****

# Cultuurbeleid en Nieuwe Media:Participatie Revisited

Bachelorscriptie KBM Studentnummer: 3576434 Datum: 28 mei 2015
door Laura Smits Begeleider: Kees Vuyk 2014-2015 Blok 3

**SAMENVATTING**

De term participatie kan op verschillende manieren worden opgevat. Participatie wordt door schrijvers van het cultuurbeleid gehanteerd om de aantallen kunst- en cultuurbezoekers en beoefenaars mee aan te duiden. In de theorie over nieuwe media wordt meer ingegaan op welke implicaties uitgaan van de term participatie en welke mogelijkheden deze biedt. Er wordt door de cultuursector een kloof waargenomen tussen de kunstenaar en de burger die de legitimiteit van het cultuurbeleid en de kunstsubsidies ondermijnt. Ik onderzoek in deze scriptie of de cultuursector de mediatheorie over participatie in haar voordeel kan gebruiken, opdat de kloof tussen kunstenaar en burger kleiner gemaakt kan worden. Hiervoor verricht ik een literatuurstudie naar het verschil in het gebruik van de term participatie in het cultuurbeleid en in de mediatheorie. In het cultuurbeleid wordt een nauwere definitie van de term participatie gehanteerd, voornamelijk omdat deze zich door de geschiedenis heen ontwikkeld heeft vanuit beleidswensen. Actieve en passieve participatie hebben in dit discours veelal betrekking op cultuurbezoekers en -beoefenaars. Door grote veranderingen in de samenleving is er echter ook vraag naar een vernieuwing en uitbreiding van deze definitie. In de mediatheorie wordt de term participatie veel breder geïnterpreteerd omdat de discussie erover zich verder ontwikkeld heeft door dieper in te gaan op de mogelijkheden van participatie die door technologische ontwikkelingen ontstaan zijn. Ik geef een overzicht van deze discussie door de ontwikkeling van het concept van interactiviteit naar participatie te omschrijven, en uit te leggen welke vormen van participatie onderscheiden worden in de mediatheorie. Door de mogelijkheden die nieuwe mediavormen met betrekking tot participatie bieden, zijn concepten als ‘participatory culture’ en ‘formatted spaces of participation’ ontstaan. Binnen het mediadiscours wordt kritisch op deze termen gereflecteerd en worden alle mogelijkheden en implicaties omschreven, waardoor er een definitie van participatie is ontstaan die uitgebreider is dan de nauwe definitie die in het cultuurbeleid gehanteerd wordt. Ik beargumenteer in deze scriptie dat de culturele sector deze andere, uitgebreidere manieren van kijken naar participatie zou kunnen gebruiken om het dichten van de kloof tussen de kunst en de bezoeker te bewerkstelligen; wellicht kan deze term daardoor zelfs bijdragen aan de bevordering van de legitimiteit van het cultuurbeleid.

**INHOUDSOPGAVE**

1. Aanleiding 4

2. Methode 6

3. Participatie in het Cultuurbeleid 7

4. Mediatheorie en Participatie 13

5. Cultuurparticipatie Revisited 19

6. Conclusie & Discussie 23

Literatuur 25

**1.** **AANLEIDING**

In het kunst- en cultuurbeleid dat gevoerd wordt in Nederland zijn er een aantal terugkomende onderwerpen die de basis van het beleid vormen, waarvan cultuurparticipatie een aanzienlijk deel beslaat. Het brengen van kunst en cultuur aan het volk kent een lange traditie in het beleid[[1]](#footnote-1). Door middel van subsidies en het opnemen van bijvoorbeeld spreidingsdoelen, kunstzinnige vorming en cultuureducatie in het beleid is gepoogd burgers in contact te brengen met kunstvormen om de cultuurdeelname in alle bevolkingslagen te vergroten[[2]](#footnote-2). De mate waarin dit beleid succesvol is, wordt veelal gemeten met onderzoek naar de participatie van de bevolking aan de verschillende manieren waarop kunst voorkomt in de samenleving. Daarbij wordt onderscheid gemaakt tussen actieve en passieve participatie[[3]](#footnote-3). De uitkomst van dit onderzoek is steevast dat slechts een beperkt deel van de bevolking, voornamelijk de hoger opgeleiden, regelmatig participeert in het kunstaanbod[[4]](#footnote-4). Dit gebrek aan participatie is een grote zorg in het kunstbeleid. Het ondermijnt immers de legitimatie van het beleid. Het aanbod van kunst en cultuur is tot dusver altijd in meer of mindere mate bepaald van bovenaf. De regering stelt kenners aan die bepalen welke kunst ‘goed’ is en op financiering kan rekenen[[5]](#footnote-5). De mening van het volk wordt in dit proces niet of nauwelijks gehoord waardoor er een debat in de cultuursector bestaat over de legitimiteit van kunstsubsidies, welke recentelijk meer in de aandacht staat[[6]](#footnote-6). Het aanbod van kunst en cultuur kent dus een sterk eenrichtingsverkeer waarin top-down wordt besloten en er geen interactie met het publiek plaatsvindt. Door bezuinigingen staat het legitimiteitsdebat nog meer op scherp dan voorheen. Wanneer er weinig geld te verdelen is, kiest men er niet graag voor dit te geven aan een sector waar slechts de hoger opgeleiden gebruik van blijken te maken. Dit thema is al twee à drie decennia oud[[7]](#footnote-7), maar het moge duidelijk zijn dat de legitimering van het kunstbeleid een steeds hogere urgentie krijgt in deze situatie. Het legitimiteitsdebat zou wellicht geholpen worden door het betrekken van het publiek in bijvoorbeeld het beslissen van het kunstaanbod. In de hedendaagse samenleving wordt veel gebruik gemaakt van nieuwe mediavormen voor verschillende doeleinden. Deze mediavormen zijn inherent interactief en kunnen vele vormen aannemen[[8]](#footnote-8). Rondom deze nieuwe media is een wetenschappelijk discours ontstaan waarin participatie ook een belangrijke term is. Sommigen spreken zelfs over het ontstaan van een ‘participatory culture’ als gevolg van de populariteit van de nieuwe media[[9]](#footnote-9). Wellicht zou de besluitvorming van het kunstbeleid aan legitimiteit winnen door participatie meer op te vatten zoals in dit discours gebeurt, uitgaande van de mogelijkheden tot interactiviteit van nieuwe mediavormen. Mijn hoofdvraag is daarom

Hoe kan de cultuursector de inzichten die het mediatheoretische discours over participatie biedt in haar voordeel gebruiken?

Om deze vraag te beantwoorden zal ik uitleggen hoe de term participatie in de cultuursector en in het nieuwe mediadiscours voorkomt en op welke manier er in beide sectoren over gesproken wordt. Dit zal ik aan de hand van de volgende deelvragen doen:

* Op welke manier komt de term participatie in de geschiedenis van het cultuurbeleid voor, en zijn hier problemen met betrekking tot legitimering van subsidies in te ontdekken?
* Hoe wordt de term participatie gebruikt in de theorieën over nieuwe media?

De verschillende vormen die de term participatie in beide discoursen aanneemt, liggen deels in de opkomst van nieuwe vormen van media. Het definiëren van ‘nieuwe media’ is een omslachtige bezigheid[[10]](#footnote-10) die in deze scriptie door de uitgebreide discussies hierover niet compleet relevant is voor het aanduiden van de betekenis van de term participatie in beide sectoren. Daarom zal ik mij hier beperken tot de implicaties die nieuwe media hebben voor het culturele veld. In het volgende hoofdstuk zal ik uitweiden over de methode van dit onderzoek. In de daarop volgende hoofdstukken werk ik de deelvragen uit om vervolgens antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag in de conclusie.

