



Marokkaanse Nederlanders en musea

Hoe de drempel te verlagen?

Iliass Zian

Juni 2011





Marokkaanse Nederlanders en musea

Hoe de drempel te verlagen?

Opleiding:
Faculteit:
Begeleider:

Amsterdamse Hogeschool voor de Kunsten
Reinwardt Academie; Cultureel Erfgoed
Drs. J. Sas

Titel:
Auteur:
Studiejaar:
Studentnummer:
Email:
Datum:

Marokkaanse Nederlanders en musea. Hoe de drempel te verlagen?
Ilias Zian
2010/2011
608063
iliass.zian@student.ahk.nl
1 juni 2011



Voorwoord

Toen ik drie en een half jaar geleden begon aan de studie Museologie viel mij op dat ik de enige Marokkaanse Nederlander was op de Reinwardt Academie. Ik ontmoette tijdens deze jaren veel professionals die oprecht geïnteresseerd waren in de vraag wat mij dreef om Museologie te studeren.

De interesse voor cultuur begon op mijn middelbare school waar heel veel met kunst en cultuur gedaan werd. De interesse voor mijn eigen culturele achtergrond werd hierdoor ook aangewakkerd. Door mijn stage in Marrakech had ik voor het eerst kennis gemaakt met het materiële erfgoed van Marokko. Tijdens deze stage kwamen er voornamelijk toeristen naar het Bert Flint museum. Ik vroeg me af waarom de Nederlandse Marokkanen niet te vinden zijn in musea. En ook waarom de Marokkanen zelf in Marokko daar niet te vinden zijn. Ik vroeg mensen daarnaar om me heen, veel mensen vonden het duur om entree te betalen om naar objecten te kijken.

Ook mijn stage bij de Nederlandse Museumvereniging was een aansporing om me bezig te houden met diversiteit. Siebe Weide vroeg op een dag of ik Mzine kende?: “Waarop ik antwoordde ‘Ja’, dit tijdschrift ken ik”. Meteen was hij enthousiast en vroeg of het handig zou zijn als de Museumkaart op deze plek zou adverteren. Ik wist niet meteen antwoord te geven.

Na mijn stage in Marrakech heb ik me met diversiteit binnen culturele instellingen bezig gehouden. Door veel lezingen en symposia te bezoeken werd ik steeds meer geïnteresseerd in het onderwerp. Alleen vroeg ik me steeds af “Waar zijn de mensen waar het om gaat?” Meestal werden deze bijeenkomsten geleid door blanke mannen van middelbare leeftijd.

Ik heb door veel lezen en het interviewen bekeken hoe de culturele sector in Nederland kijkt naar diversiteit en mij met name gericht op de Nederlandse Marokkanen voor het bereiken als publiek. In de literatuur hebben ze het meestal over de Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen (TMSA) Er gebeurt al heel veel (projectmatig), maar de kennis wordt niet gedeeld. Ik ben natuurlijk niet alles te weten gekomen en heb niet alles kunnen opschrijven. Al met al vormt deze scriptie een beeld van de problematiek en de mogelijke oplossingen. Door de enquête heeft de doelgroep waarom het gaat haar mening kunnen geven.

Ik wil graag de volgende mensen bedanken voor hun steun en vertrouwen in mij. Ten eerste Joost van Gelder voor zijn redactie en kritische kijk, Annabet Tausk voor haar steun, Janine Prins voor haar enorme kennis over diversiteit, haar commentaar en suggesties, Mohamed Saadouni voor zijn kennis over Marokko, Renate Wiechert voor haar enthousiasme en het schrijven tijdens interviews. Hiernaast wil ik mijn familie en vrienden bedanken.

Daarnaast wil ik bedanken Jan Sas voor zijn begeleiding en vertrouwen. Ik wil ook de mensen bedanken die zich door mij hebben laten interviewen. Bedankt daarvoor, Dineke Stam, Kendra van Nes, Mohssine Dahhan, Rabiaa Benlahbib, Siebe Weide, Wijnand Hollander.

Inhoudsopgave

<u>Voorwoord</u>	blz.3
<u>Inhoudsopgave</u>	blz.5
<u>Samenvatting</u>	blz.6
<u>Summary</u>	blz.8
<u>Inleiding</u>	blz.9
<u>1. Marokko</u>	blz.15
1.1 Korte geschiedenis van Marokko	blz.15
1.2 Taalkundige situatie	blz.17
1.3 Van gastarbeiders tot Nederlanders	blz.18
1.3.1 Bevolkingsomvang	blz.20
<u>2. Musea en samenleving</u>	blz.23
2.1 Sociale veranderingen en musea; intercultureel beleid	blz.23
2.2 Zelfonderzoek	blz.25
2.3 De meerwaarde van diversiteit binnen kunst en cultuurinstellingen	blz.26
2.3.1 De meerwaarde van cultureel divers personeel	blz.27
2.3.2 Social inclusion	blz.28
2.3.3 Blauwdruk	blz.31
2.4 Overheidsbeleid	blz.32
<u>3. Nieuwe Nederlanders; hun vrijetijdsbesteding en cultuurdeelname</u>	blz.40
<u>4. Eigen onderzoek</u>	blz.44
4.1 Conclusie van de resultaten van het onderzoek	blz.52
<u>5. De rol van het onderwijs</u>	blz.54
5.1 Intercultureel leren	blz.57
5.2 de Cultuurkaart	blz.58
5.3 Cultureel burgerschap in het onderwijs	blz.58
<u>6. Doelgroepenbereik, etnomarketing & communicatie</u>	blz.61
<u>Conclusie en aanbevelingen</u>	blz.65
<u>Bronnenlijst</u>	blz.70
<u>Afbeeldingenlijst</u>	blz.77
<u>Bijlagen</u>	blz.78

Samenvatting

Door de veranderende samenleving en de daardoor veranderende doelgroep is het de taak van culturele instellingen iets te doen om deze te bereiken. Allochtone Nederlanders bezoeken relatief weinig culturele instellingen. Dit zou anders moeten zijn omdat uit onderzoek blijkt dat het deelnemen aan cultuur goed is voor de persoonlijke ontwikkeling. Het heeft bovendien een positief effect op de samenleving. Ik heb zes interviews met professionals afgenomen en heb geënquêteerd bij Marokkaanse Nederlanders.

Uit de enquête en interviews (zie bijlage) blijkt dat het publiek zich niet herkent in het huidige programmeringsaanbod en het daarom in groten getale laat afweten. Dit onderzoek is gericht op de Marokkaanse Nederlanders en hun cultuurparticipatie. Het doel van dit onderzoek is om te kijken waar de doelgroep zich bevindt, en wat ze zelf vinden dat musea moeten doen zodat ze participeren. Er zijn verschillende oorzaken die worden genoemd als men het over het uitblijvende bezoek van allochtone Nederlanders heeft: herkenning, opleidingsniveau en praktische oorzaken. Een gebrek aan herkenning is een belangrijke oorzaak. Als de bezoeker iets herkent in de voorstelling of tentoonstelling voelt hij zich meer tot het product aangetrokken en zal hij het ook doorvertellen dan wanneer hij niets herkent. In het cultuuraanbod bestaat een onderscheid in populair en klassiek repertoire, die verschillende doelgroepen bereiken. De Nederlandse Marokkanen nemen vooral deel aan de populaire cultuur.

Social exclusion is het buitensluiten van mensen van volledige participatie in de samenleving. Dit proces is ook in musea te zien. Musea zouden in dit opzicht het tegenovergestelde kunnen bereiken: *Social inclusion*. Een belangrijk aspect hierbij is het ontwikkelen van tentoonstellingen en programma's die representatief zijn voor de gehele samenleving.

Uit onderzoek blijkt dat negentig procent van de musea diversiteit belangrijk vindt, maar daadwerkelijk integreren is een ander geval. Mensen interpreteren vanuit hun eigen referentiekader, waardoor het niet makkelijk is om zich in te leven in andere culturen. Hierdoor is het belangrijk dat je een cultureel divers personeelsbestand hebt. En dat diversiteit geïmplementeerd is in het beleid dat je als culturele instelling voert.

Op marketing en communicatiegebied is etnomarketing een manier om divers publiek te bereiken, waarbij gebruik wordt gemaakt van cultuurgebonden media. Sleutelfiguren en persoonlijke communicatie zijn middelen om dit te realiseren. Het inzetten van Marokkaans- Nederlandse producenten vergroot de kans om ander publiek aan te spreken. Zeer belangrijk is ook het werken met vertegenwoordigers van de doelgroep die je wilt bereiken. Anders kan de instelling onmogelijk weten wat er speelt en maakt het misschien een product dat helemaal niet bij de interesse van de doelgroep aansluit.

Het onderwijs speelt een belangrijke rol als het gaat om cultuurparticipatie. Door aandacht te besteden aan cultuureducatie vergroot je de kans dat de Nederlandse Marokkanen zich gaan interesseren in cultuur en erfgoed. Er is nog steeds aandacht voor culturele diversiteit vanuit de sector organisaties. Dit is positief, aangezien culturele instellingen niet vanuit zich zelf iets doen. Door de Code Culturele Diversiteit is er nu aandacht voor culturele diversiteit. Deze code moeten de instellingen zelf uitvoeren. Het overheidsbeleid van de afgelopen tien jaar heeft wel zijn vruchten afgeworpen. Er zijn verschillende instellingen zoals Atana en Kosmopolis opgericht die nadrukkelijk aandacht besteden aan dit probleem.

Summary

Due to our changing society one of the tasks of cultural organisations is to try and reach the immigrant Dutch. This group which seldom visits cultural institutes needs to be encouraged to do so. Research has revealed that participating in cultural life not only stimulates personal growth but also has a positive effect on our society as a whole.

I have interviewed six professionals and a number of Moroccan Dutchmen. From these interviews it appears that the public does not show up because they cannot identify with the offered programs. My study is focused on the cultural participation of the Moroccan Dutch. My aim is to specify the position of this target group and to learn from them what they themselves think museums should undertake to further their participation. Various causes are mentioned in discussions about the failing visits of the immigrant Dutch: not being able to identify, level of education and causes of a practical nature.

Lack of common ground is an important cause. If a visitor recognizes something in a performance or exhibition he will feel invited to go again and will speak about these experiences. There is a distinction between popular and classical repertoire in the offered cultural programs. The Moroccan Dutch mainly participate in events/ expressions of a popular cultural nature. To exclude people from full participation in society is called social exclusion. This process is also visible in museums. Museums could achieve the opposite: social inclusion. To try and develop exhibitions and programs representative of society as a whole is then an important aspect. Research has shown that ninety percent of the museums consider diversity important but how to effectively concretize this integration is a different matter. People interpret from their own frame of reference which makes it difficult to imagine oneself in other cultures. It is therefore important to have a culturally mixed staff. Diversity should be implemented in the organizational policy.

In the field of marketing and communication etnomarketing is a way to reach a diverse public. Etnomarketing makes use of culturally favored media. Involving key figures and using personal communication is an effective strategy. Moroccan – Dutch producers increase the possibility to attract a different public. It is very important to work together with representatives of the target group. Without the information from within, an organization runs the risk of making a product, totally uninteresting for the public concerned.

Education plays an important part in stimulating participation. Giving attention to cultural education increases the possibility that the Moroccan Dutch will become interested in culture and heritage. The Cultural Diversity Code obliges cultural organizations to pay attention to cultural diversity. This Code must be carried out by these organizations. The governmental policy of the past ten years has been successful. Several organizations focusing on this aspect have been set up, e.g. ATANA and Kosmopolis.

Inleiding

“Elke cultuur vindt haar oorsprong in vermenging, in interactie, in confrontatie. In isolatie daarentegen sterft de beschaving. Het ervaren van de ander is het geheim van verandering.”¹

Iedere dag staan de kranten er vol mee: de termen allochtonen, immigratie, Marokkaanse probleemjongeren, culturele diversiteit en multiculturele samenleving. Deze termen hebben zeker een nieuwswaarde en geven aanleiding tot discussie. De discussies over deze onderwerpen lopen regelmatig hoog op. Na de moord op Pim Fortuyn en Theo van Gogh reageerde de samenleving geschokt, de spanningen tussen autochtone en allochtone bevolkingsgroepen liepen ongekend hoog op. Nu met Geert Wilders wordt het Wij en Zij- gevoel versterkt, waardoor er binnen de samenleving spanning leeft. Niet alleen in de kranten en in het nieuws gaat het over de multiculturele samenleving, ook in het museum, het theater en de concertwereld is diversiteit een onderwerp dat de afgelopen jaren aan belang heeft gewonnen. Dit terwijl de multiculturele samenleving ‘an sich’ niets nieuws is. In de zestiende eeuw vestigde Sefardische joden zich al in Nederland, van vreemdeling zouden zij uiteindelijk Nederlandse burgers worden.²

Een van de parameters in de museologie betreft de samenleving als geheel. In de praktijk gaat het vaak om de bezoeker. Een verwijt is dat de traditionele museologie te veel is gericht op de gegoede burgerij en te weinig aandacht besteedt aan andere groepen in de samenleving, met name groepen met een andere culturele of etnische achtergrond, maar musea zijn instellingen ten dienste van de samenleving.³ “Een museum is een permanente instelling in dienst van de samenleving en haar ontwikkeling, toegankelijk voor het publiek, niet gericht op het maken van winst, die de materiele getuigenissen van de mens en zijn omgeving verwerft, behoudt, wetenschappelijk onderzoekt, presenteert en hierover informeert voor doeleinden van studie, educatie en genoegen.” (definitie van de International Council of Museums)

In de jaren negentig van de twintigste eeuw is de publieke functie van musea veranderd door een terugtrekkende overheid waardoor ze zelf voor financiële bronnen moesten zorgen. Musea richten zich door deze ontwikkelingen meer op het presenteren en het binnenhalen van bezoekers dan op het behouden en onderzoeken van cultureel erfgoed.⁴ Doordat het binnenhalen van bezoekers voor musea belangrijker is geworden, zijn zij ook gevoeliger geworden voor de samenstelling van de Nederlandse samenleving.

¹ Octavio Paz, De levensboom. Essays over kunst en cultuur. (Meulenhoff 1991)

² <http://www.joodsmonument.nl/page/274222> (geraadpleegd 01 februari 2011)

³ Mensch, P. van, Het object als informatiedrager, syllabus 2007-2008

⁴ Mensch, P. van, Musea op zoek naar een nieuwe identiteit, Museumvisie 19-1, p. 5-8

In de loop van de tijd is een bewustwordingsproces op gang gekomen dat ervoor gezorgd heeft dat de culturele instellingen zich afvragen wat hun positie kan en of moet zijn ten aanzien van de multiculturele samenleving. Dit doordat de Nieuwe Nederlanders zich hier hebben gevestigd en een grote groep vormen van potentiële bezoekers. Uit statistieken blijkt dat Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen de vier grootste groepen allochtonen zijn in de Nederlandse samenleving. De huidige samenleving wordt ook wel aangeduid als 'multicultureel', wat inhoudt dat er verschillende culturen en subculturen aanwezig zijn.⁵Sinds minister van cultuur Hedy d' Ancona (1989-1994) is diversiteit binnen de culturele sector een agendapunt. Al jarenlang valt op dat de samenstelling van het publiek van de culturele instellingen voornamelijk 'wit' is, waarmee bedoeld wordt dat het publiek uit autochtone Nederlanders bestaat. Dit is immers een probleem: de bevolkingssamenstelling met name in de grote steden is veel diverser dan de gemiddelde bezoeker van een culturele instelling. Waarom is die zo verschillend? Heeft het te maken met de programmering en de communicatie daarover? Of zijn de Nederlandse Marokkanen niet geïnteresseerd?

De afgelopen jaren ben ik vaak gevraagd voor verschillende projecten om diversiteit te bevorderen onder andere is mij door de AHK gevraagd op verschillende scholen in Amsterdam West over mijn studie Cultureel Erfgoed te vertellen. De gedachte die erachter zit is dat als de leerlingen zich kunnen herkennen en identificeren met de persoon die het verhaal vertelt ze geënthousiasmeerd raken en eerder voor zo'n studie kiezen. Ik ben dus gevraagd vanwege mijn identiteit.

Maar wat is identiteit? Ik ben gevormd door mijn Marokkaanse en natuurlijk Nederlandse achtergrond. Mijn identiteit is dus een complex geheel, dat deels bepaald wordt door feiten zoals mijn geboorteplaats, waar ik ben opgegroeid, en deels gevormd is door mijn omgeving. Maar wie bepaalt eigenlijk mijn identiteit, ik of de anderen, die mij als de "ander", "exotisch" en "divers" zien? In de huidige maatschappij worden groepen mensen met deels overeenkomstige culturele trekken, als homogene groepen gezien. Dus als ik zeg dat ik Marokkaans ben, wordt er van uitgegaan dat ik dezelfde voorkeuren en dezelfde mening heb als alle Marokkanen in Nederland⁶, wat absoluut niet waar is. Deze veronderstelling en de homogene perceptie van de samenleving heeft volgens Stuart Hall geleid tot de "multicultural question":

"...The multicultural question is...the question of how we are to envisage the futures of those many different societies now composed of peoples from very different histories, backgrounds, cultures, contexts, experiences and positions in the ranking order of the world..... where an unspoken social and cultural homogeneity cannot be assumed to provide an implicit consensual horizon of action, practice, policy or interpretation, but where nevertheless there is a determination to build a common and, if possible, a just life together. So the question, to reduce it, is: how is this commonness in difference to be imagined and constructed?"⁷

Nu is de vraag wat we moeten doen met culturele diversiteit in een multiculturele samenleving. Volgens Stuart Hall zou het verkeerd zijn om er enerzijds vanuit te gaan dat de migranten zich vasthouden aan de statische en onveranderlijke perceptie van hun cultuur en anderzijds om te veronderstellen dat de migranten zich geleidelijk volledig zouden assimileren in de dominante

⁵ Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid, Nederland als immigratie samenleving, Den Haag, (Sdu uitgevers 2001)

⁶ Laroui. F, Een misvatting over de betekenis van culturele diversiteit, in Cultuur en Media 2015, Ministerie van OCW, 2009

⁷ Hall,S, 'The Multicultural Question' Pavis Paper 4(2001)

cultuur van het land waar zij verblijven. Cultuur moet dus niet gezien worden als een statisch begrip, maar cultuur is een dynamisch gegeven. Per generatie verschillen de meningen ook.⁸ Maar wat is cultuur eigenlijk? Hoe wordt “cultuur” gedefinieerd? Op deze vraag ga ik verder in in mijn betoog.

‘Ze komen niet’ meldde de Volkskrant op 12 januari 2006.⁹ Met “ze” worden de allochtone Nederlanders bedoeld, en die komen niet naar het museum, naar het theater en het Concertgebouw. Op 12 februari 2011¹⁰ meldt de Volkskrant een soortgelijk bericht ‘Publieke omroep moet allochtoner’. Het probleem betreft dus niet alleen de culturele sector maar is veel breder. Culturele instellingen moeten een afspiegeling vormen van de bevolkingsopbouw zowel in bestuurlijke en personele samenstelling, als in hun aanbod en doelgroepgerichtheid. Anno 2011 is het grootste deel van de culturele instellingen in Nederland wel op de een of andere manier bezig met culturele diversiteit. Meer praktisch spitst dat zich meestal toe op het bereiken van allochtoon publiek voor hun cultuuruitingen. Er zijn door de culturele instellingen en koepelorganisaties veel verschillende projecten, methodes en programma’s bedacht om allochtoon publiek voor kunst en cultuur te interesseren. Het Unesco verdrag over culturele diversiteit heeft de volgende strekking: Een gevarieerd culturaanbod is een verrijking van ons bestaan: het inspireert en het vergroot onze kennis en ontwikkeling. Bovendien draagt kennismaken met andere culturen bij aan wederzijds begrip.¹¹ Ook de Raad van Europa heeft met de Conventie van Faro (27 oktober 2005) het begrip erfgoed ruim gedefinieerd. De Conventie benadrukt de betekenis van waarden, normen en overgeleverde kennis en tradities. Zo stelt de Conventie dat erfgoed van belang is voor het versterken van de sociale cohesie.

De ondertekenaars van de Conventie nemen zich voor om alle erfgoedaspecten van de culturele omgeving te gebruiken om sociale cohesie te versterken door een zin voor gedeelde verantwoordelijkheid te kweken ten opzichte van die plaatsen waar mensen leven (art 8c)¹²

In Groot Brittannië is veel onderzoek gedaan naar *social inclusion* en zijn er veel boeken gepubliceerd. In Nederland zijn er ook veel publicaties verschenen tussen 1990 en 2008. Belangrijk is de publicatie van Hans Onno van den Berg en Maaïke Verberk waarin 32 projecten worden beschreven die tot doel hadden culturele diversiteit te vergroten. Ook de publicatie van Ineke van Hamersveld *Nieuwe Nederlanders en musea*, toenmalig hoofdredacteur van de Boekman cahiers geeft de stand van zaken weer wat ideeën en projecten betreft in verband met musea en de multiculturele samenleving. Er wordt veel gekeken naar het verbeteren van de inhoud van het museum, hoe men objecten moet presenteren en de bezoeker moet benaderen. Voor een interculturele oriëntatie is het belangrijk de benaderingswijze te verruimen. Hierbij moet men niet alleen de publieksgerichte activiteiten betrekken, maar ook zeker het personeel. Men moet het als normaal ervaren dat de multiculturele samenleving een uitgangspunt vormt bij de uitvoering van de dagelijkse taken. (vooral als curator, die een tentoonstelling maakt over de ander)

⁸ Hofstede, G. en Hofstede, J.G. Allemaal andersdenkenden, omgaan met cultuurverschillen, (Uitgeverij Contact 2005) p. 47

⁹ Pontzen en Schooneboom, Ze komen niet, Volkskrant 12 januari 2006

¹⁰ Dekker, W., Publieke omroep moet allochtoner, Volkskrant 12 februari 2011

¹¹ www.unesco.nl (geraadpleegd 20 februari 2011)

¹² De Kader-Conventie van de Raad van Europa over de Waarde van Cultureel Erfgoed voor de Samenleving (Faro, 27 oktober 2005) <http://www.faronet.be/e-documenten/de-kader-conventie-van-de-raad-van-europa-over-de-waarde-van-cultureel-erfgoed-voor-de-> (geraadpleegd 20 februari 2011)

Het doel van deze scriptie is inzicht te verschaffen hoe je Neder- Marokkanen naar culturele instellingen kunt krijgen.

