

Het bereik van het Vlaamse cultuuraanbod. Een studie naar de relatie tussen het cultuuraanbod en het publieksbereik.

IGNACE GLORIEUX

THEUN PIETER VAN TIENOVEN

Abstract

Het streven naar een breder publieksbereik staat al lange tijd centraal in het Vlaams cultuurbeleid. Het participatiedecreet van 2008 vormt het middel om de participatie – het discours van culturele competenties en het slechten van participatiedrempels – te verbreden. Binnen het participatiediscours worden de Vlaamse cultuurcentra verondersteld laagdrempelige cultuurinstellingen te zijn die de cultuur bij het volk brengen. Desondanks blijkt het ideaal van een culturele democratie zelfs in de erg laagdrempelige cultuurcentra nog verre van verwezenlijkt. Bepaalde bevolkingsgroepen vinden maar moeizaam hun weg naar de Vlaamse cultuurcentra. Mannen, lager geschoolden, lagere sociale klassen, jongeren en ouderen zijn ondervertegenwoordigd bij de Vlaamse cultuurgebruikers. Deze bijdrage gaat na welke rol het culturele aanbod van de Vlaamse cultuurcentra speelt in het bereiken van deze verschillende ondervertegenwoordigde bevolkingsgroepen.

1 ONDERZOEK NAAR HET BEREIK VAN DE VLAAMSE CULTUURCENTRA

Als minister van cultuur heeft Bert Anciaux de afgelopen 10 jaar een beleid gevoerd dat in het teken stond van cultuurparticipatie. De bedoeling was niet alleen meer mensen in contact te brengen met cultuur, maar vooral ook om de ongelijkheid in culturele participatie te verminderen of ongedaan te maken. De vaststelling dat niet alle lagen van de bevolking in dezelfde mate aan cultuur participeren is niet nieuw, evenmin als betrachting deze ongelijkheid te milderen. Vanaf de jaren 70 van de vorige eeuw werden in Vlaanderen tal van cultuurcentra gebouwd met de bedoeling een laagdrempelig aanbod, cultuur dichterbij de mensen te brengen en op die manier de culturele ongelijkheid te bestrijden. Toch blijft de participatie in deze laagdrempelige cultuurhuizen erg ongelijk, zoals onlangs nog bleek uit

een grootschalig gebruikersonderzoek (zie Colpaert et al., 2007). Sociologische studies verklaren deze ongelijkheid meestal op basis van verschillen in socialisatie en opleidingsniveau en de verschillende culturele competenties en smaakvoorkeuren die daar het gevolg van zijn. Zelden wordt echter nagegaan hoe de kenmerken van het aanbod aanleiding kunnen geven tot het aantrekken of afstoten van bepaalde doelgroepen of deelpublieken. In meer commerciële omgevingen is dat nochtans de meest evidente zaak. Supermarktketens profileren zich door middel van hun aanbod en proberen op die manier welbepaalde marktsegmenten te bereiken. In de media probeert men door middel van een uitgekiende programmering welomschreven groepen van luisteraars of kijkers aan specifieke kanalen te binden. In de publieke cultuursector denkt men daar meestal anders over. Gesteund door sociologisch onderzoek gaat men er al snel van uit dat als het aanbod een bepaald deelpubliek niet bereikt, dat te wijten is aan dat publiek zelf. In het beste geval heeft het geen interesse, in het slechtste geval is het niet competent.

Uiteraard weten we dat de sociale achtergrond, culturele socialisatie en opleiding een belangrijke rol spelen in smaakvorming en het ontwikkelen van culturele competenties (zie o.m. Siongers, 2007) en dat dit aanleiding geeft tot ongelijkheid in culturele participatie. Dat hoeft echter niet te beletten dat we ook door middel van het aanbod kunnen proberen bepaalde groepen beter te bereiken. Misschien is dat beleidsmatig ook wel gemakkelijker, maar niet zo ingrijpend, dan het bewerken van smaakvoorkeuren en competenties. In deze bijdrage onderzoeken we in welke mate variaties in het aanbod in Vlaamse cultuurcentra leiden tot een verschillend bereik van specifieke doelgroepen. Vernieuwend aan dit onderzoek is dat we op zoek gaan naar factoren op het niveau van de cultuurcentra zelf en de sociale achtergrond van de gebruikers hierbij als een gegeven beschouwen. Door na te gaan wie door welke centra wordt bereikt, onderzoeken we na welke kenmerken van cultuurcentra een verhoogde (of juist verlaagde) cultuurparticipatie tot gevolg hebben. Doordat we kenmerken van de cultuurcentra centraal plaatsen, problematiseren we op een andere manier dan gebruikelijk de cultuurparticipatie.

In deze bijdrage gaan we in op de ongelijkheid in het bereik van de Vlaamse cultuurcentra. Wie zijn er ondervertegenwoordigd onder de gebruikers? En wat verklaart dat sommige cultuurcentra wel relatief veel gebruikers uit deze ondervertegenwoordigde groepen aantrekken, terwijl andere cultuurcentra dat niet doen?

Alvorens we de analyses presenteren belichten we in de volgende paragrafen het culturele landschap van Vlaanderen en de data die we gebruikten. Deze bijdrage steunt op de combinatie van het 'gebruikersonderzoek cultuur- en gemeenschapscentra in Vlaanderen

2005-2007' en de 'gegevensregistratie van de Vlaamse cultuurcentra' van het Team Lokaal Cultuurbeleid van het Agentschap Sociaal-Cultureel Werk voor Jeugd en Volwassenen (verder Agentschap SCW). Het is de unieke koppeling van deze twee databanken, gecombineerd met gegevens van de gemeenten waarin de onderzochte centra zich bevinden, die ons in staat stelt cultuurparticipatie in Vlaanderen vanuit het perspectief van de Vlaamse cultuurcentra te benaderen.