**2. METHODE**

Dit onderzoek betreft een literatuurstudie[[11]](#footnote-11) waarin ik kijk naar de stand van zaken met betrekking tot het gebruik van de term ´participatie´ in de vakgebieden van cultuurbeleid en mediatheorie. In hoofdstuk 3 zal ik eerst de achtergrond en geschiedenis van de term participatie in het cultuurbeleid omschrijven om een beeld te schetsen van de aanloop naar de huidige situatie in het cultuurbeleid met betrekking tot participatie. Vervolgens duid ik het huidige gebruik van deze term in dit vakgebied aan waarbij ik verschillende actuele rapporten van instellingen als het Sociaal Cultureel Planbureau en de Raad voor Cultuur als leidraad neem voor het vaststellen van het huidige gebruik van de term. Ik gebruik de rapporten van het SCP en de Raad voor Cultuur omdat deze beiden een lange geschiedenis kennen in het doen van onafhankelijk onderzoek voor de overheid. Zo geeft het SCP sinds 1974 een overzicht van de belangrijkste sociale en culturele ontwikkelingen en is de Raad voor Cultuur in opvolging van de Raad voor de Kunst sinds 1995 het adviesorgaan voor de overheid op het gebied van kunst, cultuur en media. Na het bespreken van de positie van participatie in het cultuurbeleid zal ik een korte beschouwing van de legitimeringsproblematiek rondom kunstsubsidies weergeven. Aan het einde van dit hoofdstuk zal ik antwoord geven op de eerste deelvraag: *Op welke manier komt de term participatie in de geschiedenis van het cultuurbeleid voor, en zijn hier problemen met betrekking tot legitimering van subsidies in te ontdekken?* Vervolgens zal ik in hoofdstuk 4 een beeld schetsen van de manier waarop er in het nieuwe mediadiscours over de term participatie gepraat wordt, en praktische uitwerkingen van de theorie over participatie door nieuwe mediavormen belichten. Dit zal ik doen door eerst een overzicht van de huidige theorieën over participatie uit de theorie over nieuwe media te geven en vervolgens voorbeelden uit de cultuursector en mediasector aan te halen. Ik vertrek hierbij vanuit het klassieke communicatiemodel van Shannon en Weaver om aan te tonen dat het gebruik van de term participatie in het cultuurbeleid de relatie met haar publiek op een eenzijdige manier behandelt. Vervolgens geef ik een kritisch overzicht van de termen interactiviteit, participatie, ‘participatory culture’, de nuances daarop en de mogelijkheid tot ‘spaces of formatted participation’, zodat er een zo compleet mogelijk beeld ontstaat over de term participatie zoals deze in het mediadiscours bediscussieerd wordt. Ik concludeer deze literatuurstudie met manieren waarop de praktijk van de cultuursector wellicht haar voordeel kan doen met de mediatheorie die er over participatie bestaat en geef daarmee antwoord op de hoofdvraag: *Hoe kan de cultuursector de inzichten die het mediatheoretische discours over participatie biedt in haar voordeel gebruiken?*

**3. PARTICIPATIE IN HET CULTUURBELEID**

Om een afbakening te kunnen geven van het gebruik van de term participatie in het cultuurbeleid kijk ik eerst naar het ontstaan en de ontwikkeling van het gebruik van deze term. De reden dat de term participatie in gebruik is genomen, komt namelijk voort uit de ontwikkelingen in het cultuurbeleid met betrekking tot de verantwoording van de uitgaven aan kunst en cultuur. Na 1945 heeft de overheid zich laten gelden in de financiering van kunst om sociale cultuurspreiding te bevorderen[[12]](#footnote-12). De motivatie hiervoor was dat er een vervlakking van het volk gevreesd werd, welke tegengegaan zou kunnen worden door geestelijke en materiële ontplooiing te bieden[[13]](#footnote-13). De cultuurspreiding zou mensen die verstoken bleven van cultuur vanwege bijvoorbeeld financiële redenen in contact brengen met cultuur, waardoor de zo gevreesde culturele armoede bestreden kon worden[[14]](#footnote-14). Dit denkbeeld stamt af van het Verlichtingsideaal dat de samenleving in zijn geheel beter af is als zoveel mogelijk mensen deelhebben in kunst en cultuur omdat dit de beschaving naar een hoger plan tilt[[15]](#footnote-15). Door het cultuurspreidingsbeleid, dat sindsdien een grote rol in het cultuurbeleid gespeeld heeft, probeerde de overheid de belangstelling voor kunst te vergroten[[16]](#footnote-16). Men heeft gepoogd dit op een horizontale en verticale manier te laten plaatsvinden, dus respectievelijk door cultuur geografisch en in verschillende sociale lagen te verspreiden[[17]](#footnote-17). Na tegenvallende resultaten van het beleid dat gericht was op cultuurspreiding, bracht de Nederlandse Stichting voor Kunstzinnige vorming in 1972 een rapport uit waarin de relatie van kunst tot de samenleving benadrukt werd. De nadruk werd gelegd op het bijdragen aan de maatschappelijke veranderingen en de bewustwording en opheffing van ongelijkheden[[18]](#footnote-18). Kunst werd op deze manier neergezet als een gedeelte van het welzijnsbeleid, omdat kunst een bron van middelen voor vorming en ontwikkeling van maatschappelijke weerbaarheid zou zijn[[19]](#footnote-19). De kunstwereld begon zich echter aan het begin van de jaren tachtig bedreigd te voelen in haar autonomie, doordat zij deze functionele rol toegedicht kreeg. Na het falen van de ‘culturele revolutie’ gebaseerd op welzijnslegitimaties waarop Jan Kassies gehoopt had, werd de artistieke kwaliteit van de kunsten het nieuwe criterium voor beleidsvoering[[20]](#footnote-20). Toch mocht de relatie met het publiek daarbij niet uit het oog verloren worden om de legitimatie van de subsidies intact te houden[[21]](#footnote-21). De poging om het welzijn van de maatschappij te bevorderen door middel van Verlichtingsidealen van volksverheffing was grotendeels mislukt te noemen[[22]](#footnote-22); daardoor rees des te meer de vraag of de financiering legitiem was. De sociale cultuurspreiding moest daarom bekeken worden vanuit een marktprincipe om te zorgen voor een groter publieksbereik[[23]](#footnote-23). De terminologie van sociale cultuurspreiding werd gevat in markttermen om te kunnen inzien of het publiek wel bereikt werd met de door publieke middelen gefinancierde kunst[[24]](#footnote-24). Er zouden bezoekersaantallen en kijkcijfers verzameld moeten worden om de mate van bereik te kunnen meten en de subsidies zo te legitimeren[[25]](#footnote-25). De term participatie kwam in zwang omdat het bereik van de aantallen in deze marktprincipes belangrijker was dan de verschillende groepen mensen die bereikt werden[[26]](#footnote-26). De term participatie is dus geboren uit de legitimeringsproblematiek die in de jaren tachtig, na het falen van de cultuurspreidingspolitiek, aan de orde gesteld werd. De aantallen mensen werden belangrijker dan de soorten en meetbaarheid hiervan was gewenst teneinde de uitkering van subsidies te verantwoorden. De term participatie werd echter ook al eerder gebruikt in een andere context. Halverwege de jaren zestig werden amateurkunstbeoefening en kunstzinnige vorming gestimuleerd naar aanleiding van de tegenvallende resultaten van cultuurspreiding[[27]](#footnote-27). Dit werd direct met de term participatie aangeduid, en werd voornamelijk van belang geacht om de “eigen persoonlijkheidsvorming, vormgeving aan de eigen leefsituatie en vergroting van de maatschappelijke weerbaarheid” te vergroten[[28]](#footnote-28). Kunstzinnige vorming en amateurkunstbeoefening zijn vervolgens in 1996 in de term cultuureducatie verzameld om door middel van educatie via scholen een nieuwe impuls te geven aan kunstzinnige vorming[[29]](#footnote-29). In het huidige beleid heeft cultuureducatie bestaansrecht verworven omdat het kennisnemen van kunst en cultuur een weloverwogen keuze geeft voor vrijetijdsbesteding. Hans Blokland stelt dat men positieve vrijheid verkrijgt door het vergaren van kennis om gebaseerd daarop een betere keuze te kunnen maken[[30]](#footnote-30). Door kennis te bieden draagt cultuureducatie bij aan de consumentensoevereiniteit[[31]](#footnote-31) en geeft het mensen zelf de mogelijkheid te kiezen voor kunst in plaats van het opdringen van kunst ter beschaving van de bevolking zoals in het Verlichtingideaal. Zo zijn er dus twee vormen van de term participatie te herkennen in het verloop van het cultuurbeleid tot nu toe. In de huidige rapporten van het Sociaal Cultureel Planbureau valt deze omgang met de term participatie ook te herkennen. De term participatie wordt gebruikt als een maat voor zowel de deelname aan kunst en cultuur als bezoeker, zogenoemde passieve participatie, als de deelname eraan als amateur, ook wel actieve participatie genoemd[[32]](#footnote-32). In de korte beschrijving van de geschiedenis van het cultuurbeleid in het laatste rapport van het SCP valt bijvoorbeeld te lezen dat het leeuwendeel van de beslissingen in het cultuurbeleid genomen zijn op basis van de deelname van burgers in kunst en cultuur[[33]](#footnote-33). In het rapport *Mee-doen is de Kunst* van de Raad voor Cultuur wordt de burger slechts bekeken als potentiële bezoeker of amateurkunstenaar[[34]](#footnote-34). In *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars* van het SCP wordt participatie in de ‘nieuwe media cultuur’ bijvoorbeeld bekeken aan de hand van het ‘bezoeken’ van traditionele kunstvormen, maar dan via het internet[[35]](#footnote-35). Het zien van internet als medium voor het bekijken van werkelijke vormen van kunst doet de mogelijkheden tekort die het internet geeft om kunst te creëren waarbij de computer, tv of het internet het kunstwerk omvat in plaats van slechts representeert. Het SCP gaat ervan uit dat kunstvormen slechts bekeken worden via internet of tv, en er niet mee gemaakt worden. Deze manier van kijken naar mediavormen is vrij opmerkelijk, omdat kunstenaars al geruime tijd bezig zijn met het medium waarin ze zich uitdrukken en er in hoog tempo steeds meer mediavormen en overgangen in deze mediavormen opkomen. Deze bieden de kunstenaars die geïnteresseerd zijn in het medium dat ze gebruiken voor hun artistieke uitingen steeds meer mogelijkheden voor het benaderen van het publiek[[36]](#footnote-36). Zoals hierboven omschreven werd de term participatie in gebruik genomen om aan te geven hoeveel passieve en actieve deelnemers er aan cultuur waren. Het bereik van de aantallen mensen was belangrijker dan de verschillende groepen mensen die bereikt werden[[37]](#footnote-37), omdat de meetbare aantallen het cultuurbeleid zouden legitimeren. Nog steeds worden er onder de term participatie in het cultuurbeleid kunstbeoefenaars en bezoekers verstaan, om een vorm van meetbaarheid te creëren ten behoeve van de legitimiteit van het beleid[[38]](#footnote-38).

