

Oude onderzoeken, nieuwe relevantie

Waarschuwingen voor afkalvend draagvlak voor kunst genegeerd

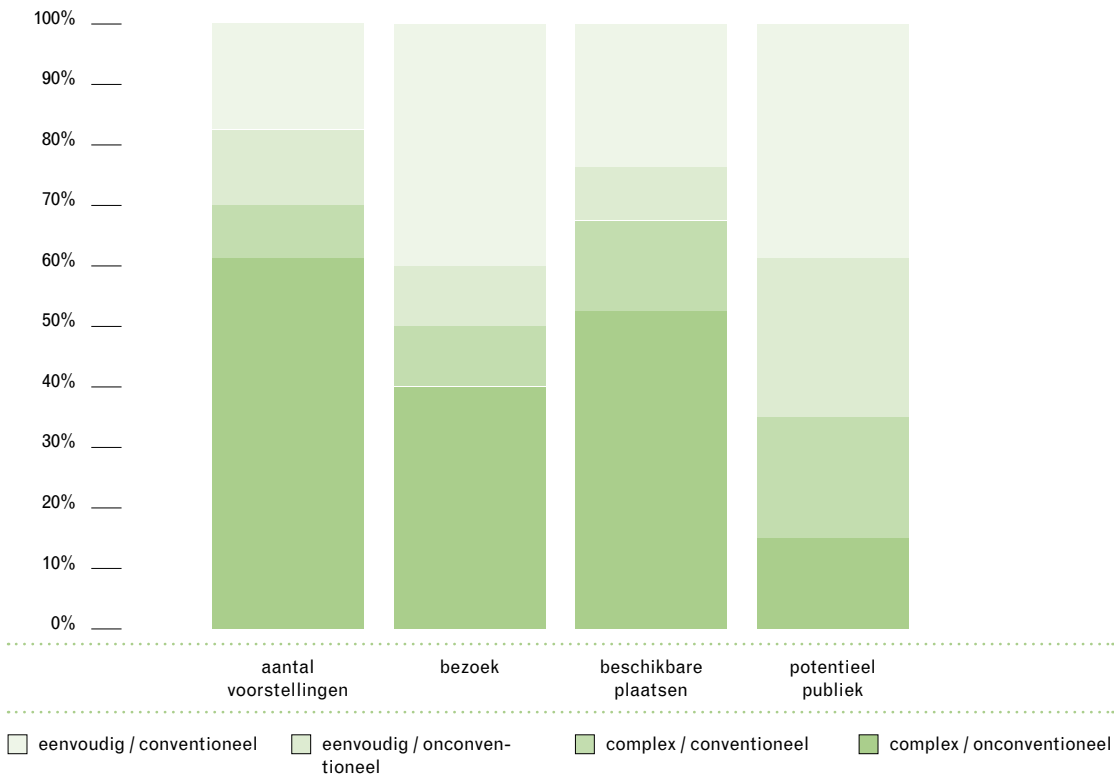
Letty Ranshuysen Helaas hebben beleids-makers en -uitvoerders niet altijd gebruik-gemaakt van onderzoeksuitkomsten, ook niet als die een grote maatschappelijke waarde hebben. Letty Ranshuysen illustreert dit aan de hand van het onderzoek naar het toneelaanbod in Nederland dat zij zo'n twintig jaar geleden heeft uitgevoerd – onderzoek dat door de huidige perikelen rond de cultuurbezuinigingen weer relevant is.

Die komt niet uit de lucht vallen, maar is het gevolg van de discrepantie tussen de enorme groei in het kunstaanbod sinds de jaren zeventig en de achterblijvende belangstelling daarvoor. Adviseurs die de subsidie helpen verdelen, vormen samen met intendanten, ambtenaren en medewerkers van sector-instituten een kunstbureaucratie, waarbinnen kwaliteitscriteria gelden die sterk de nadruk leggen op vernieuwing. Zodoende is er een kloof ontstaan tussen het door experts en liefhebbers gewaardeerde gesubsidieerde kunstaanbod en het overgrote deel van de bevolking dat daar geen enkele affiniteit mee heeft. Dat de invloed van deze 'smaak-specialisten' tot marginalisering van de kunsten heeft geleid, is overigens al lang geleden gesignaleerd. (Oosterbaan Martinus 1990) Doordat dergelijke signalen onvoldoende zijn opgepakt, kampen we nu met een door de distinctiedrift van de kunstbureaucratie veroorzaakte breed gedragen aversie tegen kunst.