1.1 HET CULTURELE LANDSCHAP IN VLAANDEREN

In 1963 wordt in Vlaanderen gestart met de bouw van cultuurcentra. De gedachte hierachter was simpel: wanneer scholen de overdracht van kennis veiligstellen, dan moeten cultuurcentra dat doen voor de overdracht van cultuur. Aangezien vanuit deze gedachte cultuur toegankelijk dient te zijn voor iedereen, moest de geografische (horizontale) spreiding van voldoende cultuurcentra leiden tot een sociale (verticale) spreiding van cultuur over de verschillende sociale groepen (De Kepper, 2005).

Op dit moment bestaat het culturele landschap in Vlaanderen uit 64 cultuurcentra die jaarlijks hun bezoekers voorzien van meer dan 14.000 podiumactiviteiten, meer dan 1.100 tentoonstellingen, bijna 19.000 educatieve activiteiten en nog ongeveer 45.000 andere activiteiten. Naast deze 64 cultuurcentra kent Vlaanderen nog een groot aantal, dat gelegen zijn in de kleinere gemeenten. Het exacte aantal gemeenschapscentra, laat staan hun exacte aanbodsantallen, zijn vooralsnog niet bekend, omdat dit afhankelijk is van de interpretatie van de richtlijnen die een gemeenschapscentrum definiëren.

De cultuurcentra zijn verder opgedeeld naar grootte (dat sterk samenhangt met de grootte van de gemeente waarin het cultuurcentrum zich bevindt). De grootste cultuurcentra vallen in categorie A, de middelgrote centra in categorie B en de kleinste cultuurcentra in categorie C. De belangrijkste implicatie van deze categorisering is de toekenning van subsidies, waarbij logischerwijs de A-centra de hoogste subsidie krijgen toegekend. Het resultaat is dat de A-centra meer infrastructurele en personele mogelijkheden hebben dan de B- en C-centra. Echter, ieder cultuurcentrum heeft volledige autonomie over het samenstellen van het culturele programma.

Niet al het aanbod van de cultuurcentra wordt geprogrammeerd door de cultuurcentra zelf. Hun jaarlijkse programmering bestaat uit twee typen activiteiten: activiteiten die door de programmeringscommissie worden georganiseerd en activiteiten die door derden worden

georganiseerd binnen de muren van het cultuurcentrum. Het eerste type activiteiten noemen we eigen activiteiten, het tweede type activiteiten noemen we receptieve activiteiten. Met betrekking tot de eigen activiteiten dragen de cultuurcentra de verantwoordelijkheid voor de organisatie, de inhoud en de financiële en promotionele aspecten van de activiteiten. In het geval van receptieve activiteiten faciliteren de cultuurcentra enkel de fysieke infrastructuur. In sommige gevallen kunnen zij personele ondersteuning bieden door bijvoorbeeld hun geluidsman ter beschikking te stellen, maar de cultuurcentra dragen noch de financiële verantwoordelijkheid, noch verantwoordelijkheden met betrekking tot inhoud of organisatie. Op dit moment bestaat het totaal aantal culturele activiteiten in de Vlaamse cultuurcentra voor 78 procent uit receptieve activiteiten en 22 procent uit eigen activiteiten (Agentschap SCW, 2006).

Aangezien ‘culturele activiteiten’ een overkoepelende term is voor een breed scala aan activiteiten, variërend van professionele musical producties tot optredens van de lokale toneelvereniging, van het leren van klassieke talen tot bloemschikken, of van expositie van een grote schilder tot de presentatie van het knutselwerk van de plaatselijke basisschool, worden deze activiteiten gecategoriseerd in vijf genres. Deze genres zijn: podiumactiviteiten (bv. films, musicals, toneelvoorstellingen, concerten ...), tentoonstellingen, educatieve activiteiten (bv. workshops, cursussen ...), omkaderingsactiviteiten (bv. een lezing voorafgaand aan een toneelstuk, een ontmoeting met de regisseur ...) en “andere activiteiten” als een soort van residuele categorie. Binnen deze genres (met uitzondering van omkaderingsactiviteiten) kan steeds een onderscheid gemaakt worden tussen het type aanbod (i.e. eigen of receptief). Tabel 1 toont een illustratie van deze classificatie.

Tabel 1: Classificatie van culturele activiteiten in Vlaanderen naar type en genre.

Genre \ Type	Eigen activiteiten	Receptieve activiteiten
Podiumactiviteiten	Een voorstelling van het koninklijk ballet	Een optreden van de lokale muziekschool
Tentoonstellingen	Een tentoonstelling van het werk van Giacometti	Een tentoonstelling van de werkstukken van het secundair onderwijs
Educatieve activiteiten	Een cursus beeldhouwen	Een lezing van de lokale natuurvereniging over vogels
Omkaderingsactiviteiten	Een lezing over het werk van Giacometti voorafgaand aan de tentoonstelling	
“Andere activiteiten”	Een promotionele activiteit om meer publiek te trekken	Een vergadering van het bestuur van de plaatselijke sportclub