In de aanleiding heb ik gesteld dat de toenemende druk op de legitimiteit van kunstsubsidies al een aantal decennia een thema is in de cultuursector[[39]](#footnote-39). Deze druk is ontstaan doordat ‘de kunsten zich te veel hadden losgezongen van de samenleving’[[40]](#footnote-40). Hans Blokland stelt in zijn artikel *Nederlands cultuurpolitiek drama* dat kunstraden de voorkeur hadden voor complexe en onconventionele werken, waardoor er ‘kunstkunst’ ontstaan is die voor leken en minder ingewijden onbegrijpelijk werd[[41]](#footnote-41). Daardoor zou slechts een beperkt deel van de bevolking, voornamelijk de hoger opgeleiden, regelmatig participeren in het kunstaanbod[[42]](#footnote-42). Sinds tijden wordt de groeiende kloof tussen kunstenaar en publiek gesignaleerd, maar het probleem is niet onderkend. De kunstensector is volgens Blokland op deze manier kwetsbaar geworden door de kloof tussen kunstenaar en publiek, en kan zich zo minder goed verdedigen tegenover bezuinigingsvoorstellen[[43]](#footnote-43). Hij stelt vervolgens dat in een democratie aandacht besteed zou moeten worden aan de ontwikkeling van preferenties. Het is daarom minachtend jegens de burger is om te denken dat zij niet van opvatting of voorkeur kan veranderen en maar naar de mond gepraat zou moeten worden. Dit is van eenzelfde elitisme als het negeren van de preferenties van burgers door kunst- en cultuurproducenten[[44]](#footnote-44). Wat Blokland dus in principe voorstelt is dat, wanneer er besloten wordt belastinggeld toe te kennen aan kunst en cultuur, de preferentie van de burger (en de ontwikkeling hiervan) niet verwaarloosd mag worden. Wanneer de kloof tussen de burger en de kunst- en cultuursector kleiner gemaakt wordt, kan ook de legitimering van kunstsubsidies groeien. De preferenties van burgers werden zoals hierboven al omschreven voornamelijk uitgedrukt in kwantitatieve gegevens van actieve en passieve cultuurparticipatie. Er worden door sommige auteurs uit de culturele sector inmiddels wel vragen gesteld bij de definiëring van de term cultuurparticipatie. Johan Idema stelt bijvoorbeeld in het rapport van het FCP uit 2010 dat “[…]commercialisering, democratisering, globalisering en digitalisering hebben cultuurparticipatie het laatste decennium flink doen groeien in omvang, diversiteit en vormen van beoefening.”[[45]](#footnote-45) Hij stelt dat het landschap van cultuurparticipatie hierdoor zodanig veranderd wordt dat de aanpak vanuit het cultuurbeleid mee zou moeten veranderen[[46]](#footnote-46). Lieke Heijmans stelt in datzelfde FCP-rapport dat het hoofdcriterium voor subsidies nog vaak over aantallen bezoekers gaat, terwijl de kwaliteit van de relatie en interactie met bezoekers interessanter en relevanter zou zijn[[47]](#footnote-47): ‘Overheden, maar ook fondsen, doen er goed aan deze nieuwe mogelijkheden [van interactiviteit en participatie] mee te nemen in hun afrekenmodellen of subsidie-eisen. De relatie tussen instellingen en bezoekers is definitief veranderd: ze vinden elkaar niet langer alleen tussen de muren van een instelling, maar over het hele web.’[[48]](#footnote-48)

De deelvraag die ik in dit hoofdstuk heb geprobeerd te beantwoorden luidt: *Op welke manier komt de term participatie in de geschiedenis van het cultuurbeleid voor, en zijn hier problemen met betrekking tot legitimering van subsidies in te ontdekken?* Ik heb hierboven laten zien dat de term participatie in de culturele sector veelal kunstbezoekers of beoefenaars aanduidt. Het gebruik van de term participatie heeft een achtergrond in de recente geschiedenis van het cultuurbeleid die hiertoe aanleiding geeft. Men wilde in de jaren tachtig na een actief beleid van sociale cultuurspreiding graag weten of er een groot publiek bereikt was om het spreidingsbeleid te kunnen legitimeren. De term participatie werd toen in gebruik genomen om aan te geven hoeveel mensen er aan cultuur deelnamen. Het bereik van de aantallen mensen was belangrijker dan de verschillende groepen mensen die bereikt werden[[49]](#footnote-49), omdat de meetbare aantallen het cultuurbeleid zouden legitimeren. Nog steeds wordt er onder de term participatie in het cultuurbeleid kunstbeoefenaars en -bezoekers verstaan, om een vorm van meetbaarheid te creëren ten behoeve van de legitimiteit van het beleid[[50]](#footnote-50). Uit onderzoek blijkt dat er slechts een beperkt deel van de bevolking in deze zin participeert aan cultuur, waardoor de kloof tussen kunstenaar en publiek groeit. De legitimiteit van kunstsubsidies is hierdoor in het geding geraakt. Hans Blokland stelt dat, wanneer de preferenties van de burger meegenomen zouden worden in het kunst- en cultuurbeleid, de kloof kleiner wordt en de legitimiteit van het beleid kan groeien. De manier waarop er over de term participatie gedacht wordt in de cultuursector is aan het veranderen naar aanleiding van grote veranderingen in de samenleving zoals commercialisering, democratisering, globalisering en digitalisering. Ook wordt de kwaliteit van de relatie met de bezoeker belangrijker geacht naar aanleiding van de mogelijkheden die digitalisering biedt, waardoor er vanuit de cultuursector vraag is naar het meenemen van deze nieuwe mogelijkheden in eisen en modellen vanuit het beleid. Deze nieuwe en uitgebreidere vormen van participatie zouden een brug naar de burger kunnen vormen waardoor er meer interactie en input vanuit de burger mogelijk is; op deze manier zou de kloof tussen kunst en burger kleiner gemaakt kunnen worden ter bevordering van de legitimiteit van de kunst- en cultuursubsidies. In het volgende hoofdstuk zal ik uiteenzetten hoe er vanuit de nieuwe mediatheorie omgegaan wordt met de term participatie, om te beargumenteren dat de cultuursector wellicht baat heeft bij inzichten die deze sector met betrekking tot participatie heeft gehad.