De programmering, collectie, personeel en publiek hebben invloed op elkaar. Het personeel heeft een invloed op de cultuur van de organisatie, wat weer zijn neerslag vindt in de collectie en de programmering. De collectie-programmering beïnvloedt het publiek dat naar de instelling komt. Het kan zijn dat verschillende etnische groepen niet komen omdat ze zichzelf niet herkennen. Herkenning leidt tot erkenning.¹³

Musea tonen het verleden en het heden van Nederland. Nu de basis van deze geschiedenis, de samenleving, van samenstelling verandert zal dit ook een verandering in het verzamelbeleid met zich moeten meebrengen. Marokkanen die in Nederland wonen maken immers deel uit van de Nederlandse geschiedenis. Hun cultuur moet dan ook onderdeel vormen in de presentatie en programmering. Hier ligt een kans voor musea om de materiele en immateriële cultuur te tonen van de Neder-Marokkaan.

Methodologische verantwoording.

Mijn onderzoek bevat een theoretisch gedeelte en een gedeelte met interviews met professionals die betrokken zijn bij het beleid en het uitvoeren daarvan binnen culturele instellingen. De interviews werden gehouden met verschillende mensen binnen verschillende disciplines. Het betreft een op een interviews .Ik concentreer mij binnen mijn onderzoek voornamelijk op de doelgroep tweede generatie Nederlandse Marokkanen die hier geboren zijn en hier onderwijs hebben genoten. Ik ben zelf onderdeel van deze doelgroep en kan me hierin inleven. Naast de interviews heb ik ook geënquêteerd onder de doelgroep zelf.

Het doel van het onderzoek is aanbevelingen te doen om door middel van programmering de Neder-Marokkaan aan te trekken. Programmering is natuurlijk niet de enige factor die van belang is voor publieksbereik. Promotie is minstens even belangrijk. In dit onderzoek zal ik me richten op de behoefte vanuit de doelgroep en de promotie van cultuur bij de doelgroep. Overheidsbeleid speelt ook een grote rol bij het maken van keuzes en het aantrekken van cultureel divers publiek. De verschillende kabinetten hadden zo hun eigen visie hierop. Ik zal de ontwikkelingen schetsen in het cultuurbeleid van de afgelopen tien jaar.

Het doen van literatuuronderzoek, het bekijken van overheidsbronnen, het afnemen van interviews en het houden van enquêtes zullen moeten leiden tot een conclusie over wat culturele instellingen moeten doen om de tweede generatie Marokkanen in Nederland te bereiken. De vraagstelling van dit onderzoek is:

Hoe bereiken musea meer Marokkanen die geboren zijn in Nederland?

Met bereiken wordt bedoeld dat Neder- Marokkanen fysiek het museum bezoeken. Om tot beantwoording van de hoofdvraag te komen zullen eerst een paar deelvragen beantwoord moeten worden. Allereerst zal gekeken moeten worden naar wat men in het veld als de oorzaken beschouwt van het uitblijvende bezoek van Neder-Marokkanen, en wat juist succesvolle tentoonstellingen,

¹³ Goodwin,P, Curating difference, lezing SMBA 23 januari 2011

theatervoorstellingen etc. zijn geweest. Welke invloed heeft het cultuurbeleid gehad om deze doelgroep te bereiken? Waarom werkte bepaald beleid wel of niet? Dit onderzoek wil proberen te analyseren wat waarom succesvol is. Van groot belang in dit onderzoek is een heldere afbakening van de te onderzoeken thema's. De doelgroep is de Neder-Marokkaan. In mijn interviews richt ik me op culturele instellingen in de breedste zin van het woord, omdat er nog veel van elkaar te leren valt binnen de verschillende disciplines van kunst. De tot nu verschenen literatuur behandelt voornamelijk culturele diversiteit en daar wordt meestal mee bedoeld Marokkanen, Turken, Surinamers en Antillianen. Aangezien er geen literatuur beschikbaar is die het specifiek heeft over de Neder-Marokkaan moet ik me op deze groep concentreren.

Begrippen.

Het is nodig om duidelijkheid te verschaffen rond een aantal termen die betrekking hebben op de multiculturele samenleving. Veel termen worden door elkaar gebruikt en sommige termen hebben een emotionele betekenis.

Het is haast een onmogelijke opdracht om de woorden met verschillende connotaties zoals allochtoon, etnische minderheden, migranten, gastarbeiders en Nieuwe Nederlanders niet te gebruiken in een scriptie over culturele instellingen en het bereik van Marokkanen, omdat ook de literatuur en de instellingen de woorden gebruiken. De begrippen zijn problematisch omdat er verwarring heerst omtrent de betekenis van deze woorden.

Cultuur

Er bestaan veel definities van cultuur. Volgens het woordenboek Van Dale¹⁴ is cultuur 1 het verbouwen van gewassen, 2 geheel van voortbrengselen van een gemeenschap, 3 kunst en wetenschap. Volgens interculturalist Geert Hofstede is cultuur de collectieve mentale programmering die de leden van een groep of categorie mensen onderscheidt van die van een andere. Cultuur wordt hierbij dus gezien als iets wat een groep anders maakt dan een andere groep, wij/zij verdeling. Verder stelt Hofstede dat cultuur wordt overgedragen via onze sociale omgeving en niet via erfelijkheid.¹⁵ Zijn definitie die ik onder andere zal gaan gebruiken is: *“Cultuur bestaat uit de ongeschreven regels van het sociale spel. Het is de collectieve mentale programmering die de leden van een groep of categorie mensen onderscheidt van die van andere”*. Volgens David Pinto is cultuur te omschrijven als het geheel van voorstellingen, opvattingen, kennis waarden en normen dat mensen als lid van een samenleving overdragen en verwerven door middel van bewuste en onbewuste leerprocessen.¹⁶

Allochtoon

Het woordenboek *Van Dale* definieert allochtoon als iemand die van elders afkomstig is.¹⁷ Niet-westerse allochtoon: Allochtoon met als herkomstgroepering een van de landen in Afrika, Latijns-Amerika en Azië (exclusief Indonesië en Japan) of Turkije.¹⁸ Tweede generatie allochtonen

¹⁴ van Dale, studiewoordenboek Nederlands, eerste druk 2006

¹⁵ Hofstede, G. Allemaal andersdenkenden, omgaan met cultuurverschillen, p 19

¹⁶ Pinto, Y., Pinto, D., Interculturele conflicten, theorie en praktijk, Van Loghum, Houten 1994

¹⁷ van Dale, Grootwoordenboek der Nederlandse Taal, twaalfde druk 1992

¹⁸ <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/begrippen/default.htm?ConceptID=1013> (geraadpleegd 20 februari 2011)

volgens het CBS: Personen die in Nederland zijn geboren met eveneens minstens een in het buitenland geboren ouder behoren tot de tweede generatie allochtonen.¹⁹ Allochtonen worden geassocieerd met een achterstandspositie. De term allochtoon suggereert een tweedeling tussen wij en zij, maar toch is dit de meest gangbare term. Binnen de migrantengemeenschappen, net als binnen de autochtone gemeenschappen, leven over de meest uiteenlopende zaken zeer verschillende opvattingen. Er is een oneindige variëteit aan politieke, religieuze, sociale, economische, culturele en artistieke posities en meningen.²⁰

Ik ben van mening dat allochtonen niet bestaan. Multiculturele persoonlijkheden wel.

Gastarbeider

Met gastarbeider wordt bedoeld iemand die tijdelijk naar een ander land komt om daar arbeid te verrichten. De beweegreden voor een dergelijke actie is vrijwel altijd een economische: er is te weinig werk in het thuisland en er is voldoende vraag naar arbeiders in het gastland. Tijdelijk houdt in dat het de bedoeling is terug te keren naar het land van herkomst. Wanneer dat niet meer het geval is, is er sprake van immigratie en wordt de gastarbeider een immigrant.²¹

Neder-Marokkanen

Deze term gebruik ik als ik het heb over tweede generatie Marokkanen, geboren in Nederland. Deze verschillende definities zullen altijd ingewikkeld blijven. Het zijn moeilijk te bevatten begrippen. De Volkskrant schrijft tegenwoordig Nieuwe Nederlanders om politiek correct te zijn. Culturen zijn dynamisch en veranderlijk. Het zijn geen statische en vastomlijnde fenomenen. Culturen beïnvloeden elkaar, maar iedereen heeft het recht op zijn of haar eigen cultuur. Dit wordt als een mensenrecht beschouwd. Personen die verschillende culturele achtergronden hebben schipperen vaak tussen deze verschillende culturen.

¹⁹ <http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/26785779-AAFE-4B39-AD07-59F34DCD44C8/0/index1119.pdf> (geraadpleegd 21 februari 2011)

²⁰ Hamersveld. van, I, Nieuwe Nederlanders en musea, Boekmanstudies 1998, p.19

²¹ <http://nl.wikipedia.org/wiki/Gastarbeider> (geraadpleegd 20 februari 2011)

1. Marokko

Om de achtergrond van de Marokkaanse immigranten in Nederland en de migratie te begrijpen is een korte geschiedenis van Marokko noodzakelijk. Ik zal hierbij de taalbarrière ook proberen toe te lichten. In 1.1 wordt een korte beschrijving van de Marokkaanse geschiedenis beschreven. In 1.2 zal het gaan over de complexe taalkundige situatie in Marokko. De taalverschillen zijn van belang omdat het ook iets zegt over identiteitsverschillen en daarmee samenhangend het onderwijs. In 1.3 wordt de situatie van de eerste en tweede generatie Marokkanen in Nederland beschreven.

1.1 Korte geschiedenis van Marokko

Het begon allemaal over zeeroverij. Vierhonderd jaar later gaat het over de status van de honderdduizenden Marokkanen in Nederland. Toen in 1604 de Nederlanders in de Zeeuwse wateren een Spaanse vloot wisten te verslaan, waar veel Marokkaanse slaven aan boord waren en in handen vielen van de Nederlanders bedachten de leiders dat dit een mooie gelegenheid vormde om contact te zoeken met de sultan van Marokko. De republiek der zeven provincies had drie doelen voor ogen: een bondgenoot zoeken in de strijd tegen Spanje, de Nederlandse schepen in het Middellandse Zeegebied vrijwaren voor Marokkaanse zeerovers en Nederlandse slaven die in Marokko vast zaten vrij krijgen. Pieter Maartensz heeft verschillende pogingen gewaagd zonder succes. In 1609 had Marokko een nieuwe sultan, Moelay Zidan. Hij had veel gehoord van de nieuwe Nederlandse wapentechnieken en stuurde daarom zijn joodse vertrouweling Samuel Palache als zijn gezant naar Nederland om wapens te kopen en te onderhandelen.²²

Marokko wordt al sinds de vroegste tijd bewoond. Archeologen hebben in onder andere Dar es-Soltane, Salé, en Sidi Abderrahman resten aangetroffen van de prehistorische mens: de homo erectus, de archaïsche en de moderne homo sapiens (1 tot 1,5 miljoen jaar geleden). Deze mens heeft sporen nagelaten: werktuigen zoals stenen (vuist)bijlen, pijlpunten, maar ook afbeeldingen. In het zuiden van Marokko, in de uitlopers van de Hoge Atlas, is een groot aantal rots-gravures aangetroffen waarop allerlei dieren voorkomen: olifanten, leeuwen, struisvogels, hoefdieren. Daarnaast blijkt dat de prehistorische mens ook al behoefte had om zich met mooie dingen te omgeven: ivoren bekertjes en sieraden gemaakt van schelpen en van mooi gepolijste stenen. De Berbers vormen de eerste duidelijke bevolkingsgroep van Marokko. Typische Berbervormen worden aangetroffen in archeologische overblijfselen: in een rotsgravure is een driehoekige vorm uitgehakt die sterk doet denken aan de vorm van sommige Berberfibula's (kledingspelden). De naam Berber

²² Obdeijn, H, Een waardevol bondgenootschap in ZemZem, jaargang,1 Stichting ZemZem, 2005 p 6

komt van het Griekse *barbaros*. Zo noemden Grieken alle buitenlanders die de Griekse taal niet spraken. De Berbers zelf duiden zich aan met de algemene naam *Amazigh*. Hun schrift heet *Tifinagh* en is een latere versie van het zogenaamde Libische alfabet. Ofschoon de Feniciërs handel dreven met de bevolking van Mauretania, zijn het vooral de Puniërs die vanaf de 7e eeuw voor Christus hun invloed zichtbaar hebben achtergelaten. In de loop van de tijd vestigen zij zich in nederzettingen als Lixus (Larache) bij de monding van de rivier de Loukos, Tingi (Tanger) en Cerné (bij Essaouira). Punische resten zijn ook gevonden in Sala (bij Rabat), Tamuda (bij Tétouan) en Rusadir (bij Melilla). De Puniërs of Carthagers dreven handel met de plaatselijke bevolking, zoals blijkt uit vondsten van Punische kruiken met olie, wijn en honing. Het belangrijkste product voor de Puniërs was de kostbare verfstof purper, afkomstig van de purperslak. Essaouira werd het centrum van de purperindustrie in dit deel van het Middellandse Zeegebied. De Carthagers vestigden zich in Mauretania. Vondsten van graven met Punische grafstenen en kostbaarheden zoals sieraden duiden er op dat sommigen hier hun verdere leven bleven wonen. Met de lokale bevolking lijken zij vredelievend te zijn omgegaan, aangezien ze geen muren om hun nederzettingen en steden bouwden. Na de verwoesting van Carthago in 146 voor Christus door de Romeinen vluchtten vele Puniërs naar Mauretania. In 106 wordt het land onder Bocchus een vazalstaat van de Romeinen. De Romeinen hadden Marokko in twee provincies opgedeeld, Mauretania Tingetania en Mauritania Caesariensis. Hun aanwezigheid was voornamelijk bedoeld om de rijke Spaanse provincie te beschermen tegen invallen vanuit Noord-Afrika. De aanvallen waren er, dus sloten de Romeinen verdragen met de Berberstammen. De Romeinen hadden stedelijke steunpunten waarvan Volubilis de grootste was. Vanaf 700 kwam het land onder invloed van Arabië. Veel bewoners sloten zich aan bij de Arabische legers van de Umayyaden en ook Spanje werd veroverd. Vanaf 786 kreeg de dynastie der Idrissieden het voor het zeggen in Marokko met Fes als centrum. In Spanje bleef echter de dynastie van de Umayyaden aan de macht met als centrum Cordoba. Vanaf dat moment kwam Noord-Afrika in contact met de islam. Daarnaast waren er vroegchristelijke en joodse gemeenschappen.²³ Deze leefden samen in harmonie.

In de zeventiende eeuw was Nederland een handelspartner voor Marokko. In de achttiende eeuw werd deze positie overgenomen door Engeland. In de negentiende eeuw, de tijd van het kolonialisme, ging de Nederlandse belangstelling voornamelijk uit naar Nederlands-Indië. In 1912 werd Marokko een protectoraat van Frankrijk en Spanje, hierbij legde Nederland zich neer. Pas na de onafhankelijkheid van Marokko in 1956 komt daar verandering in.²⁴ Het nieuwe bestuur had zijn zetel in Rabat en was veel centraler dan ten tijde van het protectoraat. Hierdoor keerde verschillende gewapende stammen zich tegen het gezag. In de Rif ontstonden de grootste problemen. De Riffijnen leefden van landbouw en veeteelt maar verbouwden ook marihuana. Daarnaast dienden veel Riffijnen in de Spaanse legers. Deze inkomstenbronnen vielen weg en bovendien nam de controle van het centrale gezag toe. In 1958 leidde dit tot opstand. Van 1958 tot 1962 bleef de Rif onder militair bestuur, en zijn er duizenden doden gevallen.²⁵

In 1961 kwam Hassan de Tweede aan de macht, er was toen sprake van een dictatuur, kritiek werd niet geduld. Wie kritiek op hem had werd opgesloten of verbannen. In 1999 overleed Hassan en werd hij opgevolgd door zijn zoon Mohamed de Zesde. De huidige koning verzoende zich met de

²³ Boele, V en Saadouni, M, Marokko 5000 jaar cultuur, KIT Publishers, 2004, p. 8-15

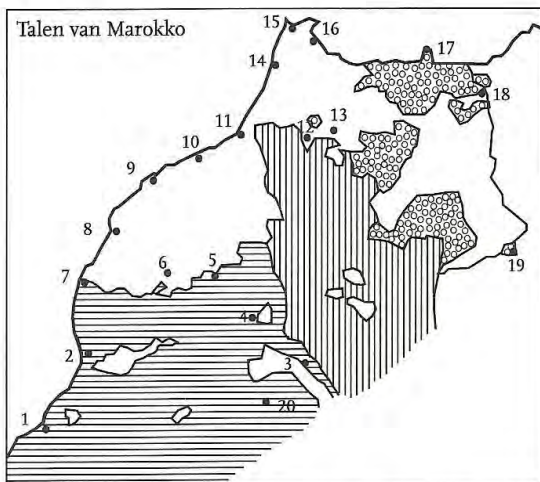
²⁴ Obdeijn, H, Een waardevol bondgenootschap in ZemZem, jaargang,1 Stichting ZemZem, 2005 p. 10

²⁵ Obdeijn, H, Mas,de, P. Geschiedenis van Marokko, Bulaag, (Amsterdam 2002) p. 153-158





Riffijnen. Tijdens de verkiezingen in 2002 konden Marokkanen voor het eerst hun eigen parlement kiezen. Verder zijn onder het huidige bewind de rechten van de vrouw versterkt.²⁶ De koning heeft de berbercultuur erkend door een koninklijk instituut voor taal en cultuur op te richten, namelijk IRCAM Institute Royal de la Culture Amazigh.

1.2 Taalkundige situatie

TALEN VAN MAROKKO.



Based on the map by G. Colin in E. Lévi-Provençal (ed.), *Initiation au Maroc*, 3rd ed, Rabat 1945, p. 203

	Rifjins Berber	1	Ifni
	Midden Atlas Berber	2	Agadir
	Tasjelhiyt Berber	3	Zagora
	Arabische spreektaalen	4	Ouarzazate
		5	Demnate
		6	Marrakech
		7	Essaouira (Mogador)
		8	Safi
		9	El Djedida (Mazagan)
		10	Casablanca
		11	Rabat
		12	Meknès
		13	Fès
		14	Larache
		15	Tangier
		16	Tétouan
		17	Nador
		18	Oujda
		19	Figuig
		20	Foum Zgid

Afbeelding 1: H. Stroomer, *Ikkattinn. Berberse volksverhalen uit Zuid-Marokko* p 17

Zoals hierboven aangegeven is de taalkundige situatie van Marokko zeer complex. De officiële taal van Marokko is het standaard Arabisch. Maar in realiteit is het Marokkaans een dialect van het standaard Arabisch dat gesproken wordt. Het Marokkaans is alleen een spreektaal en geen officiële schrijftaal, daarom wordt het ook niet onderwezen op school. Het Frans is belangrijk in de handel, economie en toerisme. Ongeveer de helft van de bevolking spreekt van huis uit een berbertaal.²⁷

²⁶ Idem p. 158-176

²⁷Obdeijn, H, Mas, de, P. *Geschiedenis van Marokko*, Bulaaq, (Amsterdam 2002) p.183

In Marokko kunnen minstens drie hoofdgroepen in het Berber onderscheiden worden die onderling niet verstaanbaar zijn:

1. Het Tarifit wordt door de Berber bevolkingsgroepen uit de Rif, het berbergegebied in het Noorden van Marokko gesproken.
2. Het Tamazight wordt voornamelijk gesproken in de gebieden rond de Midden-Atlas, de centrale hoge Atlas en het zuidoosten van Marokko.
3. Het Tashilhit is de voertaal van de berbers uit de Sous, het kustgebied in Zuid-west-Marokko.

De grootste groep in Nederland spreekt het Tarifit. Als een Berber zijn streek verlaat, kan hij zijn moedertaal niet spreken en moet hij het Marokkaans Arabisch gebruiken. Veel Berbers hebben zich deze taal ook eigen gemaakt. De voormalige koning van Marokko Hassan de Tweede zei in 1994 dat de berbertalen gerevalueerd moesten worden. De huidige koning heeft in 2001 het Koninklijk Instituut voor de Amazigh Cultuur opgericht. Voor het eerst werd officieel het belang erkend van de berbercultuur. In Marokko en onder berbersprekende Nederlanders worden verenigingen opgericht die zich ten doel stellen het taalkundige en het culturele erfgoed van de berbersprekende te behouden en te ontwikkelen. Het nieuws wordt gebracht in drie talen met elk hun eigen lettertekens: Frans in Latijnse letters, Marokkaans-Arabisch in het Arabisch en berbers in het berberschrift, drie talen in drie alfabetten, waarvan het berbers nog is opgedeeld in drie voor elkaar niet verstaanbare dialecten.²⁸ Naast deze talen speelt het Frans en het Spaans ook een rol.