Overaanbod hoogdrempelig toneel

Een andere waarschuwing dat gesubsidieerde kunst zich te veel naar binnen keerde, bood een grootschalig onderzoek in het kader van de Proeftuinen Podiumkunsten, *De Nulmeting*. (Ranshuysen 1994) Deze door de Nederlandse Vereniging van Toneelgezelschappen en de Vereniging van Concertgebouw- en Schouwburgdirecteuren opgestarte Proeftuinen dienden aan te tonen dat met behulp van moderne marketinginzichten meer publiek was te winnen voor toneel. Als fundament hiervoor werd een nulmeting uitgevoerd. Dit hield in dat de kenmerken van het aanbod van gesubsidieerde en vrije toneelproducties in de periode 1988 tot en met 1993 in de steden Arnhem, Den Bosch, Eindhoven en Utrecht in kaart werden gebracht.

Het toneelaanbod van vijf seizoenen werd door achttien deskundigen gesegmenteerd naar complexiteit en conventionaliteit. Deze parameters zijn ontwikkeld door de socioloog Ganzeboom en gebruikt in het



Aanbod/bezoek uit *De nulmeting* versus indeling potentieel publiek uit *Podiumkunsten & publiek*

spraakmakende onderzoek *Podiumkunsten & publiek* naar de omvang en samenstelling van theaterpubliek.¹ (Maas 1990) De mate van complexiteit wordt bepaald door de hoeveelheid voorkennis waarover de toeschouwer moet beschikken om een voorstelling te kunnen verwerken. De mate van conventionaliteit wordt bepaald door de vormgeving en entourage van een voorstelling en de opvattingen die hieraan ten grondslag liggen. Uit *Podiumkunsten & publiek* kwam al naar voren dat deze parameters sterk samenhangen. Uit *De nulmeting* bleek dat voor toneel nog sterker dan voor andere podiumkunsten geldt dat moeilijke voorstellingen veelal ook experimenteel zijn en dat makkelijke voorstellingen vaak traditioneel zijn.

Het toneelaanbod werd in vier segmenten opgedeeld²:

- complex/onconventioneel (hoogdrempelig), bijvoorbeeld *Oorlog* van Trust of *Zestien Scènes* van Maatschappij Discordia;
- complex/conventioneel, bijvoorbeeld

Macbeth van het Ro Theater of *Heldenplatz* van het Nationaal Toneel;

- eenvoudig/onconventioneel, bijvoorbeeld *Electric Suburb* van Alex d'Electricque of *Banaan* van Comedia Futura;
- eenvoudig/conventioneel (laagdrempelig), bijvoorbeeld *Op glad ijs* van Jacques Senf of *Partnerkuil* van Theater van de Lach.

In de grafiek is weergegeven hoe het met *De nulmeting* onderzochte (gesubsidieerde en niet gesubsidieerde) toneelaanbod over deze segmenten is verdeeld. De eerste kolom toont de verdeling van het aantal voorstellingen, de tweede kolom betreft de verdeling over het totaal aantal bezoekers dat op deze voorstellingen afkwam en de derde de verdeling over het totaal aantal beschikbare plaatsen.

Dit overzicht laat zien dat het percentage beschikbare plaatsen bij complex/onconventioneel aanbod in verhouding tot het aandeel voorstellingen gering is. Dit komt omdat dit hoogdrempelige aanbod vaak in kleine zalen

wordt geprogrammeerd. Dat het percentage bezoekers lager ligt dan op grond van het aandeel plaatsen verwacht mag worden, duidt op een lage zaalbezetting bij deze voorstellingen.

Bij het eenvoudig/conventionele aanbod doet zich het tegenovergestelde voor. Het aandeel beschikbare plaatsen is relatief groot, omdat dit laagdrempelige aanbod veelal in grote zalen staat. Het aandeel bezoekers is ook relatief groot, wat duidt op een hoge zaalbezetting. Bij de twee middensegmenten (complex/conventioneel en eenvoudig/onconventioneel) zijn de aandelen voorstellingen, bezoekers en beschikbare plaatsen ongeveer gelijk. Dit betekent dat het aanbod dat tussen zeer hoogdrempelig en zeer laagdrempelig in zit, zowel in grote als kleine zalen staat en een gemiddelde zaalbezetting heeft.