**4. MEDIATHEORIE EN PARTICIPATIE**

Het discours rond de term participatie neemt in de mediatheorie een andere vorm aan dan in de historische ontwikkeling van de term in het cultuurbeleid het geval is. Er wordt in de mediatheorie op verschillende manieren gekeken naar de definitie van de term en waar deze allemaal voor kan staan. In cultuurbeleidsstukken wordt, zoals in het vorige hoofdstuk omschreven, de term participatie veelal met betrekking tot cultuur slechts gehanteerd als zijnde bezoekersaantallen van culturele instellingen en de beoefening van amateurkunst. Op het vlak van bezoekersaantallen wordt er uitgegaan van een eenzijdige relatie tussen kunstvormen en bezoekers; er is een kunstvorm en een bezoeker die deze kan bezoeken. Deze relatie kan bekeken worden met het klassieke communicatiemodel van Shannon en Weaver, welke uitgaat van een zender en een ontvanger. De zender encodeert een boodschap en stuurt deze vervolgens over een medium, dat eventueel ruis kan veroorzaken. Daarna komt de boodschap bij de ontvanger terecht die deze weer decodeert[[51]](#footnote-51). Zo rechtlijnig als dit model is de huidige realiteit echter niet omdat de bezoeker geen passieve ontvanger hoeft te zijn. Door nieuwe mediavormen kan er interactiviteit, een wederzijdse communicatiestroom of beïnvloeding plaatsvinden. Het idee van de cultuurconsument als een ‘couch-potato’[[52]](#footnote-52) die slechts kan ontvangen is daarom in deze tijd enigszins achterhaald. Er zijn in de mediatheorie veel pogingen gedaan om interactiviteit te definiëren en er is tevens veel kritiek geuit op de manier waarop dit gepoogd is[[53]](#footnote-53). Er valt te beargumenteren dat men altijd al interactie had met allerlei soorten tekst[[54]](#footnote-54) voordat er ‘nieuwe’ media bij kwamen kijken. Het bekijken van teksten zou inherent interactief zijn omdat er bij het ervaren van de tekst een interpretatie, of in andere termen een decodering, gemaakt moet worden waar cognitieve inspanning voor nodig is[[55]](#footnote-55). Door de komst van digitale mediavormen moet er echter op een andere manier gekeken worden naar interactie omdat er een wederzijdse communicatiestroom of beïnvloeding kan plaatsvinden. Door deze ‘nieuwe’ eigenschap van interactiviteit van media werd in het discours op ideologisch level een ‘magische’ extra waarde toegeschreven aan nieuwe vormen van media[[56]](#footnote-56). De term ‘interactief’ als omschrijving van nieuwe mediavormen is volgens Lev Manovich echter slechts het benoemen van de meest basale eigenschap ervan; het hele idee van bijvoorbeeld een computer is dat de beelden op het scherm gemanipuleerd kunnen worden, wat deze interactief maakt[[57]](#footnote-57). Er zou daarom teveel waarde gehecht worden aan deze term in het bespreken van nieuwe mediavormen. Er is namelijk, zo stelde Espen Aarseth in 1997, “[...]geen sprake meer van statische objecten die slechts waarde hebben wanneer deze geïnterpreteerd worden, maar van objecten met een eigen handelingsvermogen”[[58]](#footnote-58). We moeten interactie volgens Aarseth daarom bezien vanuit een punt waar “[…]de mens in interactie met digitale mediavormen deel uitmaakt van een cybernetische[[59]](#footnote-59) relatie met machines”. De machine waarlangs de tekst verstuurd wordt, is op deze manier in evenredige mate deel van het communicatieproces[[60]](#footnote-60). In deze definiëring van interactie hebben machines en mensen dus beiden handelingsvermogen[[61]](#footnote-61). Nieuwe mediavormen werken desondanks niet “op zichzelf staand in een vacuüm”, zoals Henry Jenkins stelt, dus is het van belang naar de sociale en culturele implicaties te kijken[[62]](#footnote-62). Deze mogelijkheid tot interactie heeft gezorgd voor het ontstaan van een verschuiving in de mogelijkheden die de mens als consument geboden worden. Alvin Toffler kwam al in 1981 met de term ‘prosumer’[[63]](#footnote-63) ter vervanging van ‘consumer’ om dit fenomeen te omschrijven. Prosumer is ontstaan als samentrekking van ‘pro-active’ en ‘consumer’ om aan te geven dat er in media-uitingen niet langer een eenrichtingsverkeer naar de consument toe hoeft te bestaan. De voormalige ‘couch-potato’ kan door de interactieve eigenschappen van nieuwe mediavormen pro-actief omgaan met de media-uitingen die hij voorgelegd krijgt. Er valt een goede vergelijking te maken tussen de mogelijkheden die interactieve mediavormen bieden in de cultuursector en de interactie die plaatsvindt in games. Bij beide cultuuruitingen is er namelijk een reactie van de gebruiker vereist om ze nuttig te maken; kunstvormen moeten geïnterpreteerd worden en games moeten gespeeld worden. Joost Raessens stelt in het artikel ‘Computer Games as Participatory Media Culture’ dat er in de ontwikkeling van computergames een overgang van het gebruik van de term interactie naar de term participatie is[[64]](#footnote-64). Interactiviteit is namelijk een term die ontevredenheid schept in het debat rond computergames omdat de acties van een gamer uit meer bestaan dan slechts reageren op de computergame. Ik wil beargumenteren dat door de technologische mogelijkheden die zich ook in de kunstwereld laten gelden, Raessens’ definitie van participatie tevens betrekking kan hebben op de culturele sector. In plaats van het klassieke zender-ontvanger schema van Shannon en Weaver zoals hierboven uitgelegd, is er nu informatieoverdracht mogelijk door niet alleen interactie, maar zelfs participatie[[65]](#footnote-65). Raessens stelt na het vergelijken van definities van de term participatie dat deze bestaat uit drie mogelijke manieren van participatie: deconstructie, reconfiguratie en constructie. Deconstructie is het maken van een interpretatie van hetgeen voorhanden is en dit in de context plaatsen om accuraat te kunnen reageren. Reconfiguratie bestaat in een exploratie van het onbekende; er worden afwegingen en keuzes gemaakt over eventuele andere opties, of er is controle over de mogelijkheid tot transformatie van hetgeen voorhanden is. Constructie is de mogelijkheid om nieuwe elementen toe te voegen of aan te passen in hetgeen voorhanden is[[66]](#footnote-66). Ik wil graag benadrukken dat ‘hetgeen voorhanden’ een game kan zijn, maar evengoed een kunstwerk zou kunnen zijn. De participatievorm deconstructie is de mentale verwerking van hetgeen men ervaart om dit te kunnen contextualiseren. Dit is iets dat bij het zien van vrijwel alle kunstvormen plaatsvindt; men bekijkt en interpreteert het kunstwerk om er betekenis aan te kunnen geven. Bij de participatievorm reconfiguratie is er een soort ‘trigger’ vanuit het kunstwerk nodig om deze stap als logisch te beschouwen. Deze manier van participatie zal daarom met meer waarschijnlijkheid voorkomen bij kunstvormen die impliciet participatief zijn[[67]](#footnote-67). Denk hierbij bijvoorbeeld aan een projectie die ‘op zich’ al een kunstwerk kan zijn, maar ook beweegt in reactie op de lichaamsbeweging van de aanschouwer. Het is alleenstaand een kunstwerk, maar triggert tevens het idee dat het werk gemanipuleerd kan worden. In de participatievorm constructie is het duidelijk de bedoeling dat er een actie vanuit het publiek verwacht wordt. Een voorbeeld hiervan zou Yoko Ono’s werk ᴘᴀɪɴᴛɪɴɢ ᴛᴏ ʜᴀᴍᴍᴇʀ ᴀ ɴᴀɪʟ kunnen zijn, waarbij een blok met spijkers en een hamer aan de muur hangt met de instructie om deze er in te slaan. In dit geval is er geen kunstwerk zonder actie van de aanschouwer, die in dit geval beter participant genoemd zou kunnen worden. Participatie zoals in de stap van constructie komt steeds meer voor in kunst omdat er steeds meer nieuwe mediavormen gebruikt worden bij het maken ervan; kunstenaars denken immers altijd na over het medium dat ze gebruiken om hun esthetische ingevingen te uiten. Daarnaast nemen kunstenaars vaak een onderzoekende rol aan in de samenleving; ze onderzoeken ook mediavormen die in eerste instantie niet als medium voor kunst beschouwd worden[[68]](#footnote-68). De digitale mediavormen die op dit moment in de samenleving aanwezig zijn, zijn veelal inherent interactief zoals eerder door Manovich omschreven. Hierdoor zijn er dus steeds interactievere kunstwerken die minstens een van Raessens’ participatievormen nodig hebben om betekenis te krijgen. Henry Jenkins gaat nog verder in op de consequenties die nieuwe interactieve mediavormen in onze samenleving hebben. Hij beschreef voor het eerst in 2003 de hedendaagse cultuur als zijnde een ‘participatory culture’:

 Audiences do not seem to be restricted to the position of a critical reader anymore, but can rely on new world wide connected social structures, communication, and distribution channels, facilitated by the Internet, through which they collectively can produce media texts and influence the established producers[[69]](#footnote-69).

Participatory culture wordt door Jenkins gedefiniëerd als een nieuwe manier van culturele productie, als een producerend alternatief voor de culturele industrie waar slechts passieve afname mogelijk is. Mirko Schäfer merkt echter op dat Jenkins de communityvorming die in deze participatory culture zou ontstaan erg benadrukt omdat hij in zijn onderzoek uitgaat van fan-culturen[[70]](#footnote-70). Dit is te zien in de puntsgewijze definitie die Jenkins geeft van de participatory culture:

1. With relatively low barriers to artistic expression and civic engagement

2. With strong support for creating and sharing one’s creations with others

3. With some type of informal mentorship whereby what is known by the most experienced is passed along to novices

4. Where members believe that their contributions matter

5. Where members feel some degree of social connection with one another (at the least they care what other people think about what they have created). Not every member must contribute, but all

must believe they are free to contribute when ready and that what they contribute will be appropriately valued[[71]](#footnote-71).