1.2 DRIE DATASETS

Wanneer we willen meten wat de invloed is die cultuurcentra hebben op de cultuurparticipatie van bepaalde bevolkingsgroepen, dan hebben we gegevens nodig over de kenmerken van de Vlaamse cultuurcentra. Welk soort aanbod kennen de verschillende cultuurcentra? En hoeveel van elk bieden zij aan? Over welke voorzieningen beschikken zij (i.e. zalen, café, foyer, enzovoorts)? En hoe ziet hun informatievoorziening eruit (i.e. brochures, website, enzovoorts)? Daarnaast moeten we weten wie de gebruikers van de cultuurcentra zijn. Aan welk aanbod nemen ze deel? En hoe vaak? Hoe tevreden zijn ze over het aanbod, de dienstverlening, de ticketprijs, enzovoorts? Tot slot hebben we enkele kenmerken van het te bereiken publiek nodig. Wat is de samenstelling van het potentiële publiek in de gemeente waar ieder cultuurcentrum zich bevindt (i.e. het percentage ouderen, mannen, laagopgeleiden)? In welke mate zijn deze gemeenten verstedelijkt? En wat is het gemiddeld inkomen per capita in de gemeente?

We maken hiervoor gebruik van 3 datasets, te weten het 'gebruikersonderzoek cultuur- en gemeenschapscentra in Vlaanderen 2005-2007', de 'gegevensregistratie Vlaamse cultuurcentra' en een dataset met gemeentekennmerken. Hieronder lichten we elke dataset kort toe.

1.2.1 GEBRUIKERSONDERZOEK CULTUUR- EN GEMEENSCHAPSCENTRA IN VLAANDEREN 2005-2007

Het 'gebruikersonderzoek cultuur- en gemeenschapscentra in Vlaanderen 2005-2007' werd uitgevoerd door CMS (EHSAL) en TOR (Vrije Universiteit Brussel) in opdracht van het toenmalige steunpunt voor lokaal cultuurbeleid (Cultuur Lokaal). De voornaamste doelstelling van het gebruikersonderzoek was de gevarieerde groep van gebruikers in de cultuur- en gemeenschapscentra in kaart te brengen. De term 'gebruiker' kreeg een brede invulling, namelijk alle personen die fysiek over de vloer van de cultuur- en gemeenschapscentra kwamen. Zo werden naast het publiek van podiumkunsten en cursuswerking ook kunstenaars, receptieve gebruikers, huurders van lokalen, beheerders, enzovoorts, opgenomen in de steekproef. Lang niet al deze gebruikers zijn gekend en daarom werd gezocht naar een methode om een representatief beeld te krijgen van deze 'gebruiker'. Om tot een juiste afspiegeling te komen van de gebruikers van de deelnemende cultuur- en gemeenschapscentra, werd gekozen om in een periode van drie maanden de adressen van de gebruikers te verzamelen aan de hand van adreskaartjes (per centrum telkens minimum 2.000). Een steekproef van een 1000-tal bezoekers per centrum kreeg vervolgens een schriftelijke vragenlijst opgestuurd en/of een persoonlijke e-mail met paswoord om de enquête via het internet in te vullen. Voor meer details over de selectie van gebruikers, zie Glorieux en Van Tienoven (2008).

In totaal namen 52 centra deel aan het onderzoek, waarvan 8 centra uit categorie A, 11 centra uit categorie B, 20 centra uit categorie C en 13 gemeenschapscentra. De gemiddelde respons bedroeg 33%. De totale dataset bevat 19.337 respondenten.

1.2.2 GEGEVENSREGISTRATIE VLAAMSE CULTUURCENTRA

De 'gegevensregistratie Vlaamse cultuurcentra' van het Agentschap SCW bevat een uitgebreide set van gegevens over de activiteiten, de financiën en het personeel van de cultuurcentra en zijn gebaseerd op de bij de centra opgevraagde gegevens over het referentiejaar 2006. Op het moment van het onderzoek zijn er geen cijfergegevens beschikbaar over de gemeenschapscentra bij het Agentschap SCW. Het gevolg is dat de resultaten zoals besproken in deze bijdrage enkel betrekking hebben op de cultuurcentra (categorie A, B, en C). Hierdoor

wordt het bovengenoemde gebruikersonderzoek teruggebracht tot de 39 cultuurcentra uit het onderzoek. De analyses hebben betrekking op 15.265 respondenten.

De Vlaamse cultuurcentra hebben binnen de verschillende genres (i.e. podiumactiviteiten, tentoonstellingen, educatieve activiteiten, omkaderingsactiviteiten en “andere activiteiten”) aangegeven hoeveel activiteiten zij hebben georganiseerd en hoeveel gebruikers aan deze activiteiten hebben deelgenomen (exacte en geraamde aantallen). Daarnaast dienden de cultuurcentra een onderscheid te maken tussen het eigen aanbod van het centrum en het receptieve aanbod.

1.2.3 GEMEENTEKENMERKEN

Wanneer we op zoek gaan naar de mogelijke invloed die een cultuurcentrum heeft op de ondervertegenwoordiging van bepaalde sociale groepen, moeten we een onderscheid maken tussen de kenmerken van de gemeente enerzijds en de kenmerken van de cultuurcentra anderzijds. Sommige cultuurcentra hebben meer laagopgeleiden onder hun gebruikers dan andere centra. Daar kan een eenvoudige verklaring voor zijn, die niet te maken heeft met het cultuurcentrum, maar veeleer met de gemeente waarin het cultuurcentrum zich bevindt. In een gemeente waar weinig laagopgeleiden wonen, is het logisch dat er in verhouding met andere centra, weinig laagopgeleiden in het cultuurcentrum komen. Dit soort invloeden proberen we te neutraliseren door in de analyses statistisch te controleren voor gemeentekennmerken.