De grafiek laat glashelder zien dat complexe/onconventionele voorstellingen sterk domineerden in het toneelaanbod van de periode 1988-1993. Het was verreweg het vaakst mogelijk om een moeilijke, experimentele voorstelling te bezoeken, maar daar werd niet optimaal gebruik van gemaakt. Terwijl er maar half zo veel kansen waren om een eenvoudige, traditionele voorstelling te bezoeken. Maar die mogelijkheden werden wel veel beter benut.

De laatste staaf in de grafiek toont de verdeling van de belangstelling onder het potentiële theaterpubliek over de vier segmenten, zoals dit op basis van het onderzoek *Podiumkunsten & publiek* is geschat. Vergelijking hiermee toont nog scherper dat er in de onderzoeksperiode sprake was van een overaanbod van hoogdrempelig toneel en een tekort aan laagdrempelig toneel. De interesse voor eenvoudig/traditionele podiumkunsten-aanbod onder het potentiële publiek is drie keer groter geschat dan voor het moeilijk/experimentele aanbod.³ De onderzochte theaters, die een representatieve steekproef

voor het totale aanbod in die periode vormen, boden veel meer complex/onconventioneel toneel aan dan de belangstelling hiervoor rechtvaardigde. Hierdoor was het aanbod van minder hoogdrempelig toneel (de overige drie segmenten) veel minder groot dan de behoefte daaraan.

Onderzoeksresultaten genegeerd

Op basis van deze uitkomsten is aan de Proeftuinen Podiumkunsten gerapporteerd dat het weinig zin had om te sleutelen aan toneelmarketing om meer publiek te bereiken (zoals dit project behelsde) zolang de scheefgroei in het aanbod niet werd aangepakt. Deze conclusie viel niet in goede aarde en is, samen met het onderzoek, van tafel geveegd.

Het onderzoek vond wel weerklank bij de socioloog Knulst, die toen als senior-onderzoeker bij het Sociaal en Cultureel Planbureau werkte. Hij vergeleek de uitkomsten uit *De nulmeting* met CBS-tellingen uit de jaren zestig, waarbij een vergelijkbare segmentatie was gemaakt.⁴ Daaruit bleek dat de voorkeuren van theaterbezoekers in de periode 1965-1993 constant bleven, maar dat het gesubsidieerde toneel zich in die tijd steeds meer heeft gespecialiseerd in het experimentele, eigentijdse aanbod. Dat ging ten koste van blijspelen (eenvoudig) en drama en tragedie (conventioneel). Hij stelde dat in de aard van het toneelaanbod nog steeds een belangrijke sleutel ligt voor het bereiken van meer publiek, maar dat dit belang niet voorop blijkt te staan. (Knulst 1995, 111-112) Politicoloog Blokland constateerde naar aanleiding van deze analyse dat het toneelpubliek dus steeds minder van zijn gading krijgt. (Blokland 1997, 124)

Ook deze conclusies werden door de direct betrokkenen in de toneelsector weggewuifd. De op vernieuwing gerichte kwaliteitsnormen stonden centraal. Meer aandacht voor behoeften in de samenleving zou alleen maar tot vervlakkings leiden. Over het hoofd werd

gezien dat het opbouwen van een omvangrijk reservaat van hoogdrempelig toneelaanbod voor de echte kenner juist die gevreesde vervlakking in de hand werkt, terwijl een meer pluriform aanbod dit tegen kan gaan. Als we opnieuw naar de grafiek kijken, dan zien we dat het toneelaanbod in de periode 1985-1993 is geconcentreerd op de uiteinden van het continuüm complex/onconventioneel. Tegenover het grote aanbod van hoogdrempelig, gesubsidieerd toneel voor een specialistisch publiek staat een redelijk groot aanbod van door de vrije producenten aangeboden laagdrempelig toneel voor een breed publiek. Het aanbod in het middengebied is zeer gering. Terwijl, zoals uit *Podiumkunsten & publiek* bleek, daar toch ook veel belangstelling voor was (zie de laatste staaf in de grafiek). Voor wie het grensverleggende gesubsidieerde aanbod te hoog gegrepen is, bleef er dus vooral commercieel aanbod over. Die laagdrempelige voorstellingen bieden geen gelegenheid om culturele competenties op te bouwen, om zodoende meer geïnteresseerd te raken in meer complex en onconventioneel toneel.