Jenkins bekijkt de participatory culture tevens vanuit een op mediaeducatie gericht perspectief, zoals de subtitel van zijn boek, *Media Education for the 21st Century*, al duidelijk aangeeft. Schäfer stelt daarom dat er meer activiteiten in de culturele industrie zijn die op een andere manier functioneren dan deze fan-culturen, waardoor de definitie die Jenkins geeft niet de volledige capaciteit van de term bedekt[[72]](#footnote-72). Deze actieve vorm van participatie waarover Jenkins schrijft is ook slechts een van de manieren waarop participeren tegenwoordig mogelijk is. Schäfer onderscheidt daarom impliciete en expliciete participatie[[73]](#footnote-73), waarbij de door Jenkins omschreven vorm als expliciet gecategoriseerd kan worden omdat deze producerende acties bewust uitgevoerd worden[[74]](#footnote-74). Impliciete participatie wordt meer getriggerd door het design van de technologie waardoor de participatie min of meer onbewust plaatsvindt[[75]](#footnote-75). Je kan bijvoorbeeld met minder inspanning op een ‘vind ik leuk’-button drukken dan een photoshop maken van je favoriete filmposter, terwijl beiden geschaard kunnen worden onder de term participatie. Net als bij de term interactie is er ook in participatie een overdreven positief beeld van de mogelijkheden die het zou bieden. In het discours van participatory culture wordt veelal aangenomen dat “[…]participatie door veel gebruikers gelijk staat aan democratie”[[76]](#footnote-76). Dit is echter niet het geval omdat het democratisch gehalte ook van alle omringende factoren afhangt. Schäfer stelt echter na analyse van een aantal recent opkomende mediapraktijken dat er in technologisch design een mogelijkheid ligt om participatie te stimuleren. Zo kan een visualisatie van de meest ‘getagte’ onderwerpen bijvoorbeeld aanleiding geven om zelf tags te bekijken en te gebruiken[[77]](#footnote-77). De participatory culture kan dus zeker een nieuwe vorm van culturele productie bieden[[78]](#footnote-78) wanneer het design van de middelen waarmee dit gepoogd wordt hierop afgestemd is.

Eggo Müller heeft in zijn artikel ‘Formatted spaces of participation’ een historisch vergelijkend onderzoek gedaan naar verschillende vormen van interactieve televisie en websites voor het delen van video’s. Hij concludeert hieruit dat het beschouwen van de relatie tussen mediaconsumenten en -producenten als ‘bottom-up’ versus ‘top-down’ een geromantiseerd beeld geeft van de werkelijke, ingewikkeldere relatie en processen die plaatsvinden tussen beiden[[79]](#footnote-79). Wanneer er een digitale of cross-mediale opzet van een (video)werk of platform bestaat, worden er volgens dit onderzoek “institutionally and culturally structured spaces of participation” gecreëerd[[80]](#footnote-80). Deze ‘spaces of participation’ worden gevormd door co-creatie en geroutineerde handelingen van gebruikers[[81]](#footnote-81). De term neemt de technologische, economische, sociale en culturele krachten en conventies in acht die vorm geven aan de inhoud die gecreëerd wordt binnen deze spaces of participation. Müller’s onderzoek gaat over situaties met video-gerelateerde inhoud, dus de uitkomst ervan is niet direct te vergelijken met de situatie in het kunst- en cultuurbeleid. Desondanks is het goed om ook de krachten en conventies die spelen in de cultuursector in acht te nemen wanneer er een digitale of cross-mediale opzet van cultuuruitingen bestaat.

In dit hoofdstuk heb ik gepoogd een overzicht te geven van de term participatie in de mediatheorie om de deelvraag *Hoe wordt de term participatie gebruikt in de theorieën over nieuwe media?* te kunnen beantwoorden. In plaats van een eenzijdige communicatiestroom van zender naar ontvanger is er in vormen van nieuwe media interactiviteit mogelijk. Aarseth heeft vastgesteld dat zowel de mens als de machine in deze interactie evenveel handelingsvermogen hebben. In media-uitingen is de verhouding van de passieve ontvanger of consument veranderd naar prosumer, de pro-actieve variant die de mogelijkheid van reactie bezit. De positieve connotaties die interactiviteit met zich meebrengt moeten echter niet overschat worden; nieuwe media zijn immers inherent interactief. De term interactie wordt niet als sluitend gezien in game studies, omdat er meer van een gebruiker verwacht wordt dan slechts reageren op input van een mediavorm. De term participatie wordt vervolgens door Raessens voorgesteld; hij gaat in deze context uit van de reacties deconstructie, reconfiguratie en constructie. Deze reacties zorgen voor een intensievere vorm van interactie, waardoor de term participatie een betere omschrijving is. Volgens Jenkins zijn de mogelijkheden tot participeren door een genetwerkte structuur zo groot dat dit tot een participatory culture leidt. Schäfer nuanceert dit en stelt dat er mogelijkheden zijn om impliciet of expliciet te participeren, waarbij actieve expliciete participatie van eenieder nodig zou zijn om een participatory culture te bewerkstelligen. Tevens stelt hij dat het verwachte democratische gehalte dat gebracht zou worden door participatie niet een logisch gevolg hoeft te zijn van slechts de mogelijkheid tot participeren, maar dat dit afhangt van verschillende factoren. Impliciete of expliciete participatie kan volgens hem echter wel gestuurd worden door het design van mediavormen die men aanwendt om mensen mee te laten participeren. Müller stelt eveneens dat er verschillende krachten en conventies in beschouwing genomen moeten worden ten aanzien van de (virtuele) ruimtes waarbinnen participatie plaatsvindt. Er is geen top-down of bottom-up benadering die overheerst, maar een ingewikkelde structuur van relaties die samen deze ruimte vormgeven.

**5. CULTUURPARTICIPATIE REVISITED**

De term participatie in het kunst- en cultuurbeleid zoals omschreven in hoofdstuk 3 heeft verschillende vormen gekend, mede om de legitimiteit van het beleid te waarborgen. De positie van het publiek hierin is verschoven van een lijdende positie, als subject van het welzijnsbeleid, naar een leidende positie, als bepalende factor in de legitimiteit van het beleid. Om de legitimiteit van kunstsubsidies te bewijzen tegenover de aanhoudende kritiek uit de politiek en de maatschappij, wordt er veelal gekeken naar bezoekersaantallen van culturele instellingen. Zoals Blokland stelt zou de preferentie van de burger in het beleid inderdaad niet verwaarloosd mogen worden om de ontstane kloof tussen kunst en publiek te kunnen dichten. In het Jaarboek Actieve Cultuurparticipatie van het FCP uit 2010 stellen Idema en Heijmans echter dat de digitalisering van de samenleving juist vraagt om nieuwe maatstaven vanuit de beleidsmakers[[82]](#footnote-82). Naast de kwantitatieve beoordeling gebaseerd op bezoekersaantallen van instellingen, zouden participatievormen die door nieuwe media mogelijk gemaakt worden een kwalitatieve beoordeling kunnen bieden. Ik zal hieronder eerst de voordelen van nieuwe mediavormen en participatie zoals besproken in de mediatheorie voor een kwantitatieve beoordeling uiteenzetten, en vervolgens de mogelijkheid tot een kwalitatieve beoordeling bespreken.

De monitoring op de reeds aanwezige participatie bestaat zoals eerder aangegeven grotendeels uit het tellen van het aantal deelnamen aan cultuur, als beoefenaar of bezoeker. Men probeert in onderzoeken hiernaar mediavormen te betrekken door cijfers te verzamelen op basis van de gemedieerde varianten van traditionele kunstvormen en –beoefening. Dit omvat bijvoorbeeld traditionele zaken zoals het luisteren van klassieke muziek via internet, tot iets vooruitstrevendere zaken zoals grafisch werk via de computer[[83]](#footnote-83). De huidige vormen van participatie die reeds plaatsvinden, strekken verder dan de aantallen die in deze onderzoeken gegeven kunnen worden. Dit komt mede door een gebrek aan gegevens hierover[[84]](#footnote-84). Dit betekent echter niet dat deze nieuwe, minder traditionele vormen van participatie niet plaatsvinden. De expliciete vormen van participatie nemen veelal de vorm aan van een participatory culture zoals deze door Jenkins omschreven is; er wordt actief bijgedragen aan een community. Zo zetten bijvoorbeeld beginnende DJ’s zelfgecomponeerde sets op een platform zoals soundcloud. Door het uitvoerende en educatieve karakter van deze communities is deze participatievorm te categoriseren als een ‘nieuwe’ vorm van amateurkunstbeoefening, maar dan met de mogelijkheden die een ‘online formatted space of participation’ biedt. Daarnaast zijn er ook nieuwe impliciete vormen van participatie mogelijk, zoals bijvoorbeeld het bekijken van internetkunst of het ‘liken’ van culturele content op social media. Idema stelde dat veranderingen in de maatschappij zoals digitalisering het laatste decennium de cultuurparticipatie hebben doen groeien in omvang, diversiteit en vormen van beoefening[[85]](#footnote-85). De grens waarbinnen ‘cultuur’ valt wordt steeds breder. Wanneer deze vormen van cultuurparticipatie in een onderverdeling van impliciete en expliciete participatie gemonitord zouden worden, zou er een completer beeld ontstaat van de aanwezige cultuurparticipatie, en nieuwe of voor het beleid onbekende vormen hiervan. Omdat deze nieuwe vormen van cultuurdeelname voor een groot deel web-based[[86]](#footnote-86) zijn, zou er een algoritme gemaakt kunnen worden om deze op te sporen en automatisch te monitoren. De betekenis van de term ‘cultuur’ zou zich door deze data onderbouwd kunnen verbreden, omdat hiermee de diversiteit van dit ‘nieuwe’ culturele landschap blootgelegd kan worden. Door deze data zouden rapporten zoals die van het SCP zich niet hoeven te beperken tot traditionele culturele uitingen. Een betere monitoring op nieuwe culturele uitingen en een verbreding van de term cultuur vormen een betere basis voor het kwantitatief beoordelen van instellingen en het schrijven van beleid, waardoor de legitimiteit van het cultuurbeleid ondersteund zou kunnen worden.