De berbers zelf noemden zich van ouds liever Amazigh, wat 'vrije mensen' betekent. Naast de berbers werd Marokko bevolkt door de Arabieren, die zich hooguit door hun taal en namen onderscheidden, maar door de Amazigh nog steeds als indringers worden gezien.²⁹

1.3 Van gastarbeiders tot Nederlanders

Nederland telde in 1960 officieel drie Marokkanen. Anno 2011 ruim driehonderd duizend. De economieën in West Europa in de jaren zestig ontwikkelden zich snel. Hierdoor was er een gebrek aan arbeidskrachten, vooral voor het werk aan de lopende band. Veel arbeiders werden eerst in Zuid Europa gezocht maar al snel wendde de blik zich naar Noord- Afrika. Seizoenarbeiders uit het Rifgebied die niet meer in Algerije terecht konden wegens de in 1954 begonnen opstand tegen de Fransen, zochten het verderop en kwamen via Frankrijk en België naar Nederland. Maar de Nederlandse overheid wierf ook actief migranten door wervingscampagnes. In 1969 werden verdragen gesloten met de Marokkaanse regering over de migratie en tewerkstelling van Marokkaanse gastarbeiders. Marokkanen konden zich inschrijven bij lokale arbeidsbureaus die op basis van de aanmelding, de vraag van de werkgevers in Europa en de economische situatie in de verschillende Marokkaanse regio's lijsten met geschikte kandidaten samenstelden. Nederland kon hieruit een keuze maken, waarna een strenge medische keuring volgde. Bovendien was er aanvankelijk ook een duidelijke voorkeur voor ongehuwden. De werving van Marokkaanse arbeiders

²⁸ Adolf, S, Marokko achter de schermen, de wedloop voor een betere toekomst, Prometheus, Amsterdam 2005 p. 90-91

²⁹ Idem p.78

was vooral gericht geweest op de Rif ooit een protectoraat van Spanje. Een minderheid kwam uit de Sous, dat onder Frankrijk viel.³⁰ Deze streek had een hoge bevolkingsdichtheid die niet in verhouding stond tot haar agrarische productiecapaciteit, was economisch achtergebleven en kende een traditie van autonomie en verzet tegenover het centrale gezag. Vandaar dat ongeveer zeventig procent van de Marokkaanse Nederlanders van Riffijnse komaf is. Doordat vrienden en familie hoorden hoe goed het in Nederland was zochten ook zij op hun beurt hier hun geluk. De werkgevers stelden hen zonder vergunning te werk en de overheid liet de verplichtingen vallen. Wie de papieren niet had kon dat later wel regelen. Men ging ervan uit dat de komst van arbeiders van tijdelijke duur zou zijn daarom is aanvankelijk geen migrantenbeleid gevoerd. Bedrijven en de Marokkanen zagen het nut van taalcursussen niet in. Ze woonden en werkten namelijk met mede Marokkanen. Het aantal dat zou blijven werd op 5% geschat. Veel werkgevers verlengden ook de contracten, omdat de opleidingen van de arbeiders investeringen hadden geveerd. Bovendien gaven Marokkaanse werknemers hun baan niet graag op, ze wilden zekerheid. Hier kwam een eind aan toen in 1972 de oliecrisis uitbrak. In 1974 werd een immigratiestop afgekondigd. Dit leidde echter niet tot het einde van de emigratie vanuit Marokko. Integendeel, de grote stroom zou nog komen. De Marokkanen in Nederland wilden hun verblijfsvergunning niet verspelen door een terugkeer naar Marokko. Steeds meer mannen lieten hun gezinnen overkomen en gezien de gemiddelde gezinsgrootte in Marokko betekende dit dat per gezinshereniging er vijf of zes mensen over kwamen. De Marokkaanse bevolking bleef desondanks toenemen door geboorte en gezinsvorming door een huwelijk met iemand die legaal in Nederland verbleef.³¹

Er was geen werk meer voor ongeschoolde werknemers in de industrie en nijverheidssector. De werkgevers maakten dankbaar gebruik van de mogelijkheid om overtollige werknemers de WAO in te laten gaan. Zo kwam de eerste generatie werknemers buiten het arbeidsproces te staan. Toen zij de contacten met Nederlandse collega's op de werkvloer verloren werd de stimulans om Nederlands te leren nog kleiner. De huidige pogingen van de overheid om deze groep aan het werk te krijgen zijn geen succes. De meeste werknemers van het eerste uur zijn immers de 55 gepasseerd. Dit is een leeftijd waarop men in Marokko rustiger aan gaat doen.³²

Vanaf de jaren tachtig begon de overheid zich te realiseren dat veel gastarbeiders in Nederland zouden blijven. Hiervoor werd een beleid ontwikkeld: de Minderhedennota in 1983 die uitging van integratie met behoud van de eigen identiteit, en niet gericht op integratie in de Nederlandse samenleving. Aan het eind van de jaren tachtig kwam het minderhedenbeleid onder vuur te liggen, er moest veel meer aandacht komen voor integratie en men moest zich minder gaan richten op de culturele achtergrond. In 1989 adviseerde de Raad voor Regeringsbeleid meer nadruk te leggen op integratie. In 1994 kwam het integratiebeleid. De focus verschoof van groepen met dezelfde culturele achtergrond naar allochtone individuen. In de loop van de jaren negentig werd de nadruk gelegd op inburgering. In 1998 kwam de Wet Inburgering Nieuwkomers. De nadruk op inburgering kwam voort uit het idee dat de migranten hier zijn om te blijven, de nieuwe wet leidde tot kritiek omdat deze wet deed denken aan gedwongen assimilatie. Beleidsmakers hadden verschillende pogingen gedaan en benamingen veranderd, maar de kern bleef hetzelfde: of mensen nu als gastarbeiders, migranten, minderheden of als allochtonen werden bestempeld, ze waren en bleven

³⁰ Cottaar, A, Bouras, N, Marokkanen in Nederland, Meulenhoff, (Amsterdam 2009) p. 52

³¹ Obdeijn, H, Mas, de, P. Geschiedenis van Marokko, Bulaaq, (Amsterdam 2002)p .213-217

³² Obdeijn, H, Mas, de, P. Geschiedenis van Marokko, Bulaaq, (Amsterdam 2002)p .223

in ieder geval probleemcategorieën met een afwijkende cultuur. Naast deze nadruk op cultuurverschillen als een van de belangrijkste componenten, was er ook een ander component merkbaar in het denken over migranten en dat is de achterstandsbenadering. De manier waarop men met de inhoud van cultuur omgaat is niet vastgelegd en wordt beïnvloed door contextuele factoren. Daarom is maatschappelijke erkenning van groot belang voor de menselijke ontwikkeling. 'Deze erkenning kan de mogelijkheid bieden tot een positieve zelfdefinitie van individuen en groepen en daarom vormt de erkenning van het verschil de belangrijkste basis voor een 'gezonde democratische samenleving'.³³

1.3.1. Bevolkingsomvang

Op dit moment zijn er 349.005 Marokkanen in Nederland.³⁴ Dat is ongeveer 2,10 procent van de totale bevolking. Hiervan zijn 167 305 Marokkanen uit de eerste generatie en maar liefst 181.700 tweede generatie. Dit aandeel zal volgens prognoses van het CBS stijgen. Hiermee groeit het aandeel van Marokkanen in Nederland sneller dan dat van de totale Nederlandse bevolking. Daarnaast groeit het aandeel van de Marokkanen ook iets sneller dan dat van de Turken. Net als voor de Turken wordt deze groei vooral veroorzaakt door een geboorte- en een migratieoverschot. Het aantal kinderen per van oorsprong Marokkaanse vrouw ligt gemiddeld op ongeveer 2,6. Dit cijfer zal naar verwachting de komende twintig jaar sterk afnemen. Verwacht wordt dat dit cijfer rond 2030 2,1 (2 kinderen per vrouw) wordt.³⁵ De Marokkaanse gemeenschap maakt toch een relatief groot gedeelte uit van de Nederlandse bevolking en dit zal in de toekomst ook zo blijven.

De tweede generatie Marokkanen bepalen meer en meer het beeld van de samenleving, ruim de helft van de Marokkanen is in Nederland geboren. De in Nederland geboren Marokkanen doen het steeds beter in het onderwijs en staan er sociaal economisch beter voor dan hun ouders. Bovendien beschouwen zij zich veel vaker als Nederlander. Doordat ze hoger opgeleid zijn hebben ze ook een beter arbeidsmarktperspectief, en gemiddeld een hoger inkomen dan de eerste generatie.³⁶ Volgens de meest recente gegevens van het CBS over het hoogst behaalde opleidingsniveau onder de Marokkanen zijn de volgende cijfers bekend. Er zijn 72.000 Marokkanen met een VMBO, MBO1 en 59.000 Marokkanen met een Havo, VWO, MBO diploma en 16.000 Marokkanen met een HBO, WO diploma. De master en doctor cijfers zijn onbekend.³⁷ Volgens het CBS is de werkloosheid van Marokkanen 14,6³⁸. Dit is hoog, maar in een rapport van het SCP was dit in 1995 40%.³⁹ Het hoge werkloosheidscijfer komt mede door de crisis van 2009. De tweede generatie laat minder vaak een bruid overkomen uit het land van herkomst.

³³ Gorashi, H, Rede uitgesproken bij de aanvaarding van de ambt bijzonder hoogleraar management van diversiteit en integratie, VU Amsterdam, 13 oktober 2006.

³⁴ [http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,\(I-1\)-I&HD=101227-1442&HDR=G1&STB](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,(I-1)-I&HD=101227-1442&HDR=G1&STB) (geraadpleegd 1 maart 2011)

³⁵ <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=70204NED&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,I&VW=T> (geraadpleegd 1 maart 2011)

³⁶ <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/allochtonen/publicaties/artikelen/archief/2010/2010-076-pb.htm> (geraadpleegd 1 maart 2011)

³⁷ <http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=71822NED&D1=0&D2=a&D3=0&D4=1,3-9&D5=0-2,4,8-10&D6=0&D7=I&HD=081216-1451&HDR=T,G6,G2,G5,G3&STB=G1,G4> (geraadpleegd 1 maart 2011)

³⁸ <http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/allochtonen/publicaties/artikelen/archief/2011/2011-005-pb.htm> (geraadpleegd 1 maart 2011)

³⁹ Sociaal en Cultureel Planbureau, Rapportage minderheden, 2001

Er zijn zeker problemen maar er is ook veel vooruitgang. Het verschil in de schoolprestaties tussen de eerste en tweede generatie is sensationeel te noemen. De nieuwe generatie weet dat haar toekomst hier in Nederland ligt. Je niet verschuilen achter slachtofferschap en wel presteren op het hoogste niveau, dat lukt steeds meer Marokkanen in Nederland. Aboutaleb vervult een voorbeeldrol: de zoon van een gastarbeider uit het Marokkaanse Rif die in 1976 naar Nederland kwam op zijn vijftiende en die zich in 2008 burgemeester van Rotterdam mocht noemen is hiervan een voorbeeld. Er zijn ook clubs voor Marokkaanse elitestudenten die elkaar opzoeken bij de Rotterdamse studentenvereniging Eurabia en TANS, de vereniging voor hoogopgeleide Marokkanen met meer dan 3000 leden.⁴⁰ Er is dus een opkomende elite onder de tweede generatie. Als je naar het hoger onderwijs kijkt, zie je dat de percentages allochtonen daar de afgelopen tien jaar verdubbeld zijn. In de grote steden heeft een meerderheid van de kinderen onder de vijftien jaar een migratieachtergrond.⁴¹ Dit heeft consequenties voor overheidsorganisaties en het bedrijfsleven, willen zij ook hun klanten bedienen dan moeten zij de allochtonen aantrekken voor topposities. De Marokkaanse elite zal daar een belangrijke rol in kunnen spelen. De allochtonen die makkelijk doorkomen, doen dat omdat ze zich openstellen en zelfvertrouwen hebben. Dat is heel belangrijk. In onderstaande tabel is af te lezen dat de procentuele groei van de tweede generatie doorzet. In 2050 zal het aandeel van de tweede generatie van Marokkaanse afkomst in Nederland stijgen naar ongeveer 65 procent. Hieruit blijkt dat de relatieve groei van de tweede generatie die van de eerste generatie zal overtreffen. De tweede generatie personen van Marokkaanse komaf zal dus een grotere doelgroep vormen voor de vrijetijdsmarkt.

Marokkanen	Totaal	Aantal eerste generatie	Aantal tweede generatie	Percentage tweede generatie
2011	355.595	167.240	188.354	52,9%
2015	384.190	170.845	213.345	55,5%
2020	414.431	176.011	238.421	57,5%
2025	439.086	180.516	258.571	58,8%
2030	460.129	183.835	276.294	60,0%
2035	478.785	185.857	292.928	61,2%
2040	494.768	186.630	308.138	62,3%
2045	507.300	185.881	321.420	63,4%
2050	515.739	183.136	332.604	64,5%

Schema 1: Prognose aantal en aandeel personen van tweede generatie met Marokkaanse afkomst Bron: CBS statline 2010

De eerste generatie migranten was jarenlang trouw aan zelforganisaties en bijeenkomsten in een stichtingsgebouw of theehuis. Nu groeperen de jongeren zich rond een specifiek maatschappelijk thema of ontmoeten elkaar virtueel. Flexibiliteit, keuzevrijheid, diversiteit en emancipatie kenmerken de manier waarop Marokkaanse jongeren zich organiseren. Onder jonge allochtonen 15-24 jaar is het internetgebruik hoog. Bij de Marokkaanse jongeren gaat het om ruim 93 procent die actief internet gebruikt, dit blijkt uit een onderzoek dat is gedaan door bureau MCA Communicatie. Ook volgens de onderzoekers Trees Pels en Paul Geense blijken de Marokkanen de hoogste organisatiegraad te hebben op het internet van alle etnisch groepen. Op de site wordt serieus 'gesproken' over actuele kwesties en levensvragen. Allochtone sites werken door hun

⁴⁰ Lezing Tans cafe Fouad Laroui, gesprek met voorzitter TANS Thamim Chebti (07 februari 2011)

⁴¹ Mommers, J, Nuchtere doorzetters, De Groene Amsterdammer (23 februari 2011)

toegankelijkheid en anonimiteit - er kan vrijelijk gediscussieerd worden, alle taboes zijn dan verdwenen – als emancipatiemachine. Wie wil weten wat er onder de Marokkaanse jeugd leeft moet een uurtje op de Marokkaanse fora surfen.⁴² De websites van Marokkaanse jongeren zijn opgericht omdat jonge allochtonen zichzelf in het bestaande publieke domein onvoldoende herkennen. 'Zij kunnen zich niet of nauwelijks identificeren, en onderwerpen waarin zij geïnteresseerd zijn komen niet of nauwelijks aan bod. De site Maroc.nl, magreb.nl en amazigh.nl zijn publieke domeinen, waar de etnische identiteit wordt beleefd, maar tegelijkertijd ook ter discussie wordt gesteld en ingepast in de Nederlandse samenleving.⁴³ De Marokkaanse jongerenorganisaties in Nederland richten zich op actuele thema's in de Nederlandse maatschappij en politiek en zijn verankerd in de Nederlandse samenleving. De tweede generatie is op een andere manier bezig met haar etnische identiteit dan de ouderen, dit komt mede doordat ze weten dat ze hier blijven. Jongeren proberen via hun organisaties de weg vrij te maken voor diversiteit: ze willen zich als individu met een bepaalde identiteit profileren en een plaats veroveren in de Nederlandse samenleving en in de eigen groep. Ze voelen zich verantwoordelijk voor hun eigen rol in de samenleving. De Marokkaanse jongeren beseffen ook dat ze deel uitmaken van een gemeenschap. Toch is er een verlangen naar individualisering.⁴⁴ Het aantal bewegingen en organisaties van tweede generatie allochtone jongeren zal groeien. De behoefte aan een eigen organisatie blijft met name bij Turkse, Molukse en Marokkaans jongeren.

Ongeveer 80% van de 300.000 Marokkanen in Nederland is van Amazigh afkomst.⁴⁵ De meeste komen uit de Rif in het noorden. In Nederland, maar ook elders in de wereld, is sprake van een opleving van deze cultuur: jonge Amazighen leggen een hernieuwde belangstelling aan de dag voor hun eigen taal en cultuur. Zij gaan actief op zoek naar hun identiteit en zoeken informatie over de geschiedenis en achtergronden van de taal en cultuur van hun voorouders. Als cultureel erfgoed hebben ze onder andere de fibula (kledingspeld). Een voorbeeld hiervan is te zien op de afbeelding.



Afbeelding 2: Fibula, Museum Bert Flint te Marrakech

Door mijn derde jaar stage in Marrakech in het museum van Bert Flint, een collectie die is verzameld door een Nederlander, heb ik mijn eigen materiële culturele erfgoed gezien, (hierover is ook een documentaire gemaakt).⁴⁶ Hoewel ik een museumbezoeker ben, heb ik in Nederland deze objecten nooit eerder gezien. Een vraag is: Moeten deze objecten niet veel meer in Nederlandse musea te zien zijn? Inlichtingen tonen aan dat ze er wel zijn, maar in het depot.⁴⁷ Er moet meer Marokkaans erfgoed getoond worden zodat men meer leert van zijn eigen culturele achtergrond en zo meer waardering krijgt voor het Nederlands erfgoed.

⁴² Obdeijn, H en Mas, de, P, De Marokkaanse uitdaging, Forum, Utrecht 2001 p.22

⁴³ Waal.de. M, Integreren via internet, de Volkskrant 5 juli 2003

⁴⁴ Heelsum, van. A, Marokkaanse organisaties in Nederland een netwerkanalyse, Het Spinhuis Amsterdam 2001

⁴⁵ <http://focusmarokko.wereldmuseum.nl> (geraadpleegd 15 mei 2011)

⁴⁶ Voor meer informatie kun je ook kijken op:

http://www.directorsguilde.nl/producties/view/2010/1/work_in_progress_allochtonen_bestaan_niet.html (geraadpleegd 15 mei 2011)

⁴⁷ Mondelinge communicatie met Mirjam Shatnawi conservator Tropenmuseum

2. Musea en samenleving

In het voorgaande hoofdstuk is gesteld dat de samenstelling van de Nederlandse maatschappij verandert en dat Nederland te maken krijgt met mensen uit andere culturen. Door de veranderingen in de samenleving worden zeer verschillende culturen bij elkaar gebracht en genoodzaakt om met elkaar te communiceren. De Raad voor Cultuur ziet graag dat de culturele verscheidenheid van Nederland niet alleen tot uitdrukking komt in het collectie- en tentoonstellingsbeleid, maar ook in het personeel en publieksbereik.⁴⁸ Meestal worden deze onderwerpen apart behandeld. Mijns inziens zijn deze vier zaken onlosmakelijk met elkaar verbonden, ze beïnvloeden elkaar. Daarom behandel ik ze ook door elkaar. Musea tonen materiële cultuur en krijgen ook te maken met het immateriële aspect van cultuur. Dit heeft betrekking op de manier waarop mensen zich in de samenleving gedragen. Musea worden hiermee geconfronteerd door het publiek dat wel of niet naar het museum toekomt. Maar ook het personeel heeft haar eigen manieren van handelen, wat naar voren komt in de organisatiecultuur en in het perspectief dat ze inneemt om de ander te belichten. De vraag is in hoeverre musea adequaat reageren op de veranderende samenleving. In dit hoofdstuk wordt met betrekking tot maatschappelijke relevantie een visie op de rol van musea gegeven. De belangrijkste vraag in dit hoofdstuk is: “Welke ontwikkelingen spelen er in de samenleving en hoe spelen musea daar op in?” Er wordt gekeken naar maatschappelijke ontwikkelingen en trends.