Het is goed mogelijk dat de starre houding van degenen die toentertijd verantwoordelijk waren voor het toneelbestel zorgde voor een vlucht naar het meer commerciële cabaret en de musical. Cabaretbezoek steeg van 11 procent van de bevolking in 1995 naar 14 procent in 2003, musicalbezoek van 11 procent naar 16 procent, terwijl toneelbezoek schommelde rond de 14 procent. (Broek 2005) Als er begin jaren negentig meer aandacht was gekomen voor het realiseren van een groter toneelaanbod in het middensegment (niet zeer moeilijk en experimenteel, maar ook niet heel gemakkelijk en conventioneel) zouden wellicht minder mensen hun heil hebben gezocht bij andere, meer laagdrempelige podiumkunsten.

Stimuleren van de vraag

Begin jaren negentig werd niet alleen de autonomisering van de kunsten en het daaruit voortvloeiende overaanbod van complex en onconventioneel toneel vastgesteld. Ook de gebrekkige stimulering van de vraag werd toen aan de kaak gesteld. De al eerder aangehaalde Blokland stelde dat er binnen het Nederlandse cultuurbeleid vooral aandacht is voor het realiseren van een omvangrijk, goedkoop en geografisch verspreid kunstaanbod, vanuit de idee dat dit vanzelf tot interesse daarvoor zou leiden. Een misvatting, want uit divers onderzoek is bekend dat belangstelling voor kunst ontstaat door opvoeding thuis of prikkels elders. (Blokland 1991) Mede hierdoor kwam er meer aandacht voor cultuurspreiding, dat daarvoor als 'jarenzestigidealisme' was weggezet. Blokland kwam onder het bewind van minister d'Ancona zelfs in dienst bij WVC om op beleidsniveau hierover na te denken. Toen Brinkman aan de macht kwam, ebde de belangstelling voor vergroting van cultuurdeelname echter al snel weer weg. (Dobbelaar 1992) Het beleid richtte zich op kwaliteit en topkunst, waardoor de smaakspecialisten weer het primaat kregen.

Een nieuwe paradigmashift voltrok zich in 1998 bij het aantreden van Van der Ploeg. Hij streefde ingrijpende vernieuwingen na, omdat de gesubsidieerde cultuur trekken van een monocultuur vertoonde en de kunstinstellingen er niet in slaagden om een breed publiek te bereiken. Dit zorgde, net als de huidige bezuinigingen, voor grote commotie in de kunstsector. Met name de regeling dat instellingen minimaal 3 procent van hun subsidie dienden te besteden aan het bereiken van nieuwe publieksgroepen zorgde voor veel tegenstand. Vreemd, omdat de toenmalige beleidsnota's van kunstinstellingen bol stonden van intenties om nieuw publiek te bereiken. Dan ligt het toch voor de hand dat ze hier al veel meer aan uitgaven dan die luttele

3 procent. (Ranshuysen 1999) Toch heeft het beleid van Van der Ploeg er wel toe geleid dat er binnen de kunstinstellingen veel meer aandacht kwam voor het bereiken van een ander publiek dan de reeds cultureel actieve ingewijden.

Aanvankelijk werd verondersteld dat vooral kunsteducatie in het onderwijs compensatie kan bieden voor gebrek aan stimulansen in het ouderlijk milieu en zodoende nieuw publiek de weg wijst naar toneel en andere kunstvormen. Dat bleek bijvoorbeeld uit de door middel van een strikt experimentele opzet uitgevoerde toetsing van effecten van de Kunstkijkuren en Muziekluisterlessen in het Amsterdamse primair onderwijs. (Ranshuysen 1993)

Nu is echter bekend dat de invloed van leeftijdgenoten nog belangrijker is. Uit divers op jongerenmarketing gericht onderzoek blijkt dat educatie op school averechts kan werken en dat impulsen vanuit de eigen subcultuur veel belangrijker zijn. (Zie bijvoorbeeld Elffers 2004 en 2005) Daarom zijn kunstinstellingen veel meer gaan inzetten op het leggen van contacten met 'latent geïnteresseerden'. Dat zijn personen die argwanend tegenover de gevestigde (gesubsidieerde) kunsten staan, maar daar wel ontvankelijk voor zijn doordat ze kunstzinnig actief zijn binnen hun eigen subcultuur. De betrokkenheid van de

moderne danschoreograaf Conny Janssen bij het populaire programma *So you think you can dance* toont bijvoorbeeld aan hoe op latent geïnteresseerden gerichte activiteiten belangstelling voor moderne dans genereren bij een geheel nieuw publiek.