Door de relatief recente alomtegenwoordigheid van nieuwe mediavormen zou bijna vergeten worden dat het bijkomende effect ervan is dat laptops, internet en smartphones cultuur toegankelijker kunnen maken omdat de tijd en ruimte waarin cultuur traditioneel gezien plaatsvindt geen vereiste meer is voor het deelnemen eraan. Uit het WRR-rapport *Cultuur Herwaarderen* blijkt dat de context waarin cultuur aangeboden wordt belangrijk is voor het vinden van aansluiting bij potentieel publiek[[87]](#footnote-87). Er kan met vormen van nieuwe media dus ingespeeld worden op persoonlijke voorkeuren van het publiek en er kan nieuw potentieel publiek bereikt worden, omdat het mogelijk is om cultuur in een flexibele context te presenteren met betrekking tot ruimte en tijd. Op deze manier zouden beleidsmakers kunnen beargumenteren dat er een groter publiek bereikt en behouden kan worden, om zo weer de legitimiteit van cultuursubsidies te onderbouwen. De maatstaven die gebruikt worden voor het beoordelen van culturele instellingen zouden ook ontwikkeld en uitgebreid kunnen worden zodat er een cultureel aanbod kan ontstaan dat beter aansluit op interesses van het publiek. Niet alleen beleidsmakers, maar ook instellingen kunnen bijdragen aan legitimiteit door een beter gebruik van nieuwe media. Dit uit zich momenteel al in de vorm van bijvoorbeeld apps met informatie over culturele evenementen en websites met audiotours, maar dit gebruik van mediavormen biedt een relatief laag niveau van participatie. Er zijn steeds meer nieuwe paden om te verkennen met intensievere vormen van participatie. Zo worden er livestreams gemaakt van evoluerende kunstwerken door eenieder met een smartphone, wordt werk op andere manieren verspreid[[88]](#footnote-88) en zijn er online culturele evenementen die input van de bezoeker verlangen.

Naast de flexibiliteit in tijd en plaats, is ook de veranderende relatie met het publiek een belangrijke bijkomstigheid van nieuwe mediavormen omdat dit effect heeft op de kwaliteit van de relatie tussen publiek en culturele instellingen. Heijmans stelt dat deze kwalitatieve relatie met de bezoeker interessanter en relevanter is voor kunstinstellingen, en dat deze instellingen daarom hierop beoordeeld zouden moeten worden[[89]](#footnote-89). In het cultuurbeleid wordt een onderscheid gemaakt tussen actieve en passieve cultuurparticipatie, waarbij ‘actief’ het beoefenen van culturele uitingen betekent, en ‘passief’ het bekijken of beluisteren van werk van anderen. Door nieuwe vormen van media wordt het publiek door kunstenaars en instellingen steeds meer uitgedaagd om een actieve rol in te nemen in deze ‘passieve’ participatie. Zoals hierboven aangestipt is, wordt er in de mediatheorie onderscheid gemaakt tussen impliciete en expliciete participatie. In hoofdstuk 4 heb ik Raessens’ specifiekere uiteenzetting voor expliciete participatie benoemd (deconstructie, reconfiguratie en constructie) en aangetoond dat deze participatievormen in kunstwerken nodig zijn om het werk tot zijn recht te laten komen. De interactie tussen publiek en kunst gaat al tijden verder dan het actief beoefenen en passief bekijken als zijnde eenrichtingsverkeer, maar in het beleid wordt het noodgedwongen tot deze twee termen gereduceerd om het kwantificeerbaar en daardoor meetbaar te maken. Nu is de relatie tussen culturele instellingen en het publiek door nieuwe vormen van media aan het veranderen, omdat er interactie en zelfs participatie mogelijk is. Door de wereldwijd verbonden sociale structuren, communicatie en mogelijkheden tot verspreiding die het internet biedt, ontstaan er communities van gelijkgezinden, zoals Jenkins heeft geconcludeerd[[90]](#footnote-90), en niet alleen met betrekking tot fan-culturen. Er worden op de populaire social media en websites zoals Facebook, Youtube, Soundcloud, Etsy en Deviantart groepen opgericht waarin mensen culturele uitingen maken, delen met elkaar en elkaar verder helpen. Deze communities ontstaan op organische wijze uit gelijke interesses, maar zoals Müller stelde is er ook een rol weggelegd voor instellingen die een regisserende functie kunnen aannemen[[91]](#footnote-91). Op deze manier zou er een omgeving van participatie, zoals een multimediaal platform, gecreëerd kunnen worden door bijvoorbeeld een culturele instelling. Hierin kan zowel publiek als instelling macht uitoefenen op de vormgeving en inhoud van het geheel. Hierdoor zou het publiek een rol aan kunnen nemen waarin ze de hoogste participatoire acties kan ondernemen, namelijk reconfigureren en construeren. Wanneer er vanuit het beleid op zo een manier een actievere rol aan het publiek toebedeeld wordt, kan er een vorm van co-creatie in deze ‘formatted space of participation’ ontstaan die de legitimiteit van cultuursubsidies en –beleid zou ondersteunen. In het ontwerpen van een platform met zo’n structuur zou men kunnen letten op het design van het geheel, omdat hierin de mogelijkheid van interactie en participatie, en zelfs een trigger daartoe, kan worden opgenomen[[92]](#footnote-92). De kwaliteit van de relatie tussen publiek en culturele instelling zou door deze vorm van expliciete actieve participatie veel intenser worden dan een museumbezoek zou kunnen bewerkstelligen. Om de ontwikkeling van zo’n soort ‘formatted space of participation’ te stimuleren zouden de maatstaven ter beoordeling van deze instellingen vanuit het beleid ook de kwalitatieve relatie met het publiek kunnen meenemen. Op deze manier zouden culturele instellingen en publiek wellicht dichter tot elkaar kunnen komen, en daarmee hopelijk ook het beleid en haar legitimiteit.

**6. CONCLUSIE & DISCUSSIE**

De problematiek die ik in de aanleiding van deze scriptie heb geschetst met betrekking tot de legitimering van kunstsubsidies ligt in de kloof die ontstaan is tussen de kunst en de bezoeker. De vraag die ik daarom gesteld heb in deze scriptie, is *Hoe kan de cultuursector de inzichten die het mediatheoretische discours over participatie biedt in haar voordeel gebruiken?* Vanuit de geschiedenis van het cultuurbeleid heeft de term cultuurparticipatie zich ontwikkeld tot ‘aantallen kunstbeoefenaars en –bezoekers’, maar er wordt vanuit de cultuursector gevraagd om meer dan deze kwantitatieve maatstaf naar aanleiding van de digitalisering van de samenleving. De interactie- en participatievormen die mogelijk gemaakt worden door nieuwe, digitale vormen van media kunnen zorgen voor een andere relatie met, en een andere benadering van het publiek. Zo zijn er betere mogelijkheden om de reeds aanwezige participatie te monitoren en zou er meer helderheid kunnen ontstaan over de diversiteit van ‘nieuwe’ cultuuruitingen. Er is een groter bereik mogelijk door de ontstane flexibiliteit in ruimte en tijd, en men kan hierdoor beter contextgericht cultuur aanbieden waardoor nieuw publiek aangeboord kan worden. Deze zaken zouden de kwantitatieve gegevens in rapporten naar cultuurbeleid kunnen doen verschuiven naar een toename in participatie, in plaats van een afname. Daarnaast zijn de vormen van participatie die mogelijk gemaakt worden door nieuwe media vele malen intensiever dan slechts ‘actieve’ en ‘passieve’ participatie zoals deze termen in het cultuurbeleid gebruikt worden. Er bestaat in de mediatheorie een variatie die loopt van impliciete participatie als minimaal uiterste, naar expliciete constructie als maximaal uiterste. Alles dat hiertussen ligt kan in de culturele sector benut worden om de kwantiteit en de kwaliteit van de relatie met het publiek te verbeteren. Op deze manier kan duidelijker worden waar het publiek buiten de kijker van de beleidsrapporten al participeert, en wordt het publiek meer betrokken bij culturele uitingen zodat de kloof tussen beleid en publiek kan gaan krimpen. Zo zou de term participatie bezien vanuit de mediatheoretische hoek een bijdrage kunnen leveren aan het legitimiteitsdebat rondom het cultuurbeleid.