2.1 Sociale veranderingen en musea; intercultureel beleid

In het boek ‘Culturele diversiteit in Nederlandse musea’⁴⁹ wordt gesteld dat musea een intercultureel beleid zouden moeten gaan voeren, omdat de maatschappelijke veranderingen van musea eisen anders te gaan verzamelen, presenteren en beschrijven. Reedijk vindt dat musea zeker aandacht moeten besteden aan culturele diversiteit, en een afspiegeling van de bevolkingsopbouw moeten representeren. Niet alleen in het aanbod en doelgroepgerichtheid maar ook in samenstelling van bestuur en personeel. “Musea zullen vaak hun verkokerde organisaties en hun naar binnen gerichte bedrijfsculturen moeten saneren om te kunnen investeren in team, talent en toekomst.”⁵⁰ Hoewel Nederland een multiculturele samenleving is met meerdere culturen naast elkaar, wordt tegenwoordig vooral het begrip intercultureel gebruikt.⁵¹ Er zijn veel etiketten geplaatst op het beleid: immigrant, allochtoon en etnische minderheid. Momenteel spreekt men van intercultureel. Intercultureel houdt in dat er interactie is tussen de verschillende culturen en dat ook een dialoog aangegaan wordt. Musea kunnen hier een belangrijke rol in spelen. Door middel van de dialoog

⁴⁸ Raad voor Cultuur, Advies cultuurbeleid, Innoveren Participeren! Maart 2007 p. 13-15

⁴⁹ Berg, van de, O en Verberk, M, Culturele diversiteit in Nederlandse musea, NMV en Mondriaanstichting 1998

⁵⁰ Reedijk, H Nieuwe Nederlanders en musea, Boekmanstudies, (Amsterdam 1998) p. 114

⁵¹ Hamersveld, I, Nieuwe Nederlanders en musea, Boekmanstudies (Amsterdam 1998) p. 10

bevorder je de integratie.⁵² Niet alleen heeft de autochtone cultuur invloed op de allochtone culturen, maar de allochtone culturen hebben ook invloed op de autochtone cultuur. Maar binnen musea heerst nog steeds een sterk autochtone cultuur omdat er nauwelijks diversiteit binnen het personeelsbestand is. De inhoud van Nederlandse musea wordt daardoor overheerst door autochtone denkbeelden. Culturele instellingen zien in dat hun publiek en hun aanbod nauwelijks is veranderd, terwijl het land van kleur is verschoten.⁵³

Musea spelen ook een belangrijke rol bij de positietoewijzing van personeel binnen de Nederlandse samenleving. Men bedenkt wat de ander aantrekkelijk vindt en welke kennis en ervaring hij heeft. Dit speelt door in de keuze voor het onderwerp van de tentoonstellingen, in de opbouw ervan, in de keuze van de tentoon te stellen objecten, in het tentoonstellingsconcept en in de begeleidende teksten. Er is dan veel werk aan de winkel want Nederland is een land met honderden nationaliteiten en een veelvoud aan culturen en volksculturen. Hoewel deze culturele diversiteit in toenemende mate wordt geproblematiseerd, is het één van de meest waardevolle rijkdommen die het land in de twintigste eeuw heeft opgebouwd. Volgens de Universele Verklaring van UNESCO is culturele diversiteit voor de mensheid even belangrijk als biodiversiteit voor de natuur. Het is een bron van uitwisseling, innovatie en creativiteit. Culturele diversiteit is het gemeenschappelijke erfgoed van de mensheid en dient als zodanig erkend te worden in het belang van huidige en toekomstige generaties. Het verdedigen van culturele diversiteit is daarom een ethische verplichting die gekoppeld is aan respect voor menselijke waardigheid, aldus de Universele Verklaring van de UNESCO.⁵⁴ Om dit te bereiken moeten musea bij zichzelf te raden gaan hoe diversiteit vorm te geven en te implementeren.

De Raad voor Cultuur bepleit verschillende aandachtspunten voor musea om het roer om te gooien en hun eigen positie te bepalen. Er is behoefte aan beleid dat zowel op het niveau van de overheid als dat van de instellingen permanent het karakter van diversiteit als uitgangspunt neemt. De Raad voor Cultuur bepleit dit al langer. Het diversiteitsbeleid moet af van een incidentele projectmatige aanpak. De kostbare kennis die instellingen opdoen moet gedeeld worden, zodat deze niet verloren gaat. Er moet meer ruimte komen voor reflectie en de ethische moeilijkheden van culturele diversiteit. Programma's en andere voorzieningen die participatie bevorderen van de Nieuwe Nederlanders zijn nodig. Zoals de Raad voor Cultuur ook stelt: als het accent op culturele diversiteit wordt versterkt, moeten gesubsidieerde instellingen hun roer omgooien. Iedere gesubsidieerde instelling moet dan opnieuw haar eigen positie bepalen ten opzichte van culturele diversiteit, vanuit haar eigen maatschappelijke rol en haar eigen verantwoordelijkheid. Van instellingen waarbij de overheid betrokken is, mag worden verwacht dat zij in hun activiteiten, hun verhouding tot het publiek en personeel volop aandacht geven aan de veranderende samenleving in Nederland. Door structureel aandacht te besteden aan personeelsbeleid kan veel bereikt en veranderd worden.⁵⁵ De eigen positie bepalen en het roer omgooien sluit aan bij de theorie van Taylor.

De theorie van Charles Taylor wordt ook wel het beleid van erkenning genoemd.⁵⁶ Dit beleid erkent de dominantie van het land, maar geeft tegelijkertijd ook ruimte aan de cultuur van de

⁵² Bodo, Simona, e.a., *Museums as places for intercultural dialogue: selected practices from Europe*, 2009 p. 5

⁵³ Witman, B, *Je hebt iemand nodig die opendoet in Neerlands hoop*, *Erfgoed Nederland 2010* p.69

⁵⁴ UNESCO (2001): *Universal declaration on Cultural Diversity*. Paris, 2 november 2001

⁵⁵ Raad voor Cultuur, *Advies cultuurbeleid, Innoveren Participeren!* Maart 2007 p.13-15

⁵⁶ Berg, van de, O en Verberk, M, *Culturele diversiteit in Nederlandse musea, NMV en Mondriaanstichting 1998* p .12

nieuwkomers. Erkenning begint met zelfonderzoek en zo stelt men deze waarden ter discussie. Musea kunnen deze theorie gebruiken om te kijken hoe intercultureel ze zijn. Ze moeten dan eerst zelfonderzoek doen, men moet kijken voor wie de getoonde geschiedenis in musea betekenis heeft en hoe universeel de collectie is. Ook de werving van bestaand en nieuw publiek en nieuw personeel kan vanuit deze gedachte plaatsvinden. Men kan bij het uitvoeren van het zelfonderzoek vertegenwoordigers uit de minderheidsgroeperingen om advies vragen. Door eerst zelfonderzoek te doen komt men erachter in hoeverre diversiteit is verankerd in de organisatie.

Dit zegt ook Hans Onno ten Berg: "De ontwikkeling van een intercultureel museumbeleid kan alleen succesvol zijn als het vanuit eigenbelang plaatsvindt."⁵⁷

2.2 Zelfonderzoek

Musea moeten om te overleven zich wel degelijk richten op de multiculturele samenleving. In hoeverre men wil veranderen, zal blijken uit het zelfonderzoek. In hoeverre het intercultureel beleid kan worden doorgevoerd hangt af van de organisatiecultuur. Bij het intercultureel maken van musea speelt naast de nationale cultuur ook de organisatiecultuur een rol, daarom moet de organisatiecultuur een afspiegeling van de samenleving worden. Zo ontwikkelde Erfgoed Nederland in opdracht van het ministerie van OCW kort geleden de Code Culturele Diversiteit, deze code werd ontwikkeld naar aanleiding van de staalkaart "De olifant in de kamer" waarin geconcludeerd wordt dat er bij publiek gefinancierde cultuur nog steeds sprake is van een 'blanke monocultuur'. Om de monocultuur te doorbreken zetten de sectorinstituten en de brancheorganisaties een proces in gang om tot een breed gedragen Code Culturele Diversiteit te komen. De code is een gedragscode van de sector die de ambities en doelstellingen bevat op het gebied van culturele diversiteit. Met het opstellen van deze code willen de sectorinstituten en brancheorganisaties het volgende bereiken:

- Het breed agenderen van het onderwerp culturele diversiteit binnen de cultuursector;
- Het zichtbaar maken binnen de sector en voor de financiers wat cultuur-instellingen (inclusief sectorinstituten, brancheorganisaties en cultuurfondsen) doen en bereiken op het gebied van culturele diversiteit;
- Het verankeren van culturele diversiteit binnen de cultuursector;
- Het bevorderen van zelfsturing binnen de sector op het gebied van culturele diversiteit.⁵⁸

Gezien de relevantie en urgentie is ervoor gekozen de nadruk te leggen op etnische diversiteit. De resultaten zouden periodiek gemonitord moeten worden en inzichtelijk gemaakt. De code zal niet dwingend zijn maar er zullen wel vragen gesteld worden als: 'Pas toe of leg uit'. Door de politieke wisseling en een nieuwe minister van cultuur was deze code in de ijskast beland. Uiteindelijk werd deze toch eind april 2011 gepresenteerd met steun van Alexander Rinnooy Kan. Volgens hem is diversiteit een plus en is diversiteit een bron van creativiteit.⁵⁹ Ik was zeer verheugd dat de code alsnog werd gepresenteerd, aangezien we ons bevinden in een onaangenaam politiek klimaat. De code kan culturele organisaties stimuleren of bewustmaken om iets met diversiteit te doen. Voor de

⁵⁷ Berg, van den, O, en Verberk, M, Culturele diversiteit in Nederlandse musea, NMV en Mondriaanstichting 1998 p.11-15

⁵⁸ http://www.erfgoednederland.nl/upload/documenten/project_code_culturele_diversiteit.pdf (geraadpleegd 16 april 2011)

⁵⁹ Presentatie Code Culturele Diversiteit op 21 april 2011 in de OBA te Amsterdam

directeur van Kosmopolis (interstedelijk en internationaal multimediaal platform dat kunst, cultuur en debat inzet om een diepgaande dialoog tussen 'oude' en 'nieuwe' Nederlanders tot stand te brengen⁶⁰) Voor Rabiaa Benlahbib was het juist een uitkomst als de code in de ijskast bleef. Volgens haar werkt zo'n code beperkend en je zult de instellingen niet moeten opdragen om iets aan diversiteit te doen, maar een instelling moet het uit eigen beweging willen.⁶¹

Ook internationaal is diversiteit een issue. In de ICOM Declaration of Shanghai staat dat musea een rol spelen bij sociale harmonie. Het herkennen en realiseren van culturele diversiteit op lokaal, regionaal en internationaal niveau is belangrijk, zo ook de reflectie van deze diversiteit in alle beleidsvormen en programma's van musea over de hele wereld.⁶²

In Nederland zijn er positieve ontwikkelingen. Cultuurinstellingen beschouwen culturele diversiteit als een belangrijk onderwerp voor de cultuursector. Uit het onderzoek *Staalkaart culturele diversiteit in de basisinfrastructuur* blijkt dat 90% van de culturele instellingen het thema belangrijk vindt.⁶³ Uit het onderzoek *Vervolgmeting Culturele Diversiteit (2009)* blijkt dat een kwart van de instellingen een project heeft uitgevoerd met betrekking tot diversiteit.⁶⁴ Ofwel de meeste instellingen zien het belang van diversiteit in, maar een kleine minderheid doet hier ook daadwerkelijk iets mee.

2.3 De meerwaarde van diversiteit binnen kunst en cultuurinstellingen

Het is niet alleen leuk om een divers personeelsbestand te hebben en divers te programmeren, maar diversiteit voegt veel meer toe. De diversiteit van culturen in Nederland zorgt voor vernieuwing en verrijking van het culturele leven. Het culturele leven kan het blikveld verruimen en het cultureel zelfbewustzijn van zowel de Nederlanders als de Nieuwe Nederlanders vergroten. Cultuur heeft de kracht om bij te dragen aan de kwaliteit van onze samenleving. En het is ook een middel om de dialoog te bevorderen.

Hofstede heeft erop gewezen dat cultuur is aangeleerd en niet aangeboren en dat cultuur wordt overgedragen via onze sociale omgeving.⁶⁵ Dit betekent dat cultuur dynamisch is en door invloeden van buitenaf zich ook voortdurend ontwikkelt. De mensen die zich tijdelijk of permanent in ons land vestigen beïnvloeden onze cultuur. De culturele verscheidenheid van Nederland manifesteert zich steeds nadrukkelijker in het culturele landschap. In het archiefwezen en in de musea is meer aandacht voor de verhalen van migranten. Migratiegeschiedenis en het slavernijverleden zijn tenslotte onlosmakelijk deel van ons cultureel erfgoed.⁶⁶ De cultuurfondsen bieden ruimte om diversiteit aan bod te laten komen.

Maar het kan nog beter: nieuwe verhalen moeten niet alleen incidenteel en in de marge verteld worden, ze moeten structureel zichtbaar worden gemaakt. Media, podiumkunsten, archieven, musea en de literatuur kunnen onze gemeenschappelijke verhalen en beelden uitdrukken en overdragen.

⁶⁰ <http://www.kosmopolis.nl/> (geraadpleegd 16 april 2011)

⁶¹ Interview met directeur van Kosmopolis Rabiaa Benlahbib op 2 maart 2011

⁶² ICOM 2010, Shanghai Declaration on museums for harmonious social development, Shanghai 12 november 2010

⁶³ De olifant in de kamer-Staalkaart culturele diversiteit in de basisinfrastructuur (rapport, 8 januari 2009) NetwerkCS

⁶⁴ Is culturele diversiteit vanzelfsprekend of is aandacht vereist? Vervolgmeting Erfgoed & Culturele Diversiteit 2009, Erfgoed Nederland

⁶⁵ Hofstede, Geert, *Allemaal anders denken*, Contact, (Amsterdam 2008) p .19

⁶⁶ http://www.droommuseum.nl/?Diversiteit:Diversiteit_in_Kunst_%26amp%3B_Cultuur (geraadpleegd 29 maart 2011)

Hierbij spelen de Nieuwe Nederlandse kunstenaars ook een rol. Een cultureel diverse samenleving heeft, zo menen verschillende deskundigen waaronder Inci⁶⁷ meerwaarde boven een monoculturele samenleving. Zoals dit bij biodiversiteit het geval is, is een cultureel diverse samenleving flexibeler en creatiever en hierdoor beter in staat om in te spelen op veranderingen.⁶⁸

Culturele diversiteit leidt in twee opzichten tot verrijking en dynamiek⁶⁹

- Diversiteit zorgt voor vernieuwing in de cultuursector, voor een aanbod dat brede publieksgroepen kan betrekken in het culturele leven. Meer diversiteit in het aanbod verhoogt de kwaliteit van het culturele landschap als geheel.
- Daarnaast zorgt culturele diversiteit voor dynamiek in de samenleving. Als de culturele sector zich openstelt voor het gesprek met de samenleving, kunnen kunst en cultuur een belangrijke bijdrage leveren aan dialoog en uitwisseling tussen verschillende groepen en individuen.

Deze twee perspectieven waren goed van toepassing bij de tentoonstelling Marokko in de Nieuwe kerk. De activiteiten in het kader van Marokko- Nederland in 2005 waarin 400 jaar betrekkingen tussen Marokko en Nederland werden gevierd heeft Nederlanders een nieuwe kijk gegeven op de ontwikkelingen van kunst en cultuur in Marokko. De tentoonstelling in de Nieuwe Kerk zorgde voor een ander, positief beeld van Marokko en zo maakten de Nederlandse Marokkanen ook kennis met hun eigen materiële cultuur. Mijns inziens is dit een goed voorbeeld.

2.3.1 Meerwaarde van cultureel divers personeel

Zoals politicus en regisseur John Leerdam stelt gaat het bij kunst en cultuur niet alleen om de voorwerpen, maar ook om beeld, dynamiek en mensen met verschillende culturen met elkaar in contact te brengen. Dit zou meer nadruk moeten krijgen in de manier waarop een museum zich manifesteert.⁷⁰ Uit onderzoek van de stichting Kunst en Zaken naar de meerwaarde van culturele diversiteit in besturen blijkt het volgende. De meerwaarde die het meest genoemd wordt is het aantrekken van nieuwe, andere publieksgroepen, het beter bereiken van publiek. Ook het ontwikkelen van een bredere visie en nieuwe invalshoeken in de visie op het aanbod worden genoemd.⁷¹ Ook is het effectief om te werken met personen van allochtone afkomst die bemiddelen tussen migranten en musea. Zij moeten wel de inhoudelijke kennis van het onderwerp hebben. Volgens Lavrijsen, voorvechter van de multiculturele cultuur, moet de museumsector het voortouw nemen om zich aan het creatieve en intellectuele potentieel onder de tweede en derde generatie als een inspirerend en open werkomgeving te verkopen. De jonge generatie migranten blijkt in toenemende mate voortgezet en hoger onderwijs te volgen.⁷² In musea ligt een schat die onvoldoende wordt benut voor tentoonstellingen.

⁶⁷ Inci, K., Culturele diversiteit midden in de samenleving, in NVvA, december 2007

⁶⁸ Shadid, W, Het multiculturalismedebat en de islam in Nederland, Tilburg 2009 p.16

⁶⁹ http://www.droommuseum.nl/?Diversiteit:Diversiteit_in_Kunst_%26amp%3B_Cultuur (geraadpleegd 29 maart 2011)

⁷⁰ Leerdam, J, Verbindingen leggen in Dansen met Diversiteit, NMV 2004, p.5-6

⁷¹ Noordman, T.H.B.J en Graauw, de C.A.H, Culturele diversiteit in besturen van culturele instellingen, Stichting Kunst en Zaken, Rotterdam 10 november 2004 p.16

⁷² Lavrijsen, R, Nieuwe Nederlanders en musea in Nieuwe Nederlanders en musea, Boekmanstichting 1998, p. 30-31

Maar waar zijn de nieuwe Nederlandse multiculturele conservatoren die het verschil kunnen maken? Nog niet in de culturele sector, ze studeren wel economie en rechten omdat dat van huis uit moet en om zich te bewijzen. Een uitzondering vormt Akenci zij behoort niet tot de economie- en rechten studenten. Akenci is galeriehoudster van Turkse afkomst in Amsterdam en studeerde daarvoor ook kunstgeschiedenis. Ze zegt dat Multicultureel conservatorschap moet ontstaan en dat je het niet moet doordrukken.⁷³

Kunst en cultuur hebben een grote betekenis voor het individu: zij staan voor inspiratie, kennisontwikkeling, ontplooiing en welbevinden. In een multiculturele stad als Amsterdam hebben kunst en cultuur ook een belangrijke collectieve betekenis. Veel kunstuitingen zijn onlosmakelijk verbonden met de identiteit en cultuur van de maker. Daarnaast blijkt de aanwezigheid van bepaalde kunstinstellingen positieve gevolgen te hebben voor de leefbaarheid van de buurt en de sociale cohesie van de verschillende bevolkingsgroepen.⁷⁴ Wanneer het gaat om kunstuitingen die vanuit meerdere tradities zijn gemaakt (cross-overs) vindt de wisselwerking bovendien binnen de kunst zelf plaats. Met Lavrijsen vind ik dat we afstand moeten nemen van het idee van zuivere culturen.⁷⁵

In Amsterdam is El Hizra hier van een goed voorbeeld. El Hizra is een culturele instelling die een brug slaat tussen de twee culturen en het intercultureel debat aangaat met betrekking tot kunst en cultuur. Zo organiseert El Hizra de jaarlijkse Literatuurprijs, waar Marokkaans-Nederlandse schrijvers onder de aandacht worden gebracht.

2.3.2 Social inclusion

De term *social inclusion* wordt in Nederland ook wel vervangen door de term sociale cohesie. In 1993 werd de term 'sociale cohesie' voor het eerst gebruikt in het kader van het welzijnsbeleid.⁷⁶ In Groot Brittannië kwam er in de jaren tachtig steeds meer aandacht voor activiteiten die erop gericht waren 'museumvreemde' groepen op een nieuwe manier bij het museum te betrekken. Een belangrijk aspect hierbij is het ontwikkelen van tentoonstellingen en programma's die representatief zijn voor de gehele samenleving. Onder staatssecretaris Van der Ploeg kwam er meer aandacht voor jongeren en allochtonen in de cultuurwereld; dit was een succes.

Musea zijn zich steeds meer bewust van de noodzaak en hun mogelijkheden om een rol te spelen in het inburgeringsproces van de nieuwkomers en hun kinderen. Door het museumbeleid worden musea gedwongen dan wel uitgedaagd om met de nieuwe doelgroep te werken. De meeste musea zijn daarom bezig met het ontwikkelen van een nieuw beleid in het kader van meer publieksbereik en participatie van minderheden. Musea realiseren zich wel dat de veranderende samenstelling van de Nederlandse bevolking gevolgen heeft voor hun instelling. Het gaat er dan vooral om bezoekers uit deze groepen te trekken voor tijdelijke tentoonstellingen en projecten. Het binnenhalen (eenmalig bezoek) van nieuwe Nederlanders is een probleem voor veel musea en vereist veel energie en tijd,

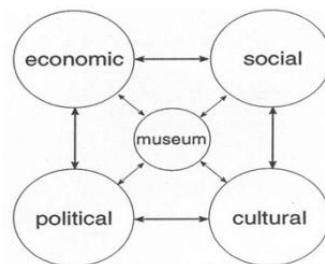
⁷³ Reinewald, C, Grensgangers gezocht in Museumvisie 2001-4 p. 20-23

⁷⁴ http://www.amsterdam.nl/gemeente/volg_het_beleid/dossiers/integratie/de_integratienota/cultuurbeleid_en/ultuur%20een%20onderdeel%20te%20zijn%20van%20het%20onderwijscurriculum (geraadpleegd 23 maart 2011)

⁷⁵ Lavrijsen, R, Culturele diversiteit in de kunst, Elsevier 1999, p.15

⁷⁶ Cultuurnetwerk Nederland, Zicht op... sociale cohesie en cultuureducatie (Utrecht 2004) p. 7

maar het binnen houden (herhaald en vast bezoek) is iets waar weinig aandacht aan wordt geschonken. Zo is uit onderzoek gebleken dat wanneer immigranten en hun kinderen een plaats hebben verworven in de samenleving, hun belangstelling voor de eigen geschiedenis en culturele wortels groeit. Je moet eerst je eigen cultuur en identiteit kennen voordat je andere culturele waarden en normen kunt begrijpen.⁷⁷ Richard Sandell beschrijft in het artikel *Museums as agents of social inclusion* de economische, sociale en politieke dimensie van social exclusion en voegt daaraan toe de culturele dimensie.⁷⁸ Deze dimensie heeft betrekking op de mate waarin het culturele erfgoed van een persoon is gerepresenteerd in de culturele arena. Daarnaast gaat het om de kansen van een individu deel te nemen in het proces van culturele productie en de mogelijkheden om cultuuruitingen te bezoeken en te waarderen.⁷⁹ Dit heeft Richard Sandell in het volgende schema weergegeven:



Afbeelding 3: De economische, sociale, politieke en culturele dimensie van *social exclusion*, Richard Sandell

Musea hebben de expertise en de middelen in huis om te helpen bij de identiteitsontwikkeling van de nieuwe Nederlanders. Dat wat kunst kan bieden, is kennismaking met anderen en het andere. De identiteitsontwikkeling heeft ook te maken met cultureel burgerschap. Kunst en cultuur bieden namelijk grote mogelijkheden. Kunst heeft een grote collectieve betekenis.⁸⁰ De identiteitsontwikkeling zou kunnen gebeuren door middel van het presenteren van het verzamelde culturele erfgoed uit diverse culturen, maar ook door het aanbieden van allerlei interculturele educatieve vormen waarbij gestreefd wordt naar participatie en interactie. Dit laatste is tegenwoordig populair, maar wat is de beste manier om interactie tot stand te brengen? Door samen te werken met mensen die *social excluded* zijn, kan het museum bijdragen aan een identiteitsontwikkeling waarbij het zelfvertrouwen en de creativiteit vergroot worden. Meestal worden deze activiteiten binnen het museum door de afdeling educatie opgepakt, op eigen initiatief of in samenwerking met bepaalde organisaties.

