

WIE IS ER BANG VAN KUNSTEDUCATIE?

Marleen Baeten

In het nu al enkele jaren aan de gang zijnde debat over cultuurparticipatie zijn de ogen veelal gericht op de kunstenaars en de huizen waarin ze hun werk maken en tonen. Het gros van de gesubsidieerde kunst sluit niet aan bij de interesse en leefwereld van het gros van de bevolking. De adviescommissies hebben zich meer laten leiden door de parameter 'vernieuwing' dan door 'diversiteit', met een versmalling van het gesubsidieerde aanbod als gevolg. Of de gewenste 'sociale mix' op het niveau van een artistieke organisatie dan wel op het niveau van de gemeente of regio moet nagestreefd worden, daarover lopen de meningen uiteen. In het eerste geval wordt van de kunstenaars verwacht dat ze voor elk wat wils maken, in het tweede geval moeten de lokale en regionale overheden de juiste voorwaarden scheppen voor een gevarieerd kunst- en cultuuraanbod.

De discussie over cultuurparticipatie wordt terecht gevoerd, maar de invalshoek is veel te smal en tekenend voor de neoliberale tijdsgeslacht. Het kunst- en cultuuraanbod moet beter inspelen op de vraag, zo luidt het marktgerichte credo. Als Mozes niet naar de berg gaat, moet de berg naar Mozes komen, en zich desnoods transformeren in een spectaculaire *kicks- en tricks*formatie. Als het cultuurspreidingsoffensief, dat in de jaren '70 op gang werd getrokken, al gefaald heeft, dan zal het wel aan de kunsten zelf liggen.

Opmerkelijk in het hele debat is dat 'het publiek' haast altijd buiten schot – of beter: uit het vizier – blijft. De klant is koning, maar hij blijft een klant: een onwetende massa, die telkens opnieuw moet verleid

worden tot consumptie. Het *Bildungs*ideaal ligt ver achter ons en 'kunsteducatie' is een vies woord, dat herinneringen oproept aan sessies dansexpressie en het overgeorganiseerde Nederlandse educatiemodel, dat de autonome ontwikkeling van de kinderkunsten soms zelfs voor de voeten liep. Om de ontwikkeling van de kunsten is het nochtans allemaal te doen. Indien we willen vermijden dat de artistieke ontwikkeling afgeremd wordt bij gebrek aan een geïnteresseerd publiek, zullen we ervoor moeten zorgen dat de ontwikkeling van het publiek gelijke tred houdt met de ontwikkeling van de kunsten. Kunsteducatie moet dan wel méér zijn dan een instrument in het bijsturen van de markt. Echte kunsteducatie benadert de toeschouwer niet als klant, maar als kritische partner van de kunstenaar. In dat levenslange leerproces hebben diverse actoren een rol te spelen: het onderwijs, het sociaal-culturele veld, de artistieke sector, de media, het beleid.

Etcetera neemt alvast zijn rol van reflectie-initiator op. In elk nummer van deze jaargang belichten we één of meerdere aspecten en (mogelijke) medespelers. Het startschot wordt gegeven door twee mensen die niet bang zijn van kunsteducatie. Bernard Focroulle, directeur van de Munt, verdedigt een verregaand engagement vanwege de artistieke organisaties als partners op het domein van de kunsteducatie. Gerhard Jäger, initiatiefnemer en leider van ART BASICS for CHILDREN/ABC vzw, belicht zijn visie op de praktijk, de taak en de organisatie van kunsteducatie.

Marleen Baeten

'Een educatieve werking gaat over partnerschap'

GESPREK MET BERNARD FOCCROULLE (DE MUNT)

ETCETERA: De Educatieve Dienst van de Munt bestaat tien jaar. Waarom kiest een groot productiehuis als de Munt voor een educatieve dienst, zelfs als een interne audit uitwijst dat die verlieslatend is?

BERNARD FOCCROULLE: Wat is winstgevend? Ik denk dat een educatieve dienst winstgevend is, maar niet financieel gezien en niet op korte termijn. Een operahuis of een culturele instelling moet permanent werken aan de relatie met het publiek. Vijftig jaar geleden, of

zelfs twintig jaar geleden, was dat niet het geval. Het is een algemene evolutie. Zeker voor de traditionele cultuurvormen, zoals opera, klassieke muziek, theater en dans, geldt dat wij permanent moeten nadenken over onze communicatie met het publiek. De zogenaamde educatieve werking, met de jongeren en met de scholen, is daar slechts een onderdeel van. Ik denk dat een operahuis het zich niet meer kan permitteren om hier niet in te investeren. In Amerika is men er al twintig

jaar geleden mee begonnen. Toen wij tien jaar geleden startten met de Educatieve Dienst was de Munt een soort avant-garde op dat vlak in Europa, maar nu zet elk belangrijk huis in Barcelona, Londen, Parijs, Berlijn stappen in die richting, weliswaar met andere middelen en werkinstrumenten. Voor ons is het contact met jonge mensen en kinderen een prioriteit. Zij zijn een publiek van vandaag. Het is misschien wel een publiek dat niet veel betaalt, maar het is een goed en warm publiek. Wat de