Om die reden voegen we voor elk cultuurcentrum een aantal kenmerken toe van de gemeente waarin het cultuurcentrum zich bevindt. Deze kenmerken zijn afkomstig van de FOD Economie. De kenmerken zijn gebundeld in drie gemeentekennmerken, namelijk de grootte van de gemeente (gemeten door het inwonersaantal en de verstedelijkingsgraad), de welvaart van de gemeente (gemeten door het inkomen per capita, het percentage huizen zonder kleincomfort en het aandeel laag- en hoogopgeleiden), en de samenstelling van de gemeente (gemeten aan de hand van het aandeel 20-39 jarigen en 70-90 jarigen en de verhouding mannen en vrouwen).¹

¹ Het samenvoegen van de gemeentekennmerken is gedaan via een factoranalyse. Voor details, alsmede de reden hiervoor verwijzen we naar Glorieux en Van Tienoven (2008).

2 ANDERE CENTRA, ANDER BEREIK

In het Vlaamse cultuurbeleid is de participatie van alle bevolkingsgroepen aan cultuur een belangrijk streefdoel. Het verhogen van de culturele competentie en het verlagen van de participatiedrempels zijn hierin belangrijke doelstellingen (Anciaux, 2004). Een van de speerpunten van het beleid rond cultuurparticipatie is "het aantrekken van nieuwe publieken" (Anciaux, 2008:15). Nieuwe publieken zijn diegene die niet of nauwelijks met cultuur in aanraking komen. Aangezien het onmogelijk is om op basis van een participatieonderzoek de oorzaken voor non-participatie te verklaren, gaan we er van uit dat een groot deel van deze non-participanten behoort tot de groepen in de samenleving die ondervertegenwoordigd zijn bij de gebruikers van de Vlaamse cultuurcentra.

Alvorens we kunnen nagaan of we een bepaald type cultuurcentra (of bepaalde kenmerken daarvan) kunnen onderscheiden waar ondervertegenwoordigde groepen wel aan bod komen, moeten we uiteraard eerst bekijken welke bevolkingscategorieën ondervertegenwoordigd zijn in de cultuurcentra. Dat doen we in paragraaf 2.1. In paragraaf 2.2 geven we een korte toelichting op de manier waarop we de analyses hebben opgezet. In paragraaf 2.3 presenteren we de resultaten en bekijken we wat deze resultaten nu eigenlijk betekenen. Hoe kunnen zij de Vlaamse cultuurcentra helpen een actieve(re) rol te spelen in de democratisering van het aanbod en het aantrekken van het niet-participerende en ondervertegenwoordigde deel van de Vlaamse bevolking?

2.1 HOE ONGELIJK IS HET BEREIK VAN DE CULTUURCENTRA

Om de mate van ondervertegenwoordiging vast te stellen, vergelijken we de bevolkingssamenstelling van Vlaanderen met de samenstelling van de gebruikers van de cultuurcentra aan de hand van opleidingsniveau, leeftijdsklassen en geslacht (zie tabel 2). Een dergelijke vergelijking naar inkomen is helaas niet mogelijk, omdat het gebruikersonderzoek hierover onvoldoende informatie bevat.

Tabel 2: Verdeling van opleidingsniveau, geslacht en leeftijd onder gebruikers van culturele centra en in de Vlaamse bevolking (in percentages).

	Vlaanderen ^a	Gebruikers culturele centra
Opleidingsniveau		<i>n</i> =14.516
Geen of lager onderwijs	18,6	4,3
Lager secundair onderwijs	23,8	12,5
Hoger secundair onderwijs	31,2	28,4
Hogeschool of universiteit	26,5	54,7
Totaal	100,0	100,0
Geslacht		<i>n</i> =15.104
Mannen	49,1	40,9
Vrouwen	50,9	59,1
Totaal	100,0	100,0
Leeftijd		<i>n</i> =14.499
18 tot 29 jaar	18,5	14,0
30 tot 44 jaar	28,9	25,9
45 tot 59 jaar	24,6	36,4
60 jaar en ouder	28,0	23,7
Totaal	100,0	100,0

^a Overgenomen uit Glorieux en Kuppens, 2006

Terwijl ruim 40% van de Vlaamse bevolking ten hoogste een diploma lager secundair onderwijs heeft, is deze categorie met maar 16,8% vertegenwoordigd onder de gebruikers van de cultuurcentra. Degenen met het hoogste opleidingsniveau maken daarentegen een kwart uit van de Vlaamse bevolking, maar vormen meer dan de helft van de gebruikers van de cultuurcentra. Alhoewel het een algemene vaststelling is dat cultuurconsumptie stijgt met het opleidingsniveau (zie o.m. De Haan en Knulst, 2000; Glorieux en Moens, 2002; 2004; Ganzeboom, 2003; Lievens, De Meulemeester en Waeghe, 2005), blijft het verrassend dat ook in de laagdrempelige, lokale cultuurcentra de ongelijkheid in cultuurparticipatie zo groot blijft.

Kijken we naar de verhouding mannen en vrouwen, dan zien we dat die nagenoeg gelijk is voor de bevolking in Vlaanderen. Binnen de Vlaamse cultuurcentra zien we echter bijna 10% meer vrouwen onder de gebruikers dan mannen. Het is een algemene vaststelling dat mannen minder participeren aan cultuur dan vrouwen. Ze gaan minder naar de bibliotheek, minder naar tentoonstellingen, minder naar theater- en dansvoorstellingen, enzovoorts (Lievens, De Meulemeester en Waeghe, 2005). Deze geslachtsverschillen komen hoogstwaarschijnlijk al in een zeer vroeg stadium tot stand vanuit de idee dat meisjes meer met zachte thema's

(literatuur, cultuur) vertrouwd raken en jongens meer met harde thema's (sport, economie) (Colpaert et al., 2007).