Om nieuwkomers te bereiken en goed van dienst te zijn is het belangrijk voor musea om tijdens de ontwikkeling van projecten voor nieuwkomers aansluiting te zoeken bij het onderwijsveld. Belangrijk is dat buitenschools leren steeds belangrijker wordt gevonden. Door onbewust te leren en al je zintuigen te gebruiken neem je de informatie beter op. Musea zijn hiervoor aantrekkelijke locaties.⁸¹ Het kennis maken met de Nederlandse geschiedenis, kunst en cultuur helpt bij het zich thuis voelen in een omgeving.⁸²

⁷⁷ Ypenburg, I, De Multiculturele persoonlijkheid, als gevolg van adoptie en migratie, Van Gorcum 2009, p.173

⁷⁸ Sandell, R, Museums as agents of social inclusion, 1998 p. 406

⁷⁹ Idem. P. 410

⁸⁰ Najand, S, Naar een nieuw cultureel burgerschap, Boekman 69 p.38-40

⁸¹ Hagens, P, Blauwdruk Vier musea en social inclusion, NMV 2005 p.30

⁸² http://www.dwi.amsterdam.nl/ik_ga_inburgeren/handige_links/handige_links/stad_en_taal/ (geraadpleegd 04 april 2011)

Het museumproject 'Stad en Taal' is een initiatief van de Gemeente Amsterdam waar het Stedelijk Museum, Amsterdam Museum, Tropenmuseum, FOAM en het Verzetsmuseum aan meewerken. Het project geeft vorm aan de interculturele uitwerking van onderwerpen die dichtbij de belevingswereld van de nieuwkomers staan. Daarvoor maakt het gebruik van specifieke werkvormen zoals het werken met voorwerpen en actieve participatie. Het kennis maken met de cultuur en geschiedenis van een stad helpt iemand om zich thuis te voelen. Hiermee liggen het leren van een nieuwe taal en het ontwikkelen van culturele competentie in elkaars verlengde en draagt het project bij aan de oriëntatie van nieuwkomers in hun nieuwe leefomgeving. Het programma bestaat in grote lijnen uit dezelfde onderdelen: een voorbereidende les, een rondleiding van één à anderhalf uur in het museum en een afsluitende les.

De doelgroepen van het project zijn:⁸³

- Mensen die het inburgeringstraject volgen
- Mensen die het vervolgtraject volgen
- De eerste generatie niet- westerse allochtonen

Binnen deze doelgroepen vallen mensen afkomstig uit verschillende landen. Zij maken niet alleen kennis met de Nederlandse cultuur, maar leren ook van andere culturen. In de musea ervaren de cursisten dat er niet alleen verschillen zijn met de eigen cultuur, maar juist allerlei overeenkomsten. Herkenning is een mooi startpunt om je in een nieuwe stad te oriënteren en om je verbonden te voelen. Nieuwkomers maken zich de cultuur 'eigen' door het bekijken en ervaren van historisch en cultureel erfgoed te combineren met het beleven en vertellen over de eigen ervaringen en achtergronden.⁸⁴

Als case heb ik gekozen voor het Tropenmuseum. Hier worden niet-westerse culturen behandeld en kan er al sprake zijn van verbondenheid. Hierdoor is er veel herkenning en erkenning van de eigen cultuur in de tentoonstellingen mogelijk.

De tentoonstellingen in het Tropenmuseum spelen in op culturele diversiteit en de vraag naar meer informatie. Het museum probeert ook een positief beeld uit te dragen van de culturen die worden tentoongesteld.⁸⁵ Ook wil het Tropenmuseum werken aan het bevorderen van een positieve identiteit van bezoekers die zich kunnen herkennen in de tentoonstelling. Het museum werkt duidelijk aan *social inclusion*. Zo probeert het museum de kennis van de verschillende culturen te verbreden bij zowel Nederlandse als niet-Nederlandse bezoekers.

De musea hebben voor het project 'Stad en Taal' speciale lespakketten ontwikkeld, met thema's die aansluiten bij de belevingswereld van de cursisten. In het Tropenmuseum moeten de cursisten hun eigen voorwerp meenemen en er een persoonlijk verhaal bij vertellen.

De titel hiervan is 'Mooi Meegenomen'. Hierdoor kijken ze goed naar het object, en kunnen ze werken aan hun taal. Het museum is een belangrijke plek omdat men veel prikkels ontvangt. De cursist kan zo zijn verhaal vertellen en zijn object aan andere objecten verbinden. Herkenbare

⁸³ Trienekens, S, e.a. Nieuwe Amsterdammers leren van Stad en Taal, Cultuurnetwerk Nederland, Utrecht 2009 p.12

⁸⁴ Idem p. 50-54

⁸⁵ Vreede, de, M, e.a. Nieuwe Amsterdammers leren van Stad en Taal, Cultuurnetwerk Nederland, Utrecht 2009, p. 81- 88

voorwerpen zullen bij de cursisten herinneringen of verhalen oproepen. Voor deze herinneringen is veel tijd en ruimte in de rondleiding ingebouwd. Andere onherkenbare voorwerpen zullen verwondering oproepen. Ook hier wordt bij stil gestaan.

Het streven is om de NT2 cursisten in de rondleiding een tentoonstelling te laten bezoeken met de regio van herkomst en een onbekende regio, zo heb je een wisselwerking van kennis over de culturen met een persoonlijk verhaal. De bedoeling is dat de cursisten tweederde van de tijd aan het woord zijn en de docent eenderde.

2.3.3 Blauwdruk

Het Blauwdruk-project ging van start in 2002 en duurde tot 2004: vier musea hielden zich specifiek bezig met *social inclusion*, onder begeleiding van de Museumvereniging en Cultuurnetwerk Nederland. De deelnemende musea waren Zcala in Den Haag, het Natuurmuseum Brabant in Tilburg, Museum Jan Cunen te Oss en het Amsterdam Museum. Ieder museum had zijn eigen doelgroep, die nauw werd betrokken bij verschillende projecten. De musea werkten hierin samen met speciaal voor de projecten aangetrokken partners in de buurt, zoals scholen en wijkcentra. De samenwerking met maatschappelijke en culturele instellingen werd belangrijk geacht. Bij voorbaat werd gesteld dat het proces even belangrijk zou zijn als het eindresultaat.⁸⁶ Uiteindelijk bleek dat het maken van een 'blauwdruk' voor soortgelijke projecten in de toekomst niet realistisch was. Immers: elk museum en elke doelgroep is anders. Eigenlijk is 'Blauwdruk' een uitgebreide beschrijving van verschillende *good practices* om *social inclusion* te bevorderen.

De geestelijk vader van *social inclusion*, David Fleming, formuleert de volgende punten die nodig zijn om een succesvol project te doen:

- Mediastrategie: vruchtbaarheid aan successen
- Langetermijn strategie
- Financiering: politici en fondsen benaderen met overtuigende kerndoelstelling
- Draagvlak en commitment: binnen alle geledingen van het museum (inclusief directeur en conservatoren), en met de samenwerkingspartner(s), politici en de media
- Moed, geduld en veel tijd

David Fleming betoogt dat musea met slim *social inclusion* beleid elke doelgroep in de samenleving kunnen bereiken. Door het beleid trok hij 52% van het publiek uit de armere klasse in zijn Science and Engineering Museum in Newcastle.⁸⁷

De Blauwdrukprojecten waren een succes, het project heeft een impuls gegeven aan de drie beleids terreinen van het museum: eigentijds verzamelen, educatie en marketing. Door de contacten die

⁸⁶ Jacobs. E, Blauwdruk Vier musea en social inclusion, NMV 2005 p.10

⁸⁷ Graaf van de R, Verslag expertmeeting over social inclusion op 14 april 2005 in Zcala te Den Haag in blauwdruk p. 171

gelegd werden door de *outreach* medewerkers om de mensen daadwerkelijk het museum in te krijgen zijn over het algemeen gelukt en leidden ook tot herhaalbezoek.⁸⁸

Zo organiseerde het Amsterdam Museum in 2011 de tentoonstelling Buurtwinkels, waaronder ook een tentoonstelling in een Turks koffiehuis. Musea hebben de mogelijkheid tolerantie te promoten, respect tussen gemeenschappen te bevorderen en de strijd tegen stereotyperingen aan te gaan. Dit onder andere door de representatie van betrokken gemeenschappen in het museum, hetgeen te zien is in de collectie en tentoonstellingen. Het museum kan gebruik maken van zijn mogelijkheid om het publiek te onderwijzen en te beïnvloeden of de schoonheid te tonen. Hoewel er verschillende methodes worden gebruikt, is de rode draad dezelfde. Het doel is niet alleen toegang tot het museum te creëren en een bepaald publiek proberen te benaderen, het museum wordt gezien als een realistische mogelijkheid direct bij te dragen aan de strijd tegen de oorzaken van *social exclusion*. Om bij *social inclusion* te komen moet je eerst de doelgroep bereiken. Dit kan door middel van cultuureducatie, representatie en participatie. Mijns inziens vormt een goed voorbeeld de tentoonstelling Buurtwinkels. Om tot een goed *included* museum te komen is communicatie zeer belangrijk. Door deze doelgroep te bereiken zoals de slager, bakker etc. creëer je drempelverlaging. De participanten vertegenwoordigen ook de doelgroep waarmee het museum een betere aansluiting wil krijgen. *Social inclusion* is arbeidsintensief en vereist minstens een vaste medewerker.⁸⁹

Ondanks goede voorbeelden is het niet vanzelfsprekend of makkelijk om allochtone doelgroepen bij het museum te betrekken. Er zijn verschillende barrières te overwinnen. Overheidsbeleid blijkt hierbij een belangrijke rol te spelen, want anders waren de boven genoemde projecten niet gerealiseerd. Culturele instellingen hebben niet het geld om deze projecten op eigen kracht te realiseren.

2.4 Overheidsbeleid

Het ministerie van cultuur en het beleid met betrekking tot diversiteit.

In Nederland is het cultuurbeleid ondergebracht bij het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW). Het Nederlandse cultuurbeleid beslaat cultuurbeleid voor media, letteren, bibliotheken, cultureel erfgoed en de kunsten. In het Nederlandse stelsel is het ministerie van cultuur wettelijk belast met het creëren van voorwaarden voor het in stand houden, ontwikkelen, sociaal en geografisch verdelen of het uitdragen van cultuuruitingen. Bij deze verantwoordelijkheid hoort ook het opstellen van beleidsnota's en het verstrekken van meerjarige subsidies aan culturele instellingen, waarbij naast artistieke ook beleidsmatige overwegingen belangrijke pijlers zijn. De Raad voor Cultuur geeft aanbevelingen ten aanzien van het te voeren beleid van het Rijk, op het terrein van de cultuur en over het verstrekken van instellingssubsidies. Wanneer het grotendeels of uitsluitend om een artistiek-inhoudelijke beoordeling gaat, worden deze ondergebracht bij fondsen. De fondsenconstructie in Nederland is de meest verregaande vorm waaruit blijkt dat de overheid de uitvoering van het beleid uitbesteedt aan derden.⁹⁰ Aangezien het politieke klimaat van invloed is op

⁸⁸Vreede, de, M, red, Blauwdruk vier musea en social inclusion, NMV 2005 p. 93

⁸⁹ Vreede, de, M, red, Blauwdruk vier musea en social inclusion, NMV 2005 p. 41

⁹⁰ Smithuijsen, C, Cultuurbeleid in Nederland, Boekmanstudies, OC&W, Den Haag 2007 p. 40

het cultuurbeleid, probeer ik hieronder de cultuurnota's van drie staatssecretarissen/ministers te schetsen vanaf 1999 tot 2010. De beleidsperiode van Rick van der Ploeg: Bij zijn aantreden als staatssecretaris was het profiel van de multiculturele samenleving nauwelijks terug te vinden in het gevestigde kunst- en cultuuraanbod. Daarna zal ik ingaan op het beleid van Medy van der Laan en Ronald Plasterk. Wat hebben ze gedaan met betrekking tot diversiteit en wat was hun standpunt?

Rick van der Ploeg

In augustus 1998 trad Rick van der Ploeg aan als nieuwe staatssecretaris van Cultuur. Hij vond dat er een eind moest komen aan 'aristocratische cultuur' en dat er meer plaats moest komen voor vernieuwende kunstuitingen van jongeren en allochtonen. Interculturele Dialoog was tijdens de periode van zijn voorganger Nuis een speerpunt. De nota Pantser of Ruggengraat (1997) legde de nadruk op interculturaliteit en cultuureducatie. Deze nota maakte plaats voor Cultuur als Confrontatie en Ruim Baan voor de Culturele Diversiteit.⁹¹ Naast de kritiek op de heersende elite cultuur, werden in zijn nota's de verbreding van zowel het aanbod als het publiek centraal gesteld. Hij vond dat het publiek dat gebruik maakte van het gesubsidieerde cultuuraanbod voor het overgrote deel bestond uit hoogopgeleide mensen van middelbare leeftijd.⁹² Aan het eind van de 20ste eeuw was de taak van instandhouding van het culturele leven niet uitsluitend een overheidstaak, maar het was verspreid onder drie actoren, namelijk, het openbare bestuur, particulieren en professionals.⁹³ Naast de internationale en Europese invloed, had ook de veranderende samenstelling van de bevolking invloed op het beleid van Rick van der Ploeg. De eerste zin van zijn nota 'Ruim baan voor culturele diversiteit' begint met de stelling dat het Nederlandse cultuurbeleid nog niet af is.⁹⁴ Hiermee bedoelt hij dat het gesubsidieerde aanbod een te eenzijdig beeld geeft van de Nederlandse samenleving. Voornamelijk de jongeren en migranten lijken uitgesloten van deelname aan gesubsidieerde cultuur, zowel als makers en als publiek. Bij aanvang van zijn staatssecretarisschap heeft hij twee nota's geschreven, namelijk 'Ruim baan voor culturele diversiteit' als eerste en meteen daarna 'Cultuur als Confrontatie'. De eerste nota was toegespitst om het probleem rond de culturele diversiteit op te lossen. De partners waarmee Van der Ploeg heeft overlegd voor het beleid zijn scholen, Ministerie Binnenlandse Zaken, gemeenten en culturele minderheden zelf.⁹⁵ Hieronder zal ik de nota 'Ruim baan voor culturele diversiteit' toelichten.

Ruim baan voor culturele diversiteit

In de nota Ruim baan voor culturele diversiteit is diversiteit het hoofdthema van het beleid. Van der Ploeg vindt dat de gesubsidieerde kunsten zich hebben opgesloten in een homogene groep waarin de cultuurregents de toon zetten, waardoor de Nieuwe Nederlanders moeilijk tot dit circuit kunnen toetreden.⁹⁶ De wisselwerking tussen aanbod en publiek moest vergroot worden en gestimuleerd. Hierdoor kan het maatschappelijk bereik worden benut en vergroot. Van der Ploeg is

⁹¹ R. van der Ploeg, Cultuur als Confrontatie: uitgangspunten voor het cultuurbeleid 2001-2004, (Zoetermeer 1999)

⁹² R. van der Ploeg, Cultuur als Confrontatie: uitgangspunten voor het cultuurbeleid 2001-2004, (Zoetermeer 1999) p.1

⁹³ Idem p.1

⁹⁴ Idem p.1

⁹⁵ R, van der, Ploeg, Ruim baan voor culturele diversiteit, OCenW 1999 p.15

⁹⁶ Idem p.7

net als ik pleitbezorger voor de wisselwerking tussen aanbod en publiek. Deze confrontaties worden essentieel geacht voor dynamiek in de cultuur, voor betrokkenheid van het publiek, voor ontwikkeling van kwaliteit en kwaliteitsbesef. Door de betrokkenheid van het publiek te vergroten wilde van de Ploeg de culturele sector populair maken.⁹⁷ De commerciële sector is hierbij een grote concurrent. Kunst en erfgoed moesten de ruimte opeisen voor reflectie, esthetiek, verwondering en creativiteit. Door confrontatie als vertrekpunt te stellen vraagt dit vanzelfsprekend om een grote diversiteit in het aanbod, waarin jongeren en culturele minderheden een rol spelen.

Bij dit beleid moesten kunstenaars en musea op zoek gaan naar nieuw publiek op scholen, in oude wijken, in jongerencircuits, buurthuizen etc. om de confrontatie met het publiek aan te gaan.⁹⁸ Wat willen zij zien en waar is behoefte aan? Het aanbod moest veranderd worden om te voorkomen dat het te eenzijdig zou zijn. De beoordeling van de beleidsplannen richtte zich op kwaliteit en maatschappelijk bereik.⁹⁹ De gesubsidieerde culturele instellingen moesten 15 procent van hun gelden zelf verdienen uit publieksinkomsten.¹⁰⁰ Zo zouden ze meer hun best doen om het publiek te bereiken. Een ander maatregel die er kwam was de drie procent maatregel waarbij de gesubsidieerde instellingen drie procent van de subsidie moesten besteden aan publieksgroepen en vooral jongeren en culturele minderheden. De instellingen mochten dit geld voor reguliere doeleinden of voor aanvullende activiteiten gebruiken. Van instellingen die niets deden met minderheden of jongeren zou drie procent subsidiegeld worden ingehouden.¹⁰¹

Van der Ploeg vond deze maatregel nuttig om het bereiken van deze nieuwe doelgroep een *boost* te geven. Er bestaan in het land veel culturele trefpunten. Deze zouden beter gebruikt kunnen worden voor de maatschappelijke doeleinden. In musea, kunsthallen en concertgebouwen kunnen confrontaties tussen cultuur en publiek plaatsvinden. Deze locaties kunnen aanjagers zijn voor culturele vernieuwing.¹⁰² Programmering en publieksbereik waren immers een speerpunt. Een open houding leidde volgens Van der Ploeg tot actieve wervende benadering van producenten, regisseurs, acteurs en andere kunstenaars, die kunnen bijdragen aan de diversiteit van het aanbod.¹⁰³

De directeurs en conservatoren moesten op zoek naar culturele diversiteit. Culturele diversiteit moest getolereerd worden, georganiseerd en gecoacht. De confrontatie met de verschillende culturen moest plaatsvinden, volgens Van der Ploeg door veel meer ruimte te creëren voor de eigen cultuur van de verschillende bevolkingsgroepen, cultureel diverse programma's aan te bieden waar ontmoeting tussen verschillende culturen kan plaatsvinden. Doel was meer verschillende bevolkingsgroepen binnen verschillende culturele instellingen.¹⁰⁴

Om meer diversiteit bij bestaande instellingen te stimuleren werd tijdens een subsidieaanvraag gevraagd op welke manier in het aanbod en in het publieksbereik rekening wordt gehouden met culturele diversiteit.¹⁰⁵ Ook meer ruimte voor nieuw aanbod moest ervoor zorgen dat kunstenaars uit minderheidsgroepen een kans krijgen om zich te ontwikkelen.

⁹⁷ R. van der Ploeg, Ruim baan voor culturele diversiteit, OCenW 1999 p.11

⁹⁸ R. van der Ploeg, "Cultuur als Confrontatie: uitgangspunten voor het cultuurbeleid 2001-2004", (Zoetermeer 1999) p.11

⁹⁹ Idem p.11

¹⁰⁰ Idem p.13

¹⁰¹ Idem p.14

¹⁰² Idem p.23

¹⁰³ Idem p.23

¹⁰⁴ Idem p.24

¹⁰⁵ Idem p.24

De toegang voor culturele minderheden moest vergroot worden. In de nota staat dat er een betere representatie moet komen van culturele minderheden, zowel in besturen, adviescommissies en in raden. Hij stelt dat culturele instellingen actief moeten werven en deze mensen moeten scholen¹⁰⁶. Culturele instellingen worden aangesproken op de diversiteit van hun personeel, aanbod en publiek.

Om deze verschillend uitgangspunten te bereiken heeft Van der Ploeg zeven actiepunten opgesteld.¹⁰⁷

1. Ruimte maken

Jonge allochtone kunstenaars moeten betere kansen krijgen om via hun werk de mensen met dezelfde achtergrond aan te spreken. Ten tweede zullen er aan de starters en aan de multiculturele initiatieven financiële prioriteiten worden gegeven, in de zin dat er meer faciliteiten voor de starters zullen komen. Daarnaast wil hij een gerichte opdrachten beleid gaan voeren.

2. De rol van de overheid herzien

Pro-actiefbeleid: Kansrijke initiatieven moeten opgespoord worden en verder toegerust zodat ze een groter publiek kunnen bereiken.

Samenwerking met lokale overheden: Extra stimulans bij gemeente aan culturele initiatieven.