Benutting van onderzoek

Ook toneelmakers besteden momenteel veel meer aandacht aan educatie en *outreach*,

Cultuureducatie op school kan averechts werken

waarbij ze contact zoeken met groepen die nog niet naar het theater komen. Neem bijvoorbeeld het Noord Nederlands Toneel, waar de theatermakers Ola Mafaalani en Ko van den Bosch door middel van samenwerking met personen van buiten de toneelsector, openbare repetities en andere kijkjes in de keuken, performances op de markt en projecten op locatie met amateurspelers zo veel mogelijk Groningers bij hun gezelschap betrekken. (Van der Jagt 2012)

Het zou mooi zijn als de nieuwe lichte theatermakers en hun educatieve en marketingmedewerkers bij de ontwikkeling van dit soort activiteiten gebruikmaken van onderzoek naar de wisselwerking tussen hun aanbod en het publiek. De kennis die dat oplevert, heeft niet alleen een legitimerende functie om zowel intern (de eigen medewerkers) als extern (geldschieters) te motiveren. Dergelijk onderzoek heeft vooral een praktisch nut, omdat dit leidt tot heldere aanwijzingen om de impact van voorstellingen te vergroten

door bijstellingen in de educatie, randactiviteiten en publiciteitsvoering. (Ranshuysen 2008)

Belangrijk is dat dergelijk onderzoek voortborduurde op bestaande inzichten. Een masterstudent Kunsteducatie onderzoekt momenteel de wijze waarop het Zuidelijk Toneel een positieve ervaring kan bevorderen bij CKV-leerlingen.⁵ Zij maakt hierbij gebruik van een theoretisch model over de esthetische ervaring van beeldende kunst (Csikszentmihalyi 1990) en het theoretische kader over de aansluiting van cultuuronderwijs bij de ontwikkeling van leerlingen van *Cultuur in de Spiegel*.⁶ Door meer algemene theoretische inzichten toe te passen is het mogelijk om de onderzoeksresultaten los te maken van de specifieke context. Zo kunnen ook andere theatermakers die de theaterervaring van CKV'ers willen optimaliseren, deze uitkomsten gebruiken.

Accumulatie van kennis over de verwerkingsvaardigheden en referentiekaders van nieuwe doelgroepen uit kleinschalig onderzoek heeft wellicht meer impact dan abstract grootschalig onderzoek. De ervaring leert dat persoonlijke visies van beleidsmakers en anderen die de toon aangeven, zelfs de meest overtuigende, op harde cijfers gebaseerde, onderzoeksuitkomsten

kunnen overschaduwen.⁷ Kleinschalig onderzoek in nauwe samenwerking met gemotiveerde toneelaanbieders die de uitkomsten echt willen gebruiken, werkt meer door. Als de verkregen inzichten van onderop door gezelschappen worden ingezet, zal het gesubsidieerde toneel een breder en jonger publiek aan zich gaan binden. Het realiseren van een meer pluriform toneelaanbod (waarin ook het zogenoemde middensegment ruim is vertegenwoordigd)

Persoonlijke visies van beleidsmakers kunnen onderzoeksuitkomsten overschaduwen

wordt dan vanzelfsprekend. Hierdoor ontstaat een groter draagvlak voor toneel en, wie weet, meer verzet vanuit de samenleving tegen bezuinigingen daarop.