Het is echter niet vanzelfsprekend dat een ‘formatted space of participation’ zich artificieel laat opzetten. Als een culturele instelling een multimediaal platform initiëert dat ondersteund wordt vanuit het beleid zou het hoogste niveau van publieksparticipatie bereikt kunnen worden. Er zal echter grondig onderzoek nodig zijn naar de manier waarop zo een hoog participatieve structuur geïntroduceerd zou moeten worden om genoeg enthousiasme te wekken bij het publiek. Ook het ontwikkelen van een algoritme om ‘nieuwe’ culturele uitingen op te sporen en monitoren, zoals voorgesteld in hoofdstuk 5, zou lastig kunnen zijn. Een programmeur zou wellicht verder onderzoek kunnen verrichten naar de mogelijkheden hierin. Desalniettemin blijven er genoeg andere opties en participatievormen over om participatie in mediatheoretische zin in het voordeel van de culturele sector te gebruiken.

**LITERATUUR**

Bevers, T. *Georganiseerde Cultuur. De rol van de overheid en markt in de kunstwereld*. Bussum: Dick Coutinho, 1993.

Blokland, H. *Pluralisme, democratie en politieke kennis: ontwikkelingen in de moderne tijd*. Assen: Uitgeverij Van Gorcum, 2005.

Blokland, H., “Nederlands cultuurpolitiek drama”, *Socialisme & Democratie* 69, Nr.4 (april 2012): 9-24.

Daamen, M. “Kunstbeleid voor de Facebookgeneratie”*.* *NRC Handelsblad (*2014, 28 augustus). Opgehaald van: [http://www.nrcreader.nl/artikel/6657/kunstbeleid-voor-de-facebookgeneratie op27 november 2014](http://www.nrcreader.nl/artikel/6657/kunstbeleid-voor-de-facebookgeneratie%20op%2027%20november%202014).

De Mul, J. "The work of art in the age of digital recombination." *Digital material: Tracing new media in everyday life and technology.* Amsterdam University Press, 2009, 95-106.

Folkersma, N. “Presentatie is alles. Het groeiende belang van het tentoonstellingsontwerp”*.* *Metropolis M* 6(2011). Opgehaald van: metropolism.com/magazine/2011-no6/presentatie-is-alles/ op 28 november 2014.

Fonds voor Cultuurparticipatie. *Jaarboek Actieve Cultuurparticipatie 2010. Bijdragen over kennis en beleid*. reds: IJdens, T., Van Hoorn, M., Van den Broek, A., Hiemstra, T. Utrecht : Fonds voor Cultuurparticipatie, 2010.

IJdens, T., Rensen, van, C. *Cultuurparticipatiebeleid: leren en verbeteren.* In: Jaarboek Actieve Cultuurparticipatie 2010, Bijdragen over kennis en beleid. reds: Teunis IJdens, Marjo van Hoorn, Andries van den Broek, Tynke Hiemstra. Utrecht: Fonds voor Cultuurparticipatie, 2010.

Jenkins, H. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Cambridge: MIT press, 2009.

Jenkins, H. “The cultural logic of media convergence.” *International journal of cultural studies* 7, no.1 (2004): 33–43. Opgehaald op 9 december, 2014. doi: 10.1177/1367877904040603.

Lister, M., et. al. *New Media. A critical introduction*. Londen: Routledge, 2009.

Manovich, L., *The Language of New Media*. Cambridge: MIT press, 2001.

Manovich, L., *Post-media Aesthetics.* 2001. Opgehaald van:<http://manovich.net/index.php/projects/post-media-aesthetics> op 5 december 2014.

Meet your stranger’s website; opgehaald van: meetyourstranger.com op 4 april 2015.

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen. *Cultuurbeleid in Nederland.* Den Haag: SDU, 2002.

Müller, E. "Formatted spaces of participation." *Digital material: Tracing new media in everyday life and technology.* Amsterdam University Press, 2009, 49-64.

Oosterbaan Martinius, W. *Schoonheid, welzijn, kwaliteit. Kunstbeleid en verantwoording na*

*1945.* Den Haag: Gary Schwartz / SDU, 1990.

Pots, R. (2000). *Cultuur, koningen en democraten. Overheid & cultuur in Nederland.* Uitgeverij SUN 2000.

Raad voor Cultuur. *Meedoen* *is de kunst. Advies over actieve cultuurparticipatie*. Den haag :Raad voor Cultuur, 2014.

Raessens, J., Goldstein, J., *Handbook of computer game studies*. Londen: The MIT Press, 2005.

Schäfer, M. T. *Bastard culture!: how user participation transforms cultural production*. Amsterdam University Press, 2011.

SETUP’s website; opgehaald van: setup.nl op 5 april 2015.

Shannon, C., Weaver, W. *Themathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois Press, 1949.

Sociaal en Cultureel Planbureau. *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars. Trends in cultuurparticipatie en mediagebruik*. reds: Broek, van den, A., Haan, de, J., Huysmans, F. Den Haag: SCP, 2009.

Sociaal en Cultureel Planbureau. *Een beroep op de burger. Minder verzorgingsstaat, meer eigen verantwoordelijkheid?* reds: Veldheer, V., Jonker, J., Noije, van, L., Vrooman, C. Den Haag: SCP, 2012.

Toffler, A. *The third wave*. New York: Bantam books, 1981.

Van Eijck, K. *Culturele smaakpatronen: omnivoriteit en ervaringshonger*. In: Cultuur herwaarderen. reds: Erik Schrijvers, Anne-Greet Keizer, Godfried Engbersen. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2015, 103-119.

Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid. *Een nieuwe toekomst voor het cultuurbeleid*. reds. Hoefnagel, F., Dohmen, J. Den Haag: Studio Daniels, 2009.

1. Ijdens, T., Van Rensen, C. 2010. "Cultuurparticipatiebeleid: leren en verbeteren." *Jaarboek Actieve Cultuurparticipatie 2010.* *Bijdragen over kennis en beleid*, reds: IJdens, T., Van Hoorn, M., Van den Broek, A., Hiemstra, T. (Fonds voor Cultuurparticipatie: Utrecht), 19-45. [↑](#footnote-ref-1)
2. Knol, J. 2010. "Voorwoord." *Jaarboek Actieve Cultuurparticipatie 2010. Bijdragen over kennis en beleid*, reds: IJdens, T., Van Hoorn, M., Van den Broek, A., Hiemstra, T. (Fonds voor Cultuurparticipatie: Utrecht), 5-7. [↑](#footnote-ref-2)
3. Zie bijvoorbeeld Broek, A.van den, Huysmans, F., Haan, J.de. 2009. C*ultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars*, 16-17. [↑](#footnote-ref-3)
4. Zie bijvoorbeeld Vinken, H., Van den Broek, A. 2012. “Buitenschoolse muziekeducatie voor kinderen en jongeren: deelname en drempels.” *Jaarboek Actieve Cultuurparticipatie 2012. Doelen, middelen, effecten*, reds: IJdens, T., Van Hoorn, M., Van den Broek, A., Van Rensen, C. (Fonds voor Cultuurparticipatie: Utrecht), 24. [↑](#footnote-ref-4)
5. Pots, R. *Cultuur, koningen en democraten. Overheid & cultuur in Nederland.* (Nijmegen: SUN, 2000), 333 [↑](#footnote-ref-5)
6. Daamen, M. 2014. *6 redenen waarom het kunstdebat in Nederland zo moeizaam is .*Cultureel persbureau, 30 augustus 2014, Geraadpleegd op 14 maart 2015, http://www.cultureelpersbureau.nl/2014/08/melle-daamen-op-cultuurpers-6-redenen-waarom-het-kunstdebat-nederland-zo-moeizaam/ [↑](#footnote-ref-6)
7. Blokland, H., “Nederlands cultuurpolitiek drama”, *Socialisme & Democratie* 69, Nr.4 (april 2012): 11. [↑](#footnote-ref-7)
8. Manovich, L., *The Language of New Media*. (Cambridge: MIT press, 2001), 55. [↑](#footnote-ref-8)
9. Deze term wordt in hoofdstuk 4 nader toegelicht. [↑](#footnote-ref-9)
10. #  Zie voor meer informatie hierover bijvoorbeeld *The Language of New Media* van Lev Manovich, of *New Media: A Critical Introduction* van Lister et. al.