Met betrekking tot de leeftijd zien we dat de leeftijdsverdeling van de gebruikers in grote lijnen overeenkomt met die van de Vlaamse bevolking. Vooral adolescenten (18 tot 29 jaar) en senioren (60 jaar en ouder) zijn onder de gebruikers van de cultuurcentra ondervertegenwoordigd. De leeftijdscategorie tussen 45 en 60 jaar is oververtegenwoordigd in de cultuurcentra.

2.2 HET PUBLIEKSBEREIK ONDERZOCHT

In deze bijdrage willen we nagaan of bepaalde kenmerken van de cultuurcentra de ondervertegenwoordiging van mannen, laagopgeleiden, jongeren en ouderen onder de gebruikers van de Vlaamse cultuurcentra kunnen verklaren? Anders gesteld: we gaan op zoek naar kenmerken van cultuurcentra die kunnen verklaren waarom bepaalde centra er beter in slagen deze groepen te bereiken dan andere. Inzicht in deze factoren kan er mogelijk toe bijdragen een beleid te ontwikkelen op het niveau van de lokale cultuurcentra om specifieke doelgroepen beter te bereiken.

2.2.1 DE INVLOED VAN DE BEVOLKINGSSAMENSTELLING IN DE GEMEENTEN

Om enkel de effecten van de centrumspecifieke kenmerken op de ondervertegenwoordiging over te houden, controleren we statistisch voor de gemeentekenmerken. De effecten van de kenmerken van de gemeente en de cultuurcentra op de ondervertegenwoordigde en oververtegenwoordigde groepen uit de samenleving hebben we onderzocht door middel van regressie-analyse. Deze techniek staat ons toe om de invloed van verschillende variabelen tegelijk na te gaan. Voor elke variabele krijgen we de sterkte van haar onafhankelijke relatie (gecontroleerd voor het effect van de andere variabelen) met de afhankelijke variabelen (het percentage laagopgeleiden, mannen, enzovoorts). We gaan eerst na welke centrumspecifieke kenmerken een invloed hebben. Daarna kijken we hoe de invloed van deze kenmerken verandert wanneer we statistisch controleren voor de gemeentekenmerken waartoe het centrum behoort. Door deze manier van werken zijn we vrij zeker dat eventuele effecten van

de kenmerken van de cultuurcentra niet te wijten zijn aan het differentieel voorkomen van deze kenmerken in gemeenten met bepaalde gemeentekennmerken.

2.2.2 DE INVLOED VAN DE GROOTTE VAN DE CULTUURCENTRA

Om dezelfde reden als voor de controle voor gemeentekennmerken, moeten we ook statistisch controleren voor de categorie waartoe het centrum behoort (A, B of C). Een hogere categorie betekent namelijk meer subsidies wat meer mogelijkheden biedt op het vlak van programmering, infrastructuur, personeel, enzovoorts. Echter, we willen uitspraken doen over de effecten (van de kenmerken van de cultuurcentra) die onafhankelijk zijn van de grootte van het cultuurcentrum. Om die reden moeten we alle cultuurcentra als elkaars gelijke beschouwen en dat doen we door in de analyses statistisch te controleren voor de grootte van de cultuurcentra. We houden er, anders gezegd, op voorhand rekening mee dat er verschillende categorieën zijn.

2.2.3 HET AANBOD ALS VERKLARENDE VARIABELEN

Het statistisch geringe aantal cultuurcentra in Vlaanderen legt ons een beperking op in onze analyses. Wanneer we bijvoorbeeld het percentage mannen in de cultuurcentra willen analyseren, werken we op het geaggregeerde niveau van de cultuurcentra. Voor een goede regressie-analyse wordt veelal uitgegaan van één verklarende variabele per 5 cases.² In ons geval van 39 cases betekent dit dat we ons in de regressie-analyse moeten beperken tot 7 à 8 verklarende variabelen. Hoewel we beschikken over 75 centrumspecifieke kenmerken, zijn we dus genoodzaakt een keuze hieruit te maken.

Als we effecten vinden van deze kenmerken op de ondervertegenwoordiging van bepaalde sociale groepen, willen we die vinden voor kenmerken waar de cultuurcentra zelf iets aan kunnen doen. We hebben er daarom voor gekozen om ons te richten op het aanbod van de Vlaamse cultuurcentra. Daarbij gaat het niet om het inhoudelijke aanbod (i.e. welke artiest, het onderwerp van de cursus, enzovoorts) omdat zoiets veel te divers is om te onderzoeken, maar om het type en genre van het aanbod en het aantal activiteiten dat daarbinnen wordt georganiseerd.

² Voor meer details over regressie-analyse, zie bijvoorbeeld Allison (1999).

Als we weten dat ondervertegenwoordigde gebruikersgroepen een voorkeur hebben voor een bepaald type aanbod, dan weten we ook met welk type aanbod zij (beter) bereikt kunnen worden. Naast het type aanbod maken we ook een onderscheid in de manier waarop de activiteiten worden aangeboden: door eigen programmering of door de receptieve werking van de cultuurcentra.