Ontschotting: Het doorbreken van hoge en lage cultuur. De Mondriaan Stichting heeft voorgesteld om voor twee jaar een cultuurmakelaar aan te stellen die kansrijke initiatieven en talent opspoorde en daarnaast verbindingen legt met andere initiatieven.

3. Culturele accommodaties beter benutten

Om de toegankelijkheid voor het publiek te verbeteren en om uitwisseling van het aanbod aan te moedigen, wil hij dwarsverbanden leggen tussen het podiumcircuit van jongeren en culturele minderheden enerzijds en het gesubsidieerde circuit anderzijds, om een diverser aanbod te kunnen genereren.

4. Erfgoed anders bekijken

Bij dit punt gaat het om het toegankelijk maken van het culturele erfgoed van minderheden, de bestaande collecties zouden vaker moeten worden getoond. *Onderzoek*: Hoe het culturele erfgoed van minderheden kan worden bewaard. Het zal aansluiten bij Interculturele Museale Programma's van de NMV.

Infrastructuur: toegankelijk maken binnen de bestaande infrastructuur

Verzamelbeleid: Meer aandacht voor het cultureel erfgoed van migranten en verzamelbeleid

Tentoonstellen met frisse blik: Het tentoonstellen met het oogpunt van een andere bevolkingsgroep. Hiervoor kunnen de musea gebruik maken van *community curators*: samenstellers van tentoonstellingen die afkomstig zijn uit een bepaalde bevolkingsgroep. De Mondriaan Stichting zal hiervoor de gelden verzorgen.

¹⁰⁶ R. van der Ploeg, "Cultuur als Confrontatie: uitgangspunten voor het cultuurbeleid 2001-2004", (Zoetermeer 1999) p.24

¹⁰⁷ Ploeg, van der, R, Ruim baan voor culturele diversiteit, OCV 1999 p. 16-20

5. Potentiële makers en publiek toerusten

Het gaat hier om extra cultuureducatie, ook in het inburgeringsprogramma, onder andere met de bedoeling om de aansluiting te verbeteren waardoor de Nieuwe Nederlanders meer toegang krijgen tot de landelijke voorzieningen voor amateurkunst.

6. De gevestigde culturele orde opschudden

Hier gaat het om een zo breed mogelijke publieksbereik. Ook in het aanbod en in de samenstelling van het bestuur en personeel van de instelling moet dit tot uiting komen. Het ministerie heeft een nieuw model voor het beleidsplan ontwikkeld, waarbij naast de artistieke kwaliteit, ook de diversiteit in het personeel en programmering evenredig meetellen. Daarnaast is het belangrijk om de deskundigheid bij het huidige personeel te vergroten, door scholing, debatten en studiedagen.

7. Toegankelijkheid van instituties vergroten

Allochtonen moeten vertegenwoordigd zijn in besturen, raden en adviescommissies. Maar ook 'ervaringsdeskundigen' moeten betrokken worden bij besluitvorming over cultuur. Een van de middelen om de diversiteit te vergroten is het aanbieden van leerplaatsen voor jongeren en allochtonen bij raden, culturele instellingen en adviescommissies. Bij kunstopleidingen in het HBO meer aandacht besteden aan culturele diversiteit in het onderwijsprogramma. Bij de raad voor Cultuur vragen of er meer diversiteit gerealiseerd kan worden.

Door het beleid van Rick van der Ploeg is er veel gerealiseerd met betrekking tot diversiteit, de musea werden zich bewust van het feit dat we in een veranderende samenleving leven, waarbij de Nieuwe Nederlanders ook een markt vormen. Dit beleid leidde tot veel discussie aangezien de minister wilde dat musea zich meer op het (divers)publiek moesten gaan richten. Hij vond ook dat er meer culturele minderheden in besturen en adviescommissies moesten zitten. Dit is uiteindelijk een beleidsperiode verder gerealiseerd door de oprichting van Atana.

Medy van de Laan

Tussen 2005 - 2008 was staatssecretaris Medy van der Laan verantwoordelijk voor het cultuurbeleid. In haar nota 'Meer dan de som' werden drie doelen gesteld:¹⁰⁸

1. Het bereiken van een heldere rolverdeling tussen de overheid en culturele instellingen en de efficiency vergroten. Hiernaast de regelgeving vereenvoudigen met name bij Monumentenzorg.
2. Meer interactie op alle fronten en meer samenwerking tussen culturele instellingen.
3. Een versterking van de culturele factor in de samenleving, zowel binnen de economie als in de creatieve sector.

¹⁰⁸ Smithuijsen, C, Cultuurbeleid in Nederland, Boekmanstudies, OC&W, Den Haag 2007 p.152

Zoals haar voorganger had van der Laan ook een visie op diversiteit. In de cultuurnota periode 2005-2008 werd gestreefd naar interculturele verbindingen. De witte instellingen moesten ook de allochtonen bereiken, maar de nadruk op wij en zij moest verkleind worden. Het benadrukken van de aparte status moest stoppen ten gunste van de verbondenheid.¹⁰⁹ De fondsen moesten hun visie op culturele diversiteit formuleren en middelen vrij maken binnen hun budget. De organisatie Kunstenaars en Co besteedde speciale aandacht aan de begeleiding van kunstenaars met een dubbele culturele achtergrond. Zoals Rick van der Ploeg ook bepleitte, pleitte Van der Laan ook voor een interculturele samenstelling van bestuur, directie en personeel van instellingen.¹¹⁰ Door de samenstelling te veranderen zou er meer kennis komen voor de kwaliteit van niet-westerse cultuuruitingen. Medy van der Laan had steun verleend aan NetwerkCS en Atana.¹¹¹ Om opzoek te gaan naar mensen met een culturele achtergrond die geïnteresseerd zouden kunnen zijn in een bestuurlijke functie, dan wel in de programma commissie binnen een culturele organisatie.

Hiernaast ontwikkelde Van der Laan een 'Programma voor culturele dialoog' dat erop gericht was bruggen te slaan tussen de verschillende culturen in Nederland. Hiervoor werd Kosmopolis opgericht, in eerste instantie voor de vier grote steden maar uiteindelijk zijn er drie Kosmopolissen gekomen, in Amsterdam is het jammer genoeg mislukt. Kosmopolis is erop gericht om burgers meer met elkaar te verbinden en meer te laten weten over elkaars cultuur. Kosmopolis wil de dialoog aangaan door kunst, cultuur en debat.¹¹²

De voormalige staatsecretaris trok extra middelen uit voor het stimuleren van culturele diversiteit door eisen te stellen aan de culturele instellingen. Een van de maatregelen die in dit kader werden genomen was de 2 procent maatregel.¹¹³ In eerste instantie was het de bedoeling om culturele instellingen te verplichten minimaal drie procent van hun subsidies te besteden aan het bereiken van jongeren en culturele minderheden, en als ze dat niet zouden doen te korten op subsidie. Dit vond de Raad voor Cultuur geen goede maatregel. Daarop koos Van der Ploeg voor de stimuleringsmaatregel. Deze hield in dat instellingen 2 procent extra subsidie konden krijgen voor het ontplooiën van de doelgroep activiteiten.¹¹⁴ Staatsecretaris van der Laan heeft deze 2 procent maatregel afgeschaft. Ze vond dat culturele instellingen vanzelfsprekend een verantwoordelijkheid hebben om bewuste keuzes te maken in het bereiken van een breed publiek.¹¹⁵ Volgens Van der Laan is het op veel plaatsen te zien dat sinds de vorige cultuurnota de gegroeide praktijk de stimuleringsmaatregel overbodig heeft gemaakt.¹¹⁶

Tijdens deze beleidsperiode is ook een project gestart Cultureel Erfgoed Minderheden met als doel het materiële en immateriële culturele erfgoed van minderheden in Nederland te identificeren, te bewaren en toegankelijk te maken.¹¹⁷ Het Wereldmuseum in Rotterdam had een collectie

¹⁰⁹ Smithuijsen, C, Cultuurbeleid in Nederland, Boekmanstudies, OC&W, Den Haag 2007p.163

¹¹⁰ Idem p.164

¹¹¹ Idem p.164

¹¹² Idem p.164

¹¹³ Zant, van der, P, Stimulering van diversiteit, rapportage in opdracht van het ministerie van OCW over maatregelen om diversiteit bij culturele instellingen te stimuleren, Bureau art, april 2006 p. 7

¹¹⁴ Idem p.8

¹¹⁵ Idem p.8

¹¹⁶ Cultuurnota 2005-2008, 'Meer dan de som', OCenW, Den Haag, 21 september 2004 p.12

¹¹⁷ Idem p.13

Marokkaans cultureel erfgoed samengesteld ten behoeve van een reizende tentoonstelling.¹¹⁸ Als uitvloeisel van dit project.

Medy van der Laan richtte zich voornamelijk op de samenwerking tussen de culturele organisaties en het realiseren van de culturele dialoog. Door de oprichting van Kosmopolis is dit zeker gelukt. Om Rabiaa Benlahbib te citeren: “*We integreren in andere culturele instellingen en maken samen met hen, niet voor hen een voorstelling of een ander cultureel evenement*”.¹¹⁹ Dit leidt vaak tot een dialoog, dus het is de staatssecretaris gelukt om via deze organisatie de culturele dialoog te versterken. Het bereiken van een breed publiek is inderdaad de taak van de culturele instelling zelf, maar dit moet wel vanuit de overheid extra ondersteund worden.

Ronald Plasterk

In de nota van Ronald Plasterk ‘Kunst van leven’ is de kwaliteitsbevordering op artistiek niveau en culturele autonomie belangrijk. De focus lag op het stimuleren van excellentie. In zijn nota had minister Plasterk een 10 puntenplan cultuurparticipatie waarin culturele diversiteit een van de punten was. Hij wilde structureel geld beschikbaar stellen voor kunst en cultuurprojecten die een meer divers publiek bereiken en de culturele dialoog aangaan. Deze rol was weggelegd voor Kosmopolis. Hij richtte ook het Programmafonds cultuurparticipatie op om dit te realiseren.¹²⁰ Hij verwachtte van de gesubsidieerde instellingen dat ze aansluiting vonden bij het publiek, zodat ze hun financiële en maatschappelijke draagvlak konden vergroten. Hij gaf ook subsidie aan het project *building stones* van Netwerk CS. Dit project draagt bij aan het vergroten van diversiteit van het personeel. In de beleidsbrief aan de Tweede Kamer op 24 april 2009 schrijft hij dat het cultuurbeleid inclusief is en bedoeld is voor alle Nederlanders.¹²¹ Hij is van mening dat diversiteit om aandacht vraagt. Minister Plasterk gaf de cultuursector de opdracht om een Code Culturele Diversiteit te ontwikkelen naar het voorbeeld van Code Cultural Governance. Dit is een gedragscode van de sector zelf die de ambities en doelstellingen op het gebied van diversiteit bevat. De code is niet vrijblijvend: er worden consequenties aan verbonden als men hier niet aan voldoet. Deze code is, gerealiseerd door bemoeienis van Alexander Rinnooy Kan¹²², en werd op 21 april 2011 gepresenteerd.

Aangezien Nederland in 2005 het UNESCO verdrag betreffende *de bescherming en bevordering van diversiteit van cultuuruitingen* heeft aangenomen, is de overheid verplicht hier iets mee te doen. De ontwikkelingen in het beleid zijn van invloed op culturele organisaties. Bij iedere beleidsperiode is er weer een nieuw speerpunt, waardoor de culturele organisaties dingen niet kunnen implementeren in hun beleid. Het beleid van Medy van der Laan is ondergeschikt aan het beleid van Van der Ploeg. Het cultuurbeleid van staatssecretaris Van der Ploeg, heeft geleid tot discussie en bewustwording. Hij heeft ervoor gezorgd dat er bij veel culturele instellingen culturele diversiteit verankerd werd. Ook

¹¹⁸ Cultuurnota 2005-2008, ‘Meer dan de som’, OCenW, Den Haag, 21 september 2004 p.12

¹¹⁹ Interview Rabiaa Benlahbib, directeur Kosmopolis te Den Haag, 2 maart 2011

¹²⁰ http://ilk.uvt.nl/~antalb/digitaal/erfgoed/kunst_van_leven.pdf (hoofdpijnen kunst van leven) (geraadpleegd 20 april 2011)

¹²¹ <http://www.rijksoverheid.nl/.../2009/...culturele-diversiteit/114057-%20culturelediversiteit.pdf> (website van OCW) (geraadpleegd 21 april 2011)

¹²² Alexander Rinnooy Kan is voorzitter van de Sociaal Economische Raad

werd Atana opgericht, de organisatie die zich bezig houdt met het werven van mensen met een dubbele culturele achtergrond en ze koppelt aan een instelling.

Van der Ploeg had het al geïnitieerd om binnen de culturele sector personeel aan te trekken met een dubbele culturele achtergrond. In de beleidsperiode van Plasterk werd dit verder uitgewerkt en leidde dit tot een Code Culturele Diversiteit.

3. Nieuwe Nederlanders; hun vrijetijdsbesteding en cultuurdeelname

In dit hoofdstuk bespreek ik de vrijetijdsbesteding van Marokkaanse Nederlanders. Mijn vraag is “In hoeverre wijken Marokkaanse Nederlanders af in hun cultuurdeelname en vrijetijdsbesteding van autochtonen en andere zogeheten allochtonen.” Ik wil kijken waar ze zich bevinden en waar de culturele instellingen op zouden kunnen inspelen. In hoeverre moet je de Marokkaans Nederlandse doelgroep anders benaderen. Bij het bestuderen van literatuur kwam ik erachter dat mijn bronnen op dit gebied meestal uitspraken doen over alle niet westerse allochtonen waaronder Marokkanen, Turken, Antillianen en Surinamers en niet specifiek op de Marokkaanse doelgroep. Ik zet hieronder de voornaamste bevindingen op een rij.

Ongeveer 10% van de Nederlandse bevolking bestaat uit niet-westerse allochtonen. De vier talrijkste groepen zijn de Turken, de Marokkanen, de Surinamers en de Antillianen.¹²³ In meerderheid wonen zij in de vier grootste en in de andere grote steden. Het bereik van de cultuurinstellingen is kleiner onder allochtone dan onder autochtone Nederlanders. Dat geldt met name voor Nederlanders afkomstig uit Turkije en Marokko. In Nederland woonachtige Surinamers, Arubanen en Antillianen worden ook slechter bereikt, maar in mindere mate. De culturele achterstand onder allochtone Nederlanders hangt vooral samen met hun gemiddeld lagere opleidingsniveau. Ook lager opgeleide autochtonen participeren minder in de wereld van klassieke cultuur. Als men met dit gegeven rekening houdt, is de cultuurdeelname van jongeren met een allochtone en autochtone achtergrond vrijwel gelijk.¹²⁴

In de beleving van de tijd zijn er twee accentverschillen. Er zijn duidelijke verschillen in de gewenste openingstijden van winkels en diensten. Allochtone stadsbewoners hechten veel sterker aan een ruime(re) openstelling van winkels en diensten dan autochtone stedelingen, de Turken en de Marokkanen het meest. Daarnaast hebben Turken en Marokkanen wat minder behoefte aan controle over hun tijd.¹²⁵

Aan het onderzoek van Rijpma en Roques voor de gemeente Rotterdam werkten 364 Marokkaanse respondenten mee, waarvan meer dan de helft tot de tweede generatie behoort.¹²⁶ Bij Marokkanen van de eerste generatie zijn Marokkaanse televisie zenders het populairst, terwijl de tweede generatie vooral gericht is op de Nederlandse commerciële zenders en daarin overeenkomt met de autochtone jongeren. De eerste en tweede generatie lezen nauwelijks de landelijke kranten. De

¹²³ Gegevens van het CBS

¹²⁴ <http://www.cultuurnetwerk.nl/cultuureducatie/cultuurbezoekers.html> (geraadpleegd 04 april 2011)

¹²⁵ Broek, van den, A, en Keuzenkamp, S (red.) Het dagelijks leven van allochtone stedelingen, SCP april 2008 p.11

¹²⁶ Roques, C en Rijpma, S, Diversiteit in vrijetijdsbesteding rapportage van een onderzoek naar de deelname van Surinaamse, Turkse en Marokkaanse Rotterdamers van de 1^e en 2^e generatie aan onder andere cultuur, openlucht recreatie en sport 1999, COS, (Rotterdam 2000) p.4

tweede generatie leest vrijwel altijd Nederlandse boeken en slechts zelden Arabische boeken. Marokkanen, ook van de tweede generatie, geven in zeer grote mate de voorkeur aan Marokkaanse muziek. Bij veel jongeren is daarnaast popmuziek populair. Marokkanen bezoeken minder podiumkunsten dan autochtone. Ook het museumbezoek van Marokkanen is relatief zeldzaam. Het bioscoopbezoek van de tweede generatie komt in de buurt van de autochtone referentiegroep. Aan populaire cultuur nemen etnische minderheidsgroepen wel veel deel, vooral de tweede generatie. Feesten met muziek en dans zijn erg populair. Het Dunya festival (gratis muziekfestival dat zich manifesteert met nieuwe muziekvormen uit alle werelddelen die ontstaan zijn uit de samensmelting van culturen)¹²⁷ is favoriet bij de Marokkaanse Nederlanders. Over het algemeen kan geconstateerd worden dat de tweede generatie allochtonen vaak cultureel actiever is dan de eerste generatie allochtonen.¹²⁸

De etnische achtergrond van museumbezoek wordt pas sinds 1995 vastgelegd.¹²⁹ Het museumbezoek is in de diverse allochtone groepen (uit Turkije, Marokko, Suriname en de Antillen) sinds 1995 gestegen. Die stijging was echter niet groter dan die onder de autochtonen, zodat in de onderlinge verhouding weinig is veranderd. Een deel van die achterblijvende participatie kan toegeschreven worden aan sociaaleconomische kenmerken. Allochtonen gaan minder naar musea omdat zij bijvoorbeeld gemiddeld lager zijn opgeleid.¹³⁰ Cultuurdeelname van de tweede generatie niet-westerse allochtonen op het vlak van canonieke cultuur inclusief museumbezoek, populaire cultuur en massamedia is duidelijk meer op de Nederlandse cultuur gericht dan die van de eerste generatie allochtonen.¹³¹

De stijging van het archiefbezoek onder Turken en Marokkanen is gestegen tussen 2003 en 2007. Daardoor zijn de verschillen tussen allochtonen en autochtonen in 2007 een stuk kleiner dan bij eerdere metingen. Mogelijk is dit mede een gevolg van de verhoogde inspanningen van archieven om allochtone groepen binnen te halen. Sinds de eeuwwisseling zijn archiefinstellingen zich meer op minderheden gaan richten door de collectievorming en publiekswerving meer op allochtone groepen af te stemmen.¹³² In het Internationaal Instituut voor Sociale Geschiedenis en het Regionaal archief in Nijmegen is de afgelopen jaren migrantenerfgoed verzameld doordat er studenten met eerste generatie migranten gingen praten over hun tijd in Nederland en de migratie. Deze verhalen en foto's kregen een web-tentoonstelling. Het hele proces werd ook gefilmd. Er is vooral gewerkt met Turkse en Marokkaanse verenigingen en inspraakorganen om dit te realiseren.¹³³ Dit heeft zijn vruchten afgeworpen.