Letty Ranshuysen

schrijft regelmatig artikelen om de middels onderzoek verkregen inzichten te verspreiden en de discussie daarover te bevorderen. Haar publicaties zijn te downloaden via www.lettyranshuysen.nl

Literatuur

- Blokland, H. (1991) *Vrijheid, autonomie, emancipatie. Een politiekfilosofische en cultuurpolitieke beschouwing*. Delft: Eburon.
- Blokland, H. (1997) *Publiek gezocht. Essays over cultuur, markt en politiek*. Amsterdam/Meppel: Boom.
- Broek, A. van den, F. Huysmans en J. de Haan (2005) *Cultuurminnaars en cultuurmijders. Trends in de belangstelling voor kunsten en cultureel erfgoed*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau (Het culturele draagvlak 6).
- Csikszentmihalyi, M. en R.E. Robinson (1990) *The art of seeing. An interpretation of the aesthetic encounter*. Malibu: The Paul Getty Trust.
- Dobbelaar R. (1992) 'Acte de presence'. In: *Trouw*, 24 januari.
- Elffers, A., C. van der Hoeven en L. Ranshuysen (2004) *Gezocht: jonge theaterbezoekers. Onderzoek naar succesvolle methodieken voor jongerenmarketing in de podiumkunsten*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen.
- Elffers, A. (2005) *Jong en grijpbaar: evaluatie van de ingezette marketingmethoden*. Rotterdam: Onderzoeksbureau Letty Ranshuysen, september 2005.
- Hellinga, G. (1991) 'Wie gaan er (nog) naar het theater?' In: *Vrij Nederland*, jrg. 52, nr. 19, 66-69.
- Jagt, M. van der (2012) 'Ola Mafaalani en Ko van den Bosch: We willen de wereld veranderen'. In: *Vrij Nederland*, jrg. 73, nr. 9, 64-67.
- Knulst, W. (1995) *Podia in een tijdperk van afstandbediening*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau (Het culturele draagvlak 1).
- Maas, I., R. Verhoeff en H. Ganzeboom (1990) *Podiumkunsten & publiek. Een empirisch-theoretisch onderzoek naar omvang en samenstelling van het publiek van de podiumkunsten*. Rijswijk: Ministerie van Welzijn, Volksgezondheid en Cultuur.
- Oosterbaan Martinius, W. (1990) *Schoonheid, welzijn, kwaliteit. Kunstbeleid en verantwoording na 1945*. Den Haag: Gary Schwartz/SDU.
- Ranshuysen, L. en H. Ganzeboom (1993) *Cultuureducatie en cultuurparticipatie. Opzet en effecten van de Kunstkijkuren en Muziekluisterlessen in het Amsterdams primair onderwijs*. Zoetermeer: Ministerie van WVC.
- Ranshuysen, L. (1994) *De nulmeting. Analyse van het toneelaanbod en het publiek in Arnhem, Eindhoven, Den Bosch en Utrecht van september 1988 tot september 1993*. Amsterdam: Proeftuinen Podiumkunsten.
- Ranshuysen, L. (1999) 'Onnodige ophef rond cultuurnota'. In: *Boekmancahier*, nr. 41, 292-301.
- Ranshuysen, L. en A. Elffers (2008) 'Zó meet je de waarde van podiumkunsten'. In: *Boekman*, jrg. 20, nr. 77, 28-31.
- Ranshuysen, L. (2011) 'Ja, kunst is te veel voor ingewijden'. In: *de Volkskrant*, 22 juni.
- Zweers, W. en L. Welters (1970) *Toneel en Publiek in Nederland*. Rotterdam (etc.): Universitaire Pers, Boekmanstichting.

Noten

- 1 *Vrij Nederland* besteedde zelfs een uitgebreid artikel aan dit onderzoek, waarin de uitkomsten minutieus werden commentariseerd. (Hellinga 1991)
- 2 De voorbeelden betreffen toneelproducties uit de onderzoeksperiode.
- 3 *Podiumkunsten & publiek* verstaat onder het potentiële theaterpubliek: dat deel van de bevolking dat weleens een theater bezoekt. Indien degenen die nooit een theater bezoeken ook waren meegeteld, zou de geschatte interesse voor laagdrempelig aanbod nog vele malen hoger liggen.
- 4 De segmentatie die het CBS in de jaren zestig hanteerde betreft: serieus/eigentijds, serieus/klassiek, licht/eigentijds en licht/klassiek. (Zweers en Welters 1970)
- 5 De werktitel van dit door Hilde van Hoogstraten uitgevoerde onderzoek is *Zonder de juf naar een toneelvoorstelling: hoe wordt dat betekenisvol?*
- 6 Zie: www.cultuurindespiegel.nl.
- 7 Meer voorbeelden van onbenut kwantitatief onderzoek zijn te vinden in mijn bijdrage in de binnenkort te verschijnen publicatie *Leren van evalueren* van de Boekmanstichting.