2.3 DE INVLOED VAN HET AANBOD OP HET PUBLIEKSBEREIK

Tabel 4 geeft een overzicht van de resultaten van de analyses. We geven alleen de zuivere effecten weer van de kenmerken van de Vlaamse cultuurcentra op de ondervertegenwoordiging van de verschillende gebruikersgroepen. De parameters zijn gestandaardiseerde regressiecoëfficiënten (Bèta's), waardoor het mogelijk is om de effecten met elkaar te vergelijken (zie tabel 3). Voor iedere ondervertegenwoordigde gebruikersgroep geeft het eerste model de ongecontroleerde effecten weer en het tweede model de voor gemeentekenmerken en categorie gecontroleerde effecten. In wat volgt zullen we enkel de (zuivere) effecten van het aanbod op het publieksbereik van de Vlaamse cultuurcentra bespreken (i.e. de effecten uit het tweede model).

Wat vooral opvalt in deze tabel is dat het receptieve aanbod dat door derden binnen de infrastructuur van het cultuurcentrum georganiseerd wordt, een belangrijke rol speelt bij het aantrekken van ondervertegenwoordigde gebruikersgroepen. Enkel het bereik van ouderen vormt hier een uitzondering op. Enerzijds is kenmerkend voor dit receptieve aanbod dat het vaak meer laagdrempelig is. Het aanbod is gemakkelijker te begrijpen en er is een grote kans dat de gebruikers de lokale artiest of (toneel)vereniging kennen. Anderzijds kan dit er ook op wijzen dat het receptieve aanbod de sociale functie van het cultuurcentrum meer in de hand werkt.

Tabel 3: Lineaire regressiemodellen (Bèta-coëfficiënten) van het aanbod van de Vlaamse cultuurcentra op de ondervertegenwoordiging van gebruikersgroepen in de Vlaamse cultuurcentra.

	% Laagopgeleiden		% Mannen		% Jonge volwassenen		% Ouderen	
	Model 1	Model 2	Model 1	Model 2	Model 1	Model 2	Model 1	Model 2
Aanbod van culturele activiteiten								
Receptieve tentoonstellingen	0.246**	0.229**	0.109**	0.166**	0.191**	0.229**		
Receptieve educatieve activiteiten	0.082**	0.107**	-0.656**	-0.432**	-0.173**	-0.192**		
Receptieve podiumactiviteiten							-0.059**	-0.239**
Receptieve “andere activiteiten”			0.744**	0.589**				
Eigen podiumactiviteiten	-0.339**	-0.140**						
Eigen educatieve activiteiten							-0.087**	-0.126**
Categorie van het cultuurcentrum								
Categorie A		ref.		-0.392**		-0.185**		0.294**
Categorie B		0.331**		ref.		ref.		ref.
Categorie C		0.178**				-0.208**		0.126**
Gemeentekennmerken								
Welvaart		-0.408**				0.248**		-0.107**
Samenstelling		0.162**		0.133**		-0.167**		0.449**
Intercept	18.177**	13.996**	14.440**	15.116**	13.752**	15.023**	24.658**	24.863**
Adjusted R²		0.393		0.376		0.135		0.246

** Effecten zijn significant voor $p < .05$.

Het aanbod van tentoonstellingen vinden we in drie van de vier gevallen terug. We veronderstellen dat receptieve tentoonstellingen drie belangrijke eigenschappen bezitten. Ten eerste presenteren ze wellicht thema's die 'dichter bij huis' liggen. Daarbij valt te denken aan een fotopresentatie over de plaatselijke geschiedenis of werken van de lokale kunstvereniging. Ten tweede zal er vaker ook een relatie tussen de gebruiker en de lokale artiest of vereniging zijn. Bijvoorbeeld in het geval van een presentatie van een vereniging waar iemand uit de familie of naaste omgeving lid van is. Ten derde werkt de mogelijkheid om een tentoonstelling van een cultuurcentrum bijna in anonimiteit binnen te wandelen en om vrij door het cultuurcentrum te bewegen drempelverlagend. Colpaert, Heuts en Goffings (2006) hebben al eerder vastgesteld dat een bezoek aan een tentoonstelling de meest aangehaalde reden is om naar een cultuurcentrum te gaan.

Receptieve "andere activiteiten" trekken vooral mannen aan. Deze activiteiten zijn vaak gelieerd aan het middenveld. Hierbij valt te denken aan vergaderingen, bijeenkomsten of ontspanningsactiviteiten van verenigingen. Het feit dat mannen in veel grotere mate dan vrouwen participeren aan dit middenveld (Elchardus, Huyse en Hooghe, 2001), kan dit effect voor een deel verklaren. Temeer omdat receptieve "andere activiteiten" de grootste invloed hebben, lijkt het erop dat het middenveld als het ware een brugfunctie vervult tussen de cultuurcentra en het publiek.

Het valt verder op dat de receptieve educatieve activiteiten enkel meer laagopgeleiden aantrekken. Jonge volwassenen, maar vooral mannen worden er veel minder door aangetrokken.

Het receptieve aanbod vormt de sleutel tot het bereiken van ondervertegenwoordigde gebruikersgroepen. Ongeacht de verschillende invloeden van de verschillende typen receptieve activiteiten, leidt dit inzicht tot enkele interessante discussiepunten. Wanneer het receptieve aanbod en het eigen aanbod samen het totale aanbod vormen, kunnen we allereerst de vraag stellen wat de optimale verhouding tussen beiden is met betrekking tot de infrastructurele bezetting van de cultuurcentra? Hoeveel meer receptieve activiteiten kunnen de Vlaamse cultuurcentra aanbieden zonder een frictie te creëren tussen bijvoorbeeld laagopgeleide gebruikers (die veeleer op het receptieve aanbod afkomen) en hoogopgeleide gebruikers (die veeleer op het eigen aanbod afkomen)?