Uit onderzoek naar het leven van allochtone stedelingen blijkt dat dat er binnen de allochtone groepen grote verschillen in cultuurdeelname bestaan tussen de leden van de eerste generatie die naar Nederland emigreerde, en van de tweede generatie, die hier opgroeide. Leden van de tweede generatie zijn cultureel aanzienlijk actiever en verschillen daarin minder van autochtonen dan leden

¹²⁷ www.dunya.nl (geraadpleegd 05 mei 2011)

¹²⁸ Roques, C en Rijpma, S, Diversiteit in vrijetijdsbesteding rapportage van een onderzoek naar de deelname van Surinaamse, Turkse en Marokkaanse Rotterdamers van de 1^e en 2^e generatie aan onder andere cultuur, openlucht recreatie en sport 1999, COS, (Rotterdam 2000)

¹²⁹ SCP Cultuurminnaars en cultuurmijders p.16

¹³⁰ SCP Culturbewonderaars en cultuurbeoefenaars p.11

¹³¹ Broek, van den, A, Het dagelijks leven van allochtone stedelingen, SCP, Den Haag 2008, p.149

¹³² SCP Culturbewonderaars en cultuurbeoefenaars p. 30

¹³³ Putten, van der, M, De straat spreekt boekdelen, Erfgoed Nederland 2008 p. 42-45

van de eerste generatie. Daarnaast blijkt dat stedelingen aanzienlijk actiever zijn op cultureel gebied dan bewoners van niet-stedelijke gebieden.¹³⁴ De belangrijkste conclusies uit het Leefsituatie Allochtone Stedelingen LAS onderzoek zijn: Immigranten uit andere culturen zijn van huis uit minder gericht op de westerse culturele canon en op de westerse cultuurindustrie. De tweede generatie heeft hier op school meer van meegekregen. Bij Marokkanen en bij Surinamers is het canonieke cultuurbereik onder vrouwen hoger dan onder mannen. De Turken, Marokkanen en Surinamers komen op eigen feesten in aanraking met muziek en theater. Er bestaat een levendig circuit van informele cultuur buiten de gevestigde culturele instellingen. Vaak zijn dit bruiloften en familiegelegenheden. De mate van oriëntatie op de eigen etnische cultuur vormt een rem binnen de Surinaamse, Turkse en Marokkaanse doelgroep op consumptie van het cultureel aanbod in Nederland. Bovendien is het aanbod in Nederland sterk gericht op de Nederlandse culturele tradities. In die zin zijn allochtone en culturele instellingen over en weer nog niet op elkaar gericht.¹³⁵ Bij feesten met optredens is het vaak zo dat het gelijkmatiger verdeeld is over de bevolking en dat de verschillen naar etniciteit veel kleiner zijn.¹³⁶

Uit onderzoek van de gemeente Amsterdam in 2006 blijkt dat Marokkanen en Turken veel deelnemen aan de informele cultuur. Bij informele cultuur gaat het om feesten buiten de publieke sector zoals een feest met optredens van muzikanten, dansers, toneelspelers of bijvoorbeeld een religieus feest. Gedacht kan worden aan bruiloften, de viering van het Suikerfeest en feesten bij sportclubs. Zowel jongeren als volwassenen met een Turkse of Marokkaanse achtergrond bezoeken informele feesten meer dan gemiddeld. Het gaat dan om feesten waar vooral mensen met dezelfde achtergrond komen. Onder autochtone jongeren ligt het bezoek van informele feesten wat lager. Met name het percentage jongeren met een Marokkaanse achtergrond dat een religieus/ familie feest bezoekt ligt erg hoog. Deze informele feesten waar veel Marokkanen op afkomen vinden meestal plaats in buurthuizen en wijkgebouwen.¹³⁷ De tweede generatie Turken en Marokkanen doet veel meer aan creatieve vrijetijdsactiviteiten dan de eerste generatie en de tweede generatie doet ook meer aan kunstbeoefening en verschilt daarin minder van autochtonen.¹³⁸

Allochtonen met een Turkse en Marokkaanse achtergrond blijven ook achter in het bezoek aan populaire concerten bij de rest van de bevolking. Bij de eerste generatie komt dit door de onderwijsachterstand en culturele afstand. De tweede generatie is al meer op de westerse cultuurindustrie gericht, terwijl ze door de mondialisering van die industrietak inmiddels ook bediend wordt met popartiesten uit Turkije en de Rif. Marmoucha (culturele evenementen bureau) haalt Marokkaanse artiesten uit Marokko om hier te spelen. Er is een sterke *urban* traditie aan het ontstaan in de grote steden, waarin jongeren uit diverse culturele achtergronden participeren.¹³⁹ Feesten met live muziek worden door Marokkanen veel meer bezocht dan door autochtone.¹⁴⁰

Uit het onderzoek van Frits van Wel (1998) naar de cultuurdeelname van Utrechtse jongeren zijn de belangrijkste uitkomsten dat de etnische factor niet verklarend is voor participatie. De negatieve invloed van etnische afkomst komt voor bij Marokkaanse jongeren. Het cultureel gezinsklimaat

¹³⁴ Broek, van den, A, Het dagelijks leven van allochtone stedelingen, SCP, Den Haag 2008, p.169

¹³⁵ Broek, van den, A, Het dagelijks leven van allochtone stedelingen, SCP, Den Haag 2008, p.169

¹³⁶ SCP Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars p.54

¹³⁷ Broeke, ten, L, Kunst en cultuurmonitor, Amsterdam 2006, DMO p.47

¹³⁸ SCP Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars p.71

¹³⁹ SCP Cultuurminnaars en cultuurmijders p.54

¹⁴⁰ Broek, van den, A, Het dagelijks leven van allochtone stedelingen, SCP, Den Haag 2008, p.160

speelt een grote rol, waar vooral actieve broers en zussen, maar ook een actieve moeder invloed hebben op de participatiegraad. In het onderzoek signaleerde Van Wel dat er onder Marokkaanse jongeren nogal wat obstakels, als geld, toestemming van ouders en de nabijheid van culturele activiteiten van grote betekenis zijn. Uit het onderzoek komt ook naar voren dat het opleidingsniveau van de kinderen en van de ouders van invloed is op cultuurdeelname.¹⁴¹ In het Amsterdams onderzoek van Jokovi in (1999) naar de vrijetijdsbesteding van allochtonen werden 50 personen geïnterviewd van de tweede generatie Turken, Marokkanen en Surinamers. Hierin komt naar voren dat de cultuurparticipatie van de tweede generatie allochtonen lijkt op die van autochtonen. De tweede generatie neemt deel aan typisch Nederlandse vrijetijdsactiviteiten zoals uitgaan en winkelen.¹⁴² Jokovi geeft aan dat de tweede generatie zich minder verbonden voelt met de etnische cultuur dan de eerste generatie, ze beschikken over meer vrije tijd en zijn jonger. Toch behoudt de tweede generatie ook nog eigen etnische elementen in de vrijetijdsbesteding zoals etnische muziek,¹⁴³ dit blijkt ook uit onderzoek van Roques.¹⁴⁴

Na de invoering van Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV) zijn diverse onderzoeken gedaan naar de verschillen op het gebied van culturele interesse en cultuurparticipatie onder jongeren van allochtone afkomst en die van autochtone afkomst in de leeftijd van 14 tot 19 jaar. Hieruit blijkt dat allochtone jongeren minder deelnemen aan klassieke cultuur, zoals een klassiek concert bezoek en museum bezoek, dan autochtone. De populaire kunst zoals de bioscoop en popconcerten worden wel veel vaker bezocht, zowel door allochtonen als autochtonen. Opvallend is dat uit dit onderzoek blijkt dat allochtone jongeren wat cultuurdeelname betreft veel lijken op autochtone jongeren met dezelfde sociaal- culturele achtergrond.¹⁴⁵ Hoger opgeleide jongeren blijken wel vaker deel te nemen aan serieuze cultuuruitingen. Naarmate ouders cultureel actiever zijn nemen jongeren meer deel aan kunst en cultuur. CKV stimuleert het vaker bezoeken van culturele instellingen.¹⁴⁶

Samenvattend kan gesteld worden dat Marokkaanse Nederlanders van de tweede generatie weinig aan klassieke cultuur doen. Dit komt door de sociale economische achterstand, en doordat ze laagopgeleid zijn. Van huis uit hebben ze het bezoek aan een culturele instelling niet meegekregen. Wat opvalt is dat ze wel veel meer dan autochtonen doen aan informele cultuur. De Marokkaanse cultuur is een cultuur waarbij familie en vrienden belangrijk worden geacht, een typische gemeenschapscultuur. Deze onderzoeken geven nog onvoldoende zicht op mogelijke interventies. Daarom heb ik aanvullend onderzoek gedaan naar de interesses en vrijetijdsbesteding van de Marokkaanse Nederlanders.

¹⁴¹ Wel, van, F, Ik heb mijn eigen smaak en mijn eigen cultuur. Cultuurdeelname van allochtone en autochtone jongeren, In Nieuwe Nederlanders en musea, Boekmanstichting 1998 p.63

¹⁴² Jokovi, M, Vrijetijdsbesteding van de 1^{ste} en de 2^{de} generatie Turken, Marokkanen en Surinamers, in Vrijetijdstudies 17 1999 p.20

¹⁴³ Idem p.21-22

¹⁴⁴ Roques, C en Rijpma, S, Diversiteit in vrijetijdsbesteding rapportage van een onderzoek naar de deelname van Surinaamse, Turkse en Marokkaanse Rotterdamers van de 1^e en 2^e generatie aan onder andere cultuur, openlucht recreatie en sport 1999, COS, (Rotterdam 2000)

¹⁴⁵ Iperen, van, W, Verschillen in cultuurdeelname tussen allochtone en autochtone jongeren, Cultuurnetwerk Nederland 2003 p.26

¹⁴⁶ Iperen, van, W, Verschillen in cultuurdeelname tussen allochtone en autochtone jongeren, Cultuurnetwerk Nederland 2003 p.33

4. Eigen onderzoek

Als je erachter wilt komen waarom Nederlandse Marokkanen niet of nauwelijks musea bezoeken dan moet je dit natuurlijk onderzoeken. Dit heb ik gedaan door middel van een enquête. Deze enquête geeft inzicht wat er eventueel veranderd moet worden zodat zij wel het museum zullen bezoeken. De onderzoeken die al zijn gedaan waren meestal gebaseerd op de vier grote allochtone doelgroepen dus: de Turken, Marokkanen, Surinamers en Antillianen. Er is geen specifiek onderzoek geweest naar de Marokkaanse Nederlanders met betrekking tot hun vrijetijd en museumbezoek. De vragen die ik in mijn onderzoek stel zijn vragen om inzicht te krijgen wat ze al doen en ook om te kijken wat de doelgroep verwacht. De reden waarom ik dit onderzoek heb gedaan is ook om te kijken wat ze zelf voor reden hebben om niet het museum te bezoeken. Door de interviews die ik eerst heb afgenomen, kwamen sommige vragen tot stand.

Onderzoeksopzet

Over het algemeen wordt bij het doen van onderzoek uitgegaan van een duidelijke structuur. Binnen deze structuur wordt het onderzoek opgezet en uitgevoerd. Binnen dit hoofdstuk wordt er nader ingegaan op de ontwikkeling en de uitkomsten van het onderzoek.

Vraagstelling

Het onderzoek is opgezet om te peilen hoeveel Nederlandse Marokkanen er überhaupt naar musea gaan en in welke samenstelling. Ten tweede is het belangrijk om inzicht te hebben wat de Nederlandse Marokkaan zou willen zien in het museum en welke behoefte er is. Wat kunnen musea voor hen doen? De hoofdvraag van mijn scriptie sluit hier dan ook op aan. De hoofdvraag luidt:

Hoe bereiken musea meer Marokkanen die geboren zijn in Nederland?

Al deze informatie is nodig teneinde inzicht te krijgen in verbeteringen voor de musea om deze doelgroep te bereiken.

In deze enquête worden een aantal vragen gesteld die gaan over de sociale achtergrond. Deze vragen zijn gecategoriseerd in subvragen.

Subvragen

- Wat zijn je achtergrondgegevens?
- Wat is je cultureel gedrag met betrekking tot museumbezoek?
- Wat is het belang van musea voor de betrokkenen?

Operationalisering van de vraagstelling

Om een antwoord te krijgen op de bovenstaande vragen zijn er verschillende methoden beschikbaar. Ten eerste wordt er gebruik gemaakt van onderzoek door middel van een enquête. De belangrijkste reden om voor deze methode te kiezen is dat de deelnemers eerder geneigd zijn hun mening te geven dan in een interview. In de anonimiteit van internet is alles bespreekbaar, vooral bij de Marokkaanse doelgroep.¹⁴⁷ Ook kan er een breder beeld worden verkregen omdat er meer mensen kunnen worden bereikt. De enquête is verspreid onder mijn eigen Marokkaanse Nederlandse vrienden. Omdat het moeilijk was om aan respondenten te komen heb ik ook gebruik gemaakt van fora zoals www.magreb.nl en www.maroc.nl. De doelgroep van www.magreb.nl bestaat voornamelijk uit internet gebruikers die geïnteresseerd zijn in en affiniteit hebben met Marokko. Uit de inlogfiles blijkt dat de grootste groep bezoekers van de site bestaat uit studenten en andere werkende jongeren.¹⁴⁸ De omschrijving van de specifieke doelgroep van maroc.nl laat zich moeilijk achterhalen. De enquête is informeel om zo de doelgroep ook aan te spreken. Ik heb bewust de vragen niet met u maar met je geformuleerd.

Methode

De vragenlijst is opgesteld met het programma google docs. Met dit programma kunnen digitale vragenlijsten worden gemaakt en verzonden. De uiteindelijke antwoorden van de respondenten zullen automatisch door dit programma worden verzameld in een sheet.

Ontwikkeling van de vragenlijst

Het samenstellen van een goede vragenlijst is een ingewikkeld proces. Het moet vooraf duidelijk zijn wat precies de onderzoeksvraag is, dus wat men van de ondervraagden wil weten. Het is niet altijd makkelijk deze vraag precies te definiëren aan het begin van een onderzoek. Uiteindelijk is er een eerste vragenlijst samengesteld waar Jan Sas en ik aan hebben gesleuteld tot de uiteindelijke vragen op papier stonden.

¹⁴⁷ Obdeijn, H en Mas, de, P, De Marokkaanse uitdaging, Forum, Utrecht 2001 p 22

¹⁴⁸ <http://www.magreb.nl/over-ons/> (geraadpleegd 11-05-2011)

Respondenten

De enquête heeft online gestaan van 7 april tot 24 april Er zijn in totaal 82 respondenten. Hieronder zal ik per vraag de uitkomsten bespreken. Het is jammer dat niet iedereen alle vragen heeft beantwoord. De representativiteit is 72% bij een nauwkeurigheid van 95%.

De vragenlijst

Vraag 1: Hoe oud ben je?

2,4 % van de respondenten is jonger dan 18 jaar.
84,1% is tussen de 18 en 34 jaar.

10,1% is tussen 35 en 44 jaar oud
2,4% is 45 jaar en ouder.

Vraag 2: Ben je man of vrouw?

Het overgrote deel van de respondenten was vrouw namelijk 60,1% tegen 39% man.

Vraag 3: Is een van je ouders of beide Marokkaans?

7% heeft een ouder die Marokkaans is. Bij 93% van de respondenten zijn beide ouders Marokkaans.

Vraag 4: Kom je uit een van de vier grote steden?

Ruim meer dan de helft komt uit de vier grote steden, namelijk 65, 1%. De meeste respondenten kwamen uit Amsterdam. De rest van de respondenten, 34,9%, komt uit middelgrote steden.

31 respondenten uit Amsterdam
7 respondenten uit Den- Haag

9 respondenten uit Rotterdam
7 respondenten uit Utrecht

Vraag 5: Wat is jouw hoogst voltooide opleiding? Of welke opleiding volg je?

Het overgrote gedeelte van de respondenten is hoogopgeleid. Een persoon heeft alleen het basisonderwijs gevolgd.

4 respondenten hebben gevolgd of volgen de HAVO

2 respondenten hebben gevolgd of volgen het VWO

12 respondenten hebben gevolgd of volgen het MBO

28 respondenten hebben gevolgd of volgen het HBO

35 respondenten hebben gevolgd of volgen het Universitair onderwijs

Het hebben gevolgd of volgen van het Universitair onderwijs heeft het meest aantal respondenten, namelijk 35 dit is een totaal van 42,7%.

Vraag 6: Heb je weleens in Nederland een museum bezocht?

98,8% heeft in Nederland een museum bezocht slechts 1 persoon niet. Zijn hoogst voltooide opleiding is MBO en in zijn vrijetijd gaat deze man naar de moskee, hij vindt geschiedenis niet interessant. Daarnaast kwam naar voren, door middel van vraag 5 en 6, dat de hoogopgeleide respondenten allemaal een museum hebben bezocht in Nederland.

Vraag 7: En zo ja met school of in je vrijetijd of beiden?

43,9 % heeft met school een museum bezocht. 10,1 % bezoekt musea in hun vrijetijd en 45,1% antwoordt: zowel met school als in hun vrijetijd een museum te bezoeken.

Vraag 8: Weet je nog welk museum het was? (indien meerdere, kies de interessantste uit)

17,1% van de respondenten antwoordt het Rijksmuseum dit zijn 14 respondenten

8,5% antwoordt het van Gogh museum dit zijn 7 respondenten

7,3% antwoordt het Tropenmuseum dit zijn 6 respondenten

4,9% antwoordt het Museon dit zijn 4 respondenten

Hier zijn verschillende musea genoemd, wat opvalt is dat kunst musea en volkenkundige musea vooral worden genoemd.

Vraag 9: Zag je iets van je eigen culturele achtergrond terug in het museum?

Ruim 60,1 % zag niets terug van hun eigen culturele achtergrond in het museum.

39%zag wel iets terug van hun eigen culturele achtergrond. De musea die werden genoemd waren voornamelijk Volkenkundige musea.

Vraag 10: Kan je je identificeren/herkennen met hetgeen wat je bezocht?

Meer dan de helft van de respondenten 47 kan zich identificeren met hetgeen wat hij of zij heeft bezocht. 35 mensen konden zich niet identificeren.

Vraag 11: Wat betekent een museum voor jou?

54 personen hebben geantwoord een plek om kennis op te doen. 11 personen hebben geantwoord een plek om te ontspannen. 2 personen hebben geantwoord een plek om je (eigen) roots te leren kennen. Voor 2 personen betekent een museum kennis en ontspanning.

Een persoon antwoordt een plek voor kennis, ontspanning en waar je je eigen roots leert kennen.

Voor twee personen betekent een museum een plek waar je naartoe moet van school.

Voor 3 personen betekent een museum niks. Voor 1 persoon is het genieten van kunst en cultuur en inspiratie opdoen. Nog een persoon antwoordt het interessant te vinden om te zien wat een mens beweegt om bepaalde kunstwerken te maken.

Vraag 12: Waar ga je weleens heen?

De keuze bestond uit bioscoop, theater, concert, festival of elders.

Van de keuze die men kon maken gaan 42 personen naar de bioscoop, de bioscoop is over vertegenwoordigd. 11 personen noemen festivals. Het theater en concert zijn even populair met 6 respondenten.3 personen ondernemen alle activiteiten.

2 personen gaan overal heen behalve het concert. Verder hebben 2 respondenten aangegeven dat ze naar lezingen gaan. De volgende activiteiten worden ook genoemd jongerenavonden, shisha cafe en moskee.

Vraag 13: Welke activiteiten onderneem je in je vrijetijd?

Er werd door een groot aantal respondenten namelijk 17 aangegeven dat ze sporten. 15 respondenten internetten in hun vrijetijd . 12 respondenten gaan shoppen in hun vrijetijd dit zijn vooral dames. 10 respondenten antwoorden TV kijken en 7 respondenten gaan uit. 3 respondenten ondernemen alle activiteiten. 2 personen doen alles behalve shoppen in hun vrijetijd. 4 respondenten lezen, en 2 respondenten doen iets wat rustig is. En twee personen lezen en schilderen in hun vrijetijd. De volgende activiteiten zijn nog genoemd die men onderneemt: met vrienden tijd doorbrengen, bidden, naar de moskee.

Vraag 14: Heb je een museumkaart, ICOM kaart, CJP pas?

Geen van de respondenten noemt een ICOM kaart.

68,3 % heeft geen van deze kaarten.

18,3% heeft een CJP pas en 10,1 % heeft een Museumkaart.

Vraag 15 : Met wie bezoek je het museum?

25 respondenten bezoeken het museum met vrienden, 19 respondenten met school en 12 respondenten met familie. Er zijn ook combinaties want 12 personen bezoeken het museum met vrienden en familie, 3 personen met vrienden en school.

1 Persoon bezoekt het museum met school en familie. 2 mensen gaan met de vereniging naar het museum. En 1 persoon gaat nooit.

Vraag 16: Zou je willen betalen voor een bezoek aan het museum?

76,8% zou wel willen betalen aan een bezoek aan het museum. 23,2% wil liever niet betalen.

Vraag 17: Ben je weleens in Marokko in het museum geweest?

Meer dan de helft van de respondenten 47 is nooit in Marokko in het museum geweest. 34 respondenten zijn wel in Marokko naar het museum geweest.

Vraag 18: Wat zijn jouw verwachtingen van een museum?

De meeste antwoorden op deze vraag zijn:

Ontspanning

- Ontspannen dagje uit
- Leuk en leerzaam

Educatie

- Eigen inzicht verbreden
- Dat een museum antwoord kan geven op allerlei vragen
- Een plaats waar je gestimuleerd wordt om anders te denken
- Esthetiek en kennis
- Historisch besef vergroot
- Educatief en inspirerend
- Helpt aan algemene ontwikkeling

Diversiteit

- Dat het een interessante cultureel diverse collectie heeft
- Diepgang in de getoonde collectie, inspelen op behoefte van verschillende doelgroepen
interessant en iets waar men zich herkent
- inspiratie, relativering, bewondering, schoonheid , verbanden leggen tussen culturen
- ook exposities over de Arabische cultuur
- Dat je geraakt wordt door de schoonheid en geïnspireerd de deur uitgaat. Verrast worden en dingen ontdekken die ik nooit heb gezien of geweten.
- Dat ze een afspiegeling zijn van de samenleving en kunst laten zien van alle omstreken gebeurt nu te weinig .
- Een plek waar je jezelf kan 'verliezen' inspiratie kan opdoen, kennis kan vergaren, en waar herkenning optreedt, Dit hoeft niet per se over letterlijke herkenning te zijn wat betreft mijn culturele achtergrond die ik heb meegekregen van mijn ouders. Echter, deze culturele achtergrond uit zich op een dieper niveau. Het gaat om abstracte dingen als balans kunnen vinden tussen twee werelden en het vormen van een identiteit.
- Diversiteit

Algemeen

- Musea zijn er om feiten op te sommen
- Goede service, klantvriendelijkheid, goede informatievoorziening, schappelijke prijzen
- Slaapverwekkend, saai
- Je in een andere wereld voelen

Vraag 19: Waarom ga je nooit of bijna nooit naar het museum?

Sommige respondenten antwoorden dat ze wel gaan. De meest voorkomende antwoorden zijn:

- Het komt niet bij me op om naar een museum te gaan
- Weinig verbinding
- Weinig interessante collecties , geen interessante onderwerpen
- Te duur
- Ze maken niet genoeg publiciteit voor de gewone mens. Het lijkt alsof ze enkel een bepaalde elite aanspreken . Het is meer een schooltje geworden. Mijn raad een combinatie van musea en high tech en heel nuttige informatie is zeer aantrekkelijk
- Tijdgebrek
- Niet op de hoogte wat er getoond wordt in musea
- Weinig vernieuwend
- Weinig interesse
- Je moet stil zijn
- Voor mij is de tentoonstelling aanleiding om wel of geen museum te bezoeken, de tentoonstelling dient wel te gaan over een onderwerp waarin ik geïnteresseerd ben.