 [↑](#footnote-ref-10)
11. [Baarda](http://www.bol.com/nl/c/boeken/d-b-baarda/6427/index.html), B., De Goede, M. *Basisboek Methoden en technieken:Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwantitatief onderzoek.* (Groningen/Houten: Wolters-Noordhoff: 2006). [↑](#footnote-ref-11)
12. Bevers, T. *Georganiseerde Cultuur. De rol van de overheid en markt in de kunstwereld*. (Dick Coutinho: Bussum, 1993), 115. [↑](#footnote-ref-12)
13. Oosterbaan Martinius, W. *Schoonheid, welzijn, kwaliteit. Kunstbeleid en verantwoording na*

*1945*. (Gary Schwartz / SDU: Den Haag, 1990), 67.
Sociaal en Cultureel Planbureau. *Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars. Trends in cultuurparticipatie en mediagebruik*. reds: Broek, van den, A., Haan, de, J., Huysmans, F. (Den Haag: SCP, 2009), 233. [↑](#footnote-ref-13)
14. Bevers, 112. [↑](#footnote-ref-14)
15. Bevers 112. [↑](#footnote-ref-15)
16. Oosterbaan, 10. [↑](#footnote-ref-16)
17. Bevers, 112. Oosterbaan, 67. [↑](#footnote-ref-17)
18. Pots, R. *Cultuur, koningen en democraten. Overheid & cultuur in Nederland.* (Nijmegen: SUN, 2000), 316. [↑](#footnote-ref-18)
19. Pots, 317. [↑](#footnote-ref-19)
20. Pots, 321. [↑](#footnote-ref-20)
21. Pots, 354. [↑](#footnote-ref-21)
22. Oosterbaan, 76. [↑](#footnote-ref-22)
23. Pots, 354. [↑](#footnote-ref-23)
24. Oosterbaan, 59. [↑](#footnote-ref-24)
25. Bevers, 129. [↑](#footnote-ref-25)
26. Bevers, 130. Pots, 356. [↑](#footnote-ref-26)
27. Pots, 315. [↑](#footnote-ref-27)
28. Pots, 317. [↑](#footnote-ref-28)
29. OCW. *Cultuurbeleid in Nederland*. (Den Haag: SDU, 2002), 89. [↑](#footnote-ref-29)
30. Blokland, H. *Pluralisme, democratie en politieke kennis: ontwikkelingen in de moderne tijd*. (Assen: Uitgeverij Van Gorcum, 2005), 75. [↑](#footnote-ref-30)
31. SCP 2012, 248. [↑](#footnote-ref-31)
32. Zie bijvoorbeeld Broek, A.van den, Huysmans, F., Haan, J.de. 2009. C*ultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars*, 16-17. [↑](#footnote-ref-32)
33. SCP 2012, 237 [↑](#footnote-ref-33)
34. Raad voor Cultuur. *Meedoen is de kunst. Advies over actieve cultuurparticipatie*. (Den haag :Raad voor Cultuur, 2014), 6. [↑](#footnote-ref-34)
35. SCP 2009, 109. [↑](#footnote-ref-35)
36. Binnen het discours hierover in de mediatheorie wordt er zelfs gesproken over *post-medium aesthetics* (Manovich, 2005) om aan te geven dat in de tijd van *convergence culture*, een cultuur waarin mediavormen in elkaar overlopen en door elkaar beïnvloed worden, (Jenkins, 2004) denken in ‘media’ achterhaald is. [↑](#footnote-ref-36)
37. Bevers, 130.
Pots, 356. [↑](#footnote-ref-37)
38. Zie bijvoorbeeld Sociaal en Cultureel Planbureau. *Een beroep op de burger. Minder verzorgingsstaat, meer eigen verantwoordelijkheid?* reds: Veldheer, V., Jonker, J., Noije, van, L., Vrooman, C. (Den Haag: SCP, 2012), 237. [↑](#footnote-ref-38)
39. Blokland 2012, 11. [↑](#footnote-ref-39)
40. Blokland 2012, 11. [↑](#footnote-ref-40)
41. Blokland 2012, 12. [↑](#footnote-ref-41)
42. Zie bijvoorbeeld Vinken, H., Van den Broek, A. 2012. “Buitenschoolse muziekeducatie voor kinderen en jongeren: deelname en drempels.” *Jaarboek Actieve Cultuurparticipatie 2012. Doelen, middelen, effecten*, reds: IJdens, T., Van Hoorn, M., Van den Broek, A., Van Rensen, C. (Fonds voor Cultuurparticipatie: Utrecht), 24. [↑](#footnote-ref-42)
43. Blokland 2012, 18. [↑](#footnote-ref-43)
44. Blokland 2012, 21. [↑](#footnote-ref-44)
45. Idema, J. 2010. "Definitiediscussie." *Jaarboek Actieve Cultuurparticipatie 2010.* *Bijdragen over kennis en beleid*, reds: IJdens, T., Van Hoorn, M., Van den Broek, A., Hiemstra, T. (Fonds voor Cultuurparticipatie: Utrecht), 153. [↑](#footnote-ref-45)
46. Idema, 154. [↑](#footnote-ref-46)
47. Heijmans, L. 2010. "Afrekenen op dialoog." *Jaarboek Actieve Cultuurparticipatie 2010.* *Bijdragen over kennis en beleid*, reds: IJdens, T., Van Hoorn, M., Van den Broek, A., Hiemstra, T. (Fonds voor Cultuurparticipatie: Utrecht), 47. [↑](#footnote-ref-47)
48. Heijmans, 47. [↑](#footnote-ref-48)
49. Bevers, 130; Pots, 356. [↑](#footnote-ref-49)
50. Zie bijvoorbeeld Sociaal en Cultureel Planbureau. *Een beroep op de burger. Minder verzorgingsstaat, meer eigen verantwoordelijkheid?* reds: Veldheer, V., Jonker, J., Noije, van, L., Vrooman, C. (Den Haag: SCP, 2012), 237. [↑](#footnote-ref-50)
51. Shannon, C. E., Weaver, W. *The mathematical theory of communication* (Urbana : University of Illinois Press, 1949), 3. [↑](#footnote-ref-51)
52. Zie voor een uitgebreide omschrijving van deze term en haar context Lister et. al., 68. [↑](#footnote-ref-52)
53. Lister, M., et. al. *New Media. A critical introduction*. (Londen: Routledge, 2009), 21. [↑](#footnote-ref-53)
54. Tekst wordt hier gebruikt zoals in cultural studies vaak gebruikelijk is: als een betekenisvol artefact van cultuur. [↑](#footnote-ref-54)
55. Lister et. al., 23. [↑](#footnote-ref-55)
56. Lister et. al., 21,
Raessens, J., Goldstein, J., *Handbook of computer game studies*. (Londen: The MIT Press, 2005), 379. [↑](#footnote-ref-56)
57. Manovich, 55. [↑](#footnote-ref-57)
58. Lister et. al., 24. [↑](#footnote-ref-58)
59. Zie voor een uitgebreide omschrijving van deze term en haar context Lister et. al., 421. [↑](#footnote-ref-59)
60. Lister et. al., 24. [↑](#footnote-ref-60)
61. Lister et. al., 24, Raessens, 379. [↑](#footnote-ref-61)
62. Jenkins, H. *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. (Cambridge: MIT press, 2009), 7. [↑](#footnote-ref-62)
63. Toffler, A. *The third wave*. (New York: Bantam books, 1981). [↑](#footnote-ref-63)
64. Raessens, 379. [↑](#footnote-ref-64)
65. Raessens, 380. [↑](#footnote-ref-65)
66. Raessens, 378. [↑](#footnote-ref-66)
67. Impliciete participatie als theoretisch concept komt later in hoofdstuk twee uitgebreider aan bod, maar kan hier gelezen worden als ‘niet uitdrukkelijk gezegd of erbij geschreven, maar wel in het gezegde of geschrevene opgesloten liggend’. [↑](#footnote-ref-67)
68. Denk bijvoorbeeld aan Marcel Duchamp’s Ready-mades of Eduard Kac’s fluoriserende konijn. [↑](#footnote-ref-68)
69. Schäfer, M. T. *Bastard culture!: how user participation transforms cultural production*. (Amsterdam University Press, 2011), 42. [↑](#footnote-ref-69)
70. Schäfer, 43. [↑](#footnote-ref-70)
71. Jenkins, 5. [↑](#footnote-ref-71)
72. Schäfer, 43. [↑](#footnote-ref-72)
73. Schäfer, 51. [↑](#footnote-ref-73)
74. Schäfer, 44. [↑](#footnote-ref-74)
75. Schäfer, 44. [↑](#footnote-ref-75)
76. Schäfer, 45. [↑](#footnote-ref-76)
77. Schäfer, 191. [↑](#footnote-ref-77)
78. Schäfer, 167. [↑](#footnote-ref-78)
79. Müller, E. "Formatted spaces of participation." *Digital material: Tracing new media in everyday life and technology* (Amsterdam University Press, 2009): 59. [↑](#footnote-ref-79)
80. Müller, 59. [↑](#footnote-ref-80)
81. Müller, 60 [↑](#footnote-ref-81)
82. Idema, 154; Heijmans, 47. [↑](#footnote-ref-82)
83. SCP 2009, 79, 107. [↑](#footnote-ref-83)
84. Zie bijvoorbeeld: SCP 2009, 79. [↑](#footnote-ref-84)
85. Idema, 153 [↑](#footnote-ref-85)
86. Schäfer, 199. [↑](#footnote-ref-86)
87. Van Eijck, K. *Culturele smaakpatronen: omnivoriteit en ervaringshonger.* In: Cultuur herwaarderen. reds: Erik Schrijvers, Anne-Greet Keizer, Godfried Engbersen. (Amsterdam University Press, 2015), 115. [↑](#footnote-ref-87)
88. De website van *SETUP*; setup.nl [↑](#footnote-ref-88)
89. Heijmans, 47. [↑](#footnote-ref-89)
90. Schäfer, 42. [↑](#footnote-ref-90)
91. Müller, 59. [↑](#footnote-ref-91)
92. Schäfer, 183. [↑](#footnote-ref-92)