Daarnaast is de receptieve werking van de cultuurcentra in zeker zin een synoniem voor de faciliterende werking van de cultuurcentra. Het valt te veronderstellen dat het belang van het receptieve aanbod voor een gedifferentieerd publieksbereik zich uit in meer infrastructurele ondersteuning van receptieve activiteiten. Hierbij valt te denken aan het ter beschikking

stellen van het agogisch en technisch personeel (bijvoorbeeld het uitlenen van een geluidsman) of het financieel meer toegankelijk maken van de infrastructuur (bijvoorbeeld door lagere huurprijzen van de zaal).

Ten derde lijkt het erop dat de Vlaamse cultuurcentra twee verschillende werkingsvormen kennen. Enerzijds is er de culturele en meer agogische werking die waardevol geachte cultuuruitingen wil aanbieden en de gebruiker desnoods wil vormen om van dat aanbod (beter) te kunnen genieten. Anderzijds is er de sociale werking van de cultuurcentra, die we definiëren als de wens om de gehele doorsnee bevolking binnen te halen. Laatstgenoemde werking impliceert een (receptieve) programmering gericht op een bredere samenstelling van het publiek. Beide werkingsvormen kennen echter een eigen balans van kosten en baten - opvattingen over kwaliteit botsen vaak met de eisen voor meer kwantiteit – zodat de eis tot publieksverbreding vaak aanleiding geeft tot frictie.

Tot slot zien we in tabel 4 dat de verschillende receptieve activiteiten verschillende invloeden hebben op de ondervertegenwoordigde gebruikersgroepen. Sommige activiteiten (bijvoorbeeld receptieve tentoonstellingen) bereiken veel verschillende gebruikersgroepen, andere activiteiten (bijvoorbeeld receptieve educatieve activiteiten) bereiken wel de ene gebruikersgroep, maar houden een andere gebruikersgroep buiten de cultuurcentra. Het zal dus aan de Vlaamse cultuurcentra zijn om de beleidskeuzes te maken welke doelgroepen zij willen bereiken. Daarnaast is een meer fundamentele keuze denkbaar, namelijk, gaan de cultuurcentra gericht programmeren (i.e. receptieve activiteiten voor ondervertegenwoordigde gebruikers), of gaan de cultuurcentra de receptieve activiteiten gebruiken als toeleiding tot ondervertegenwoordigde groepen met als doel ze zo ook deel te laten nemen aan het eigen aanbod?

3 EEN BETER BEREIK VAN DE VLAAMSE CULTUURCENTRA

In deze bijdrage stelden we vast dat ieder cultuurcentrum een eigen publieksbereik heeft. Sommige cultuurcentra bereiken daarbij gemakkelijker specifieke doelgroepen, andere centra juist niet. Door de sociale achtergrond van de gebruikers als gegeven te beschouwen, zijn we op zoek gegaan naar factoren op het niveau van de cultuurcentra die de verschillen in het publieksbereik verklaren. Het belangrijkste inzicht waartoe we zijn gekomen, is dat er een sleutelrol is weggelegd voor het receptieve aanbod. Dit aanbod maakt de toegang tot de Vlaamse cultuurcentra laagdrempelig en daardoor beter bereikbaar voor

ondervertegenwoordigde gebruikersgroepen. Echter, hoewel het receptieve aanbod een sleutelrol speelt, wil dit niet zeggen dat meer receptief aanbod ook dé sleutel tot succesvoller publieksbereik is. Ten eerste speelt het type receptief aanbod een belangrijke rol. Receptieve tentoonstellingen nodigen uit tot (anonieme) participatie van laagopgeleiden, mannen en jongeren, maar niet van oudere gebruikers. Met receptieve educatieve activiteiten worden laagopgeleiden weliswaar beter bereikt, maar worden mannen en jongeren veeleer buiten de cultuurcentra gehouden. En voor een beter bereik van mannen speelt het middenveld als moderator dan weer een rol. De mogelijkheid die deze inzichten bieden om een beleid te ontwikkelen op het niveau van de lokale cultuurcentra zal daarom onder meer afhangen van de keuzes die cultuurcentra maken: welke specifieke doelgroepen wil men bereiken, op welke manier wil men het verenigingsleven hierin als “interface” betrekken, welke programmering wil men uitdragen.

Ten tweede wordt met bovengedane vaststelling het receptieve aanbod tegenover het eigen aanbod gezet en daarmee impliciet ook lage, gemakkelijk toegankelijke cultuur tegenover hogere vormen van cultuur. Het is de vraag of de huidige verhouding tussen het aantal receptieve en eigen activiteiten nog ruimte laat voor nog meer receptieve activiteiten. Immers, bij een maximale infrastructurele belasting van de Vlaamse cultuurcentra, betekent vermeerdering van het ene type activiteiten, dat het andere type activiteiten moet wijken. En hieruit volgt een nog fundamentele discussie, namelijk wat er verstaan wordt onder het vergroten en verbreden van het publieksbereik. Indien de Vlaamse cultuurcentra een breder publiek willen aantrekken dat meer en meer een afspiegeling vormt van de Vlaamse bevolking, spreken we over ‘participatieverbreding’. De resultaten van dit onderzoek geven dan handvatten om gericht te programmeren voor de verschillende doelgroepen en zodoende tot participatieverbreding te komen. Wanneer het de Vlaamse cultuurcentra echter te doen is om de brede waaier van lage tot hoge cultuur onder een groter publiek te verspreiden, spreken we van ‘participatiespreiding’. Participatiespreiding is in dit geval het promoten en stimuleren van culturele omnivoriteit (cf. Peterson en Simkus, 1992; Van Eijck, 1999), i.e. gebruikers aanzetten om te participeren aan zowel ‘lage’ als ‘hoge’ culturele activiteiten. Op dit punt leggen de resultaten van dit onderzoek de mogelijkheden tot een breder bereik bloot, maar zullen zij enkel via een samenspel met de gewenste bevordering van de culturele competentie (Anciaux, 2004) leiden tot participatiespreiding van het diverse Vlaamse cultuuraanbod.

