘we’ gaan daar een aantal maatregelen voor nemen. De kleinburgerij denkt al snel dat haar waarden, normen en opvattingen echt kosmopolitisch zijn en geschikt voor iedereen. Daarom is ze precies ‘klein’.

¹⁰ Zie bijvoorbeeld Corijn, E. (2001): Over de Vlaamse volksaard en het nieuwe plichtdenken, in: UVV-Info, vol 18, nr 4, Brussel, UVV vzw:30-33

En dan is er nog het niveau van het beleid. Cultuurbeleid in Vlaanderen is niet hetzelfde als Vlaams cultuurbeleid en dat is niet hetzelfde als beleid voor de Vlaamse cultuursector. Cultuurbeleid moet vooral voorwaardenscheppend werken. Het moet de gunstige omstandigheden creëren voor creativiteit. Zoals hoger al gezegd zijn de drie basisvariabelen daarvoor: tijd, vorming en geld. Het moet er dan voor zorgen dat culturele uitsluiting wordt tegengewerkt, niet zozeer door een versterkte culturele insluiting, wel door een verhoogde zeggenschap. Kortom er moet een onderscheid zijn tussen het voorwaardenscheppend beleid en het inhoudelijk sturend beleid. Die sturing moet mijns inziens niet vooral liggen in het bewust maken van een Vlaamse cultuur en traditie. Dat deden landen in de 19^{de} eeuw toen ze de wereld aan het opdelen waren in natiestaten. Die sturing moet worden gericht op 'samenleven', op interculturaliteit, op het verschil, m.a.w. op het afstand nemen van de eigen identiteit, op de scheiding tussen cultuur en staat, op de mensenrechten... Die tendensen zijn aanwezig in Vlaanderen. Zij moeten worden ondersteund als een alternatief op het identiteitsvertoog.

Een participatiedebat gevoerd in die termen zal heel andere uitkomsten kennen.

Bio

Eric Corijn is cultuurfilosoof en sociaal wetenschapper, verbonden aan de VUB en de UA, codirecteur van het onderzoekscentrum COSMOPOLIS, City, Culture & Society en medesamensteller van 'De kwaliteit van het verschil' (VUB Press, 2000). eacorijn@vub.ac.be