REFERENTIES

- Agentschap Sociaal-Cultureel Werk voor Jeugd en Volwassenen (SCW) (2006), "Leidraad gegevensregistratie cultuurcentra," Brussel: Vlaamse Overheid.
- Allison, P.D. (1999), *Multiple Regression: A Primer*, Londen.: Pine Forge Press.
- Anciaux, B. (2004), "Beleidsnota Cultuur 2004-2009," Brussel: Vlaamse Overheid.
- _____ (2008), "Beleidsbrief cultuur 2008," Brussel: Vlaams Parlement.
- Colpaert, J., I. Glorieux, K. Lauwerysen, M. Moens en D. Vandenbroeck (2007), *Er is genoeg voor iedereen. Empirische bouwstenen voor een genuanceerde visie op de cultuurdeelname in Vlaanderen*, Reeks Cultuurkijker, Antwerpen: De Boeck.
- Colpaert, J. en H. Heuts (2007), "Gebruikersonderzoeken in cultuur- en gemeenschapscentra in Vlaanderen," Brussel: Cultuur Lokaal i.s.m. EHSAL en onderzoeksgroep TOR, VUB.
- Colpaert, J., H. Heuts en J. Goffings (2006), *Veel leven in de brouwerij*, Brussel: Cultuur Lokaal.
- De Kepper, M. (2005), *Geschiedenis van cultuur- en gemeenschapscentra*, Reeks Verzamelt werk(t), Brussel: Cultuur Lokaal.
- De Haan, J. en W. Knulst (2000), *Het bereik van de kunsten*, Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
- Eijck, K. van (1999), "Socialization, education, and lifestyle: how social mobility increases the cultural heterogeneity of status groups," *Poetics*, **26**(5-6): 309–28.
- Elchardus, M., L. Huyse en M. Hooghe (2001), *Het maatschappelijk middenveld in Vlaanderen. Een onderzoek naar de sociale constructie van democratisch burgerschap*, Brussel: VUBPress.
- Ganzeboom, H. (ed.) (2003), *Jaren van onderscheid. Trends in cultuurdeelname in Nederland*, Reeks Cultuur + Educatie, nr. 7, Utrecht: Cultuurnetwerk.
- Glorieux, I., L. Jacobs en K. Lauwerysen (2008), "Zoveel hoofden, zoveel zinnen. Een typologie van de Vlaamse cultuur- en gemeenschapscentrumgebruiker," Onderzoeksgroep TOR, vakgroep Sociologie, Vrije Universiteit Brussel.

- Glorieux, I. en T. Kuppens (2006), “De effectiviteit van de Vlaamse bibliotheken. Een analyses op basis van het gebruikersonderzoek in 2004,” Eindrapport in opdracht van het Ministerie van Cultuur van de Vlaamse gemeenschap, Onderzoeksgroep TOR, Vakgroep Sociologie, Vrije Universiteit Brussel.
- Glorieux, I. en M. Moens (2002), “Hoe vrij is de vrije tijd? Over de symbolische structuren van het vermaak,” in: *De symbolische samenleving*, eds. M. Elchardus en I. Glorieux, Tielt: Lannoo, 94-108.
- _____ (2004), “Big Brother of Brave New World? Media, vrije tijd en levensstijl in een symbolische samenleving,” in: *Het on(be)grijpbare publiek. Een communicatiewetenschappelijke verkenning van het publiek*, eds. N. Carpentier, C. Pauwels en O. Van Oost, Brussel: VUBPress, 459-83.
- Glorieux, I. en T.P. van Tienoven (2008), “Ongelijkheid en tevredenheid in de Vlaamse Cultuurcentra”, Rapport in opdracht van het Agentschap Sociaal-Cultureel Werk voor Jeugd en Volwassenen van de Vlaamse overheid, Onderzoeksgroep TOR, vakgroep Sociologie, Vrije Universiteit Brussel.
- Lievens, J., H. De Meulenmeester en H. Waeye (2005), “Naar een verklaringsmodel voor publieke kunstparticipatie,” in: *Cultuurparticipatie in breedbeeld. Eerste analyse van de survey ‘Cultuurparticipatie in Vlaanderen’*, Reeks Cultuurkijker, eds. J. Lievens en H. Waeye, Antwerpen: De Broeck.
- Peterson, R.A. en A. Simkus (1992), “How musical tastes mark occupational status groups,” in: *Cultivating differences: Symbolic boundaries and the making of inequality*, eds. M. Lamont en M. Fournier, Chicago: University of Chicago Press, 152–86.
- Siongers, J. (2007), “Van generatie op generatie. Een cultuursociologische benadering van de gelijkenissen in houdingen en smaken tussen ouders en hun adolescente kinderen,” Doctoraal proefschrift, Onderzoeksgroep TOR, Vakgroep sociologie, Vrije Universiteit Brussel.