Ik ben geïnteresseerd in de rol van de arabische/wereld cultuur in onze maatschappij.

- Ik verkies andere activiteiten boven een bezoek aan een museum
- Saai
- De projecten of onderwerpen zijn nooit divers.
- Weinig aantrekkingskracht
- Bij een museumbezoek denk je niet aan een ontspannend dagje uit
- Ben vaak met school geweest vond het toen niet boeiend
- Genoeg andere leuke dingen te doen
- Niet veel mensen die mee willen gaan
- Ik ga in het buitenland wel

Vraag 20: Hoe kunnen musea ervoor zorgen dat meer Marokkanen het museum bezoeken? Dit is een hele directe vraag aan de doelgroep en ook een belangrijke vraag voor de museumsector. Een aantal respondenten heeft hier geen antwoord op gegeven. Hieronder zal ik de hoofdpunten benoemen.

Educatie

- Op de basisschool veel musea bezoeken, om te zorgen dat je in een vroeg stadium interesse ontwikkelt, onderdeel maken van het onderwijs.
- Duidelijk maken dat musea niet alleen oude schilderijen tonen
- Betere samenwerkingsverbanden met opleidingen en stages voor het middenkader onderwijs
- Ouders betrekken bij museumbezoek op school waardoor de ouders er ook geïnteresseerd in raken

Programmering

- Er voor zorgen dat je je meer kunt identificeren
- Tentoonstellingen organiseren over de islamitische/Arabische kunst waar de Marokkaanse gemeenschap zich in herkent
- Aantrekkelijke thema's die aanspreken
- Meer aanhaken bij de Marokkaanse belevingswereld
- Betrek onderwerpen die actueel zijn en leven voor de Marokkaanse gemeenschap in Nederland
- Programmering dicht bij de eigen belevingswereld
- Een combinatie waarbij de westerse en Arabische kunst en cultuur wordt uitgelegd
- Iets organiseren waarmee de Marokkanen zich identificeren
- De raakvlakken tonen tussen Nederland en Marokko
- Marokkaanse kunstgeschiedenis in verband brengen met de kunst en geschiedenis van de Westerse wereld
- Programmering aanpassen
- Theater of muziek voorstellingen laten plaats vinden in musea omdat Marokkanen hier meer geïnteresseerd in zijn.
- Mode-Caftan shows in musea
- Meer kunstwerken tonen die gemaakt zijn door landgenoten

- De hobby's van Marokkaanse Nederlanders zoals voetballen, kickboksen kunnen betrokken worden bij het maken van de tentoonstellingen
- Workshops
- Meer over de roots vertellen

Marketing

- Betere marketing op de doelgroep gericht (op fora, Marokkaanse studentenverenigingen, marokko.nl etc) social media
- Door mensen nieuwsgierig te maken
- Marokkaanse thee aanbieden
- Marokkanen meer op de mogelijkheden wijzen waarmee korting kan worden verkregen zoals een CJP pas, museumkaart
- Marketingplan maken gericht op Marokkanen
- Een binding creëren tussen musea en Marokkanen
- Hapjes en drankjes serveren
- De dames eerst bereiken, dan komen de heren vanzelf
- Samenwerking opzoeken met zelforganisaties en verenigingen waar Marokkanen actief zijn

Personeel

- Marokkaanse –Nederlanders in dienst nemen

Algemeen

- Laten zien dat een dagje museum niet zo saai is
- Een museum moet goede tentoonstellingen maken en als men geïnteresseerd is komt men wel of niet.
- Zich beter presenteren en het stoffige imago achterwege laten
- Het ligt aan de opvoeding en is deel van de opvoeding, hier is verandering in bij de derde generatie
- Meer audiovisueel materiaal tonen
- Samenwerking opzoeken met zelforganisaties en verenigingen waar Marokkanen actief zijn.
- Lage tarieven
- Laagdrempelig zijn

Vraag 21: Wat heb je het afgelopen weekend gedaan?

Doordat het de afgelopen weken mooi weer is geweest, zijn er volgens mij andere activiteiten gepland. De meest voorkomende antwoorden bij deze vraag zijn:

- Van de zon genoten (op het terras)
- Met de kinderen weggeweest
- Boek gelezen
- Gestudeerd
- Naar de film geweest

- Naar het bos-park gegaan
- Naar een geboortefeest
- Opening bijgewoond van een galerie
- Geshopt
- Met vrienden gegeten
- Gesport
- Boodschappen gedaan
- Naar het strand geweest
- Uitgegaan
- Geklust
- Gewerkt
- Moskee bezocht
- Vrienden/familie bezoek
- Verjaardagsfeest

Volgens Westerse perspectief zijn dit de culturele activiteiten die ondernomen zijn:
 1 persoon heeft een bibliotheek bezocht, 4 personen een boek gelezen, 1 persoon een galerie opening bijgewoond en 5 mensen zijn naar de bioscoop geweest.

4.1 Conclusie van de resultaten uit het onderzoek

Mede doordat er een redelijk grote respons was in drie weken op de vragenlijst, heeft deze enquête informatie opgeleverd, die nadrukkelijk op de Marokkaanse Nederlanders is gericht. Hieronder zijn de meest opvallende zaken uit de antwoorden naar voren gehaald en toegelicht. Het valt op dat deze enquête door veel hoogopgeleide mensen is ingevuld, terwijl ik hem ook heb geplaatst op een forum. De meeste mensen die deze enquête hebben ingevuld hebben een universitaire achtergrond, terwijl in het integratierapport uit 2008 blijkt dat Niet-westers allochtone jongeren minder vaak dan autochtone jongeren naar havo en vwo gaan.¹⁴⁹ De meeste respondenten zijn vrouw en deze zijn meestal ook hoger opgeleid, misschien is dit een verklaring. De meeste respondenten komen uit de vier grote steden, omdat hier ook de meeste Marokkanen wonen.

99% van de Nederlands- Marokkaanse respondenten zijn in Nederland wel een keer in een museum geweest, terwijl het overgrote deel nooit in Marokko in een museum is geweest. Dit zou weleens te maken kunnen hebben met de opvoeding wat ook wordt bevestigd bij de vraag "Hoe kunnen musea ervoor zorgen dat er meer Marokkanen het museum bezoeken"

Bij een persoon waarvan een ouder Marokkaan is valt op dat hij in zijn weekend een galerie heeft bezocht, bij de andere respondenten met beide ouders uit Marokko heeft bijna niemand iets cultureels gedaan.

De meeste musea die worden genoemd bij de vraag: "Weet je nog welk museum het was?" (indien meerdere kies de interessantste uit) worden voornamelijk Volkenkundige en Historische kunstmusea genoemd.

¹⁴⁹ CBS, Jaarrapport integratie 2008

Uit alle opmerkingen blijkt dat geld geen rol speelt bij het bezoek aan het museum. Men wil voor het museum wel betalen. Op de vraag "Hoe kunnen musea ervoor zorgen dat meer Marokkanen het museum bezoeken?" zijn dit de hoofdthema's waar de Nederlandse Marokkanen zelf mee komen: programmering, educatie en marketing. Al deze thema's hebben met elkaar te maken. Zelf had ik gedacht dat gratis openstelling van een museum een oplossing zou kunnen bieden, maar dit is niet het geval. De drempel zit niet in het geld, maar in de programmering en marketing. Nederlandse Marokkanen moeten op de gedachte worden gebracht dat ze ook naar het museum kunnen, dit doe je door ze persoonlijk aan te spreken. De meeste respondenten die mijn enquête hebben ingevuld zijn tussen de 18 en 34 jaar. De meeste zijn vrouwen dit komt omdat vrouwen meer culturele instellingen bezoeken dan mannen, en meer geïnteresseerd zijn in kunst en cultuur.

De twee vragen die ik ben vergeten te stellen zijn: Hoe vaak ben je in het afgelopen jaar naar het museum geweest? en Hoeveel musea heb je in je leven al bezocht? Deze vragen heb ik nog gesteld via een tweede enquête alleen heeft de respons hierop onvoldoende opgeleverd om te gebruiken voor dit onderzoek.

In de volgende hoofdstukken zal ik ingaan op wat educatie en marketing te bieden hebben. De doelgroep bevestigt dat programmering veranderd moet worden en dat ze zich zelf meer willen terug zien. Dit bevestigt de literatuur die ik heb gelezen. Het is dus van belang dat er geïnvesteerd wordt in educatie en marketing.

5. De rol van het onderwijs

Het woord educatie vindt zijn oorsprong in het Latijn (educare) en betekent zoveel als opvoeden, doen groeien, op een hoger niveau van vaardigheden, kennis en beschaving brengen, vormen, onderwijzen zowel op school als daarbuiten.¹⁵⁰

Cultuureducatie

Een uitgebreide definitie van cultuureducatie is van cultuurnetwerk.nl waar staat dat cultuureducatie alle vormen van educatie betreft waarbij cultuur als doel of als middel wordt ingezet. “Cultuureducatie is leren over, door en met cultuur. Deze omschrijvingen sluiten puur instrumenteel gebruik van cultuur, zoals het versterken van sociale cohesie, niet uit. Meestal is echter sprake van cultuurgerelateerde doelstellingen: kennismaking met of verdieping in kunst, cultureel erfgoed en/of media. Ook het genieten, leren beoordelen en zelf beoefenen hoort daarbij. Cultuureducatie is ook de verzamelnaam voor kunsteducatie, erfgoededucatie en media-educatie.”¹⁵¹

Cultuureducatie heeft sinds de start van het project Cultuur en School in 1997 een vaste plek gekregen binnen het cultuurbeleid. De manier waarop de relatie tussen cultuureducatie en culturele diversiteit in de verschillende cultuurnotaperiodes geconstrueerd wordt, is sterk afhankelijk van en in overeenstemming met de algemene visie op culturele diversiteit. De *Notitie Cultuur en School* uit 1996 blijkt sterk richting te geven aan deze manier van denken. In deze notitie wordt de rol van de school als instelling voor cultuureducatie versterkt. Het onderwijs wordt gezien als een belangrijk kanaal om culturele bagage, in de zin van kunst, cultuur en media, door te geven aan nieuwe generaties. De school is de plek bij uitstek waar kinderen van uiteenlopende herkomst elkaar ontmoeten en iets over elkaars cultuur leren. De verschillende betekenissen van cultuur, als kunst en als levensstijl, worden steeds met elkaar in verband gebracht. Kunst, erfgoed en media worden gerepresenteerd als onderdeel van het grotere geheel van cultuur. *‘Cultuur en onderwijs zijn geen gescheiden werelden. Zij zijn onverbreekelijk met elkaar verbonden. Zij stimuleren en beïnvloeden elkaar.’* Dit is de zin waarmee de notitie cultuur en school begint van toenmalig staatssecretaris Nuis.¹⁵²

Hij is van mening dat cultuur het “welbevinden van jongeren en het onderling begrip bevordert”, dat cultuur “een middel is tot sociale binding en tegelijk de mogelijkheid geeft tot het uitdragen van het

¹⁵⁰ Van Dale woordenboek Nederlands, Van Dale Lexicografie, twaalfde druk 1992

¹⁵¹ www.cultuurnetwerk.nl (geraadpleegd 03 mei 2011)

¹⁵² Nuis, A en Netelenbos, T Cultuur en school, SDU ,Den Haag 1996 , p.1

eigene” en dat de school via cultuur “ruimte kan scheppen voor multiculturele diversiteit.”¹⁵³ Hij zegt: “Op de multiculturele school van vandaag kan cultuur een uitstekende stimulans zijn voor kennismaking en uitwisseling en de basis vormen voor gezamenlijk ervaren en beleven.”¹⁵⁴

Uit onderzoek naar cultuureducatieve programma’s dat in 2004 in opdracht van UNESCO is uitgevoerd in zestig landen, blijkt dat cultuureducatie wereldwijd van grote waarde is voor het leerproces van jonge kinderen. Cultuureducatie versterkt de onderlinge samenwerking, het respect, de verantwoordelijkheid, tolerantie en waardering van *alle* betrokkenen. Bovendien verstevigt cultuureducatie, in welke vorm dan ook, het sociale en culturele onderlinge begrip.¹⁵⁵

In de cultuurnota Kunst van Leven (2009-2012) wordt aandacht besteed aan de vraag hoe je een breder en meer divers publiek, waaronder jongeren en allochtonen, in aanraking kan laten komen met het cultuuraanbod, in het bijzonder musea. Volgens die nota, over de hoofdlijnen van cultuurbeleid, is het ‘nodig amateurkunsten beter te ondersteunen, cultuureducatie stevig in het onderwijs te verankeren waar het gaat om binnenschoolse cultuureducatie en de cultuur beter toegankelijk te maken voor iedereen.’¹⁵⁶ Deze wens is uitgewerkt in een tienpuntenplan¹⁵⁷ waarmee het ministerie van OCW de randvoorwaarden voor scholen wil verbeteren om te voldoen aan de kerndoelen en eindtermen op het gebied van kunst en cultuur.

Hiervoor richtte Plasterk een Fonds voor Cultuurparticipatie in. In een brief van september 2009 over de voortgang van zijn beleidsvoornemens cultuurparticipatie geeft Plasterk aan dat cultuureducatie van belang is voor de overdracht van kennis en traditie en voor talentontwikkeling.¹⁵⁸

Kunst en cultuur biedt de mogelijkheden om je te oriënteren en grip te krijgen op de geschiedenis. Voormalig Minister Plasterk heeft zich in zijn nota hier ook over uitgesproken “*Het zelf beoefenen en ervaren van cultuur is de basis van het culturele leven. Amateurkunst is hierbij van groot belang. Juist jongeren moeten opgroeien met cultuur, dit legt de basis voor de waardering van en ontvankelijkheid voor cultuur op latere leeftijd. Drempels moeten worden weggenomen, het historisch bewustzijn vergroot.*”¹⁵⁹

Er wordt nu ingezien dat een cultureel divers aanbod artistieke waarde heeft en een betere afspiegeling kan vormen van de samenleving, door ook te investeren in amateurkunst waar veel bi- culturele jongeren in geïnteresseerd zijn . Kunst en Cultuur is niet alleen maar westerse kunst en cultuur. Je hebt bijvoorbeeld ook islamitische kunst die het Rijksmuseum in het depot heeft liggen. Daardoor is het ook niet meer zo vanzelfsprekend dat allochtone jongeren minder in kunst en cultuur participeren. Volgens Van den Broek zal het verschil tussen autochtone en allochtone jongeren niet verdwijnen. Ook stelt hij dat Marokkanen en Turken meer gericht zijn op hun eigen herkomstcultuur,¹⁶⁰ dit blijkt ook uit mijn eigen onderzoek.

¹⁵³ Nuis, A en Netelenbos, T Cultuur en school, SDU ,Den Haag 1996 , p.22

¹⁵⁴ Idem p.12

¹⁵⁵ Hagens, P, e.a., Pegasus vlucht gevolgd. Cultuur en school 1997-2007, Cultuurnetwerk Nederland Utrecht p.67

¹⁵⁶ http://ilk.uvt.nl/~antalb/digitaal/erfgoed/kunst_van_leven.pdf (hoofdlijnen kunst van leven)(geraadpleegd 04 mei 2011 p.14

¹⁵⁷ Idem (hoofdlijnen kunst van leven)(geraadpleegd 04 mei 2011)

¹⁵⁸ http://www.cultuurbeleid.nl/index.php?option=com_tag&task=tag&tag=Culturele+diversiteit (brief minister Plasterk over culturele diversiteit) september 2009, p.3

¹⁵⁹ Idem p.14

¹⁶⁰ Broek, van den, A, Het dagelijks leven van allochtone stedelingen, SCP Den Haag 2008 p.167

Van Iperen zegt dat de mate waarin aan cultuurparticipatie gedaan wordt door autochtone en allochtone jongeren niet bepaald wordt door de etnische achtergrond, maar door de opleidingsniveau van de ouders en de mate waarin de ouders aan cultuurparticipatie doen.¹⁶¹

Om de eerste generatie Marokkanen te onderwijzen over musea kostte veel tijd moeite en geld en de eerste was meestal ook analfabeet. Daarom moeten we juist via het onderwijs bij de tweede generatie leerlingen met een bi-culturele achtergrond de interesse wekken. Dit doe je met objecten die ze herkennen van huis uit. Voor de Nieuwe Nederlanders kan het museum een plaats zijn om kennis op te doen van de Nederlandse cultuur en bevestiging en herkenning te vinden in hun eigen identiteit. Voor de Nederlanders kan het museum een rol spelen bij het leren kennen van de culturen van nieuwe landgenoten.¹⁶²

De school kan een grote verantwoordelijkheid op zich nemen door zich te richten op de ontwikkeling van interculturele uitwisseling en interculturele competentie en communicatie. De scholen moeten leerlingen kunstwerkenobjecten van andere culturen leren waarderen en begrijpen. In kunst en cultuureducatie kun je de overeenkomsten benadrukken. Culturele identiteit is immers een flexibel en ruim begrip. Ook in het rapport van het Sociaal Cultureel Planbureau 'Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars' wordt gedacht dat cultuurparticipatie van jongeren bevorderd kan worden door scholen, bijvoorbeeld door het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV) waar jongeren onder andere met school naar culturele instellingen gaan.¹⁶³ Musea blijven aantrekkelijke plaatsen voor buitenschools leren.

Nagel (specialist cultuurparticipatie aan de VU) meent dat vroege ervaringen thuis met kunst en cultuur een sterkere invloed hebben op latere cultuurdeelname dan cultuureducatie op school. Daarnaast merkt zij op dat er een verschil is tussen actieve en receptieve cultuurdeelname. Jonge kinderen zijn eerder actieve cultuurdeelnemers en volwassenen receptieve. De invloed van ouders is sterker bij receptieve dan bij actieve kunst en cultuur. Volgens Nagel is het zo dat hoe cultureel actiever de ouders, hoe jonger kinderen met kunst en cultuur in aanraking komen. Kinderen gaan vaak voor de eerste keer naar receptieve kunst en cultuur met hun ouders. De eerste keer naar de bioscoop en klassieke concerten gaan kinderen met hun vrienden en de eerste keer naar musea met school. Bij actieve kunst en cultuur blijken ouders minder invloed te hebben en vroeg bezig zijn met actieve cultuur zegt niets over latere receptieve cultuurdeelname. De belangrijkste conclusie van Nagel over kunsteducatie en de invloed ervan op een latere hogere cultuurdeelname is vroeg beginnen en de ouders erbij betrekken.¹⁶⁴

Educatie blijft belangrijk in de verschillende interviews die ik heb gehad met professionals. Ook zij menen dat je moet blijven investeren in onderwijs. Op die manier komen de Marokkanen meestal in aanraking met kunst, cultuur en musea. Siebe Weide gaf op de vraag hoe belangrijk onderwijs is, als antwoord: 'Onderwijs in kunst en cultuur is zo belangrijk dat je bij mensen die de interesse hebben maar daarin van huis uit niet gestimuleerd worden toch de kans hebben kunst en cultuur te ontdekken en het gevoel te ontwikkelen.'¹⁶⁵

¹⁶¹ Iperen, van, W, Verschillen in cultuurdeelname tussen allochtone en autochtone jongeren, Cultuurnetwerk Nederland Utrecht 2003 p 33

¹⁶² Hagens, P e.a., Museumeducatie in de praktijk, trendrapport museumeducatie 2007, Cultuurnetwerk p.53

¹⁶³ Haan, de, J e.a., Cultuurbewonderaars en cultuurbeoefenaars, SCP Den Haag 2009 p.12

¹⁶⁴ Ganzeboom, H, Nagel, I, Haanstra, F, Katernen kunsteducatie cultuurdeelname in de levensloop, LOKV, Utrecht 1996 p. 11-15

¹⁶⁵ Interview met Siebe Weide directeur Nederlandse Museumvereniging (31 maart 2011)

5.1 Intercultureel leren

Volgens de meest terughoudende telling herbergt Nederland nu een kleine anderhalf miljoen allochtonen die worden gerekend tot de zogeheten doelgroepen van het minderhedenbeleid. Dan hebben we het over landen als Turkije, Marokko, Suriname, Antillen. De voorspelling van het SCP-rapport luidt dat in 2015 12% van de bevolking, dat wil zeggen rond de twee miljoen burgers, uit deze doelgroepen afkomstig zijn. Belangrijk is ook dat in 2015 ongeveer de helft van de bevolking in de vier grote steden allochtoon zal zijn.¹⁶⁶

Op dit moment is het gros van de schooljeugd in de vier grote steden afkomstig uit het buitenland. De scholen en musea moeten met hun educatief programma hierop inspelen. Intercultureel leren is het gebruik maken van situaties waarin plaats is voor de levensverhalen van leerlingen en docenten.¹⁶⁷ Intercultureel leren richt zich nadrukkelijk op allochtone en autochtone leerlingen met als doel dat de leerlingen wat van elkaars cultuur begrijpen. Dat houdt in dat als van allochtone leerlingen wordt verwacht dat zij zich de Nederlandse cultuur en geschiedenis eigen maken, de autochtone leerlingen kennis maken met andere culturen. Het VMBO beschikt nauwelijks over het benodigde interculturele lesmateriaal terwijl deze scholen de overgrote meerderheid van allochtone leerlingen opleiden. Intercultureel leren is het ontdekken van jezelf via anderen en het ontdekken van anderen via jezelf. Je moet als educator rekening houden met het psychologische verschijnsel dat mensen zichzelf willen tegenkomen in het museum.

Je zou als educator bijvoorbeeld kunnen vragen aan de leerlingen wie er ooit op een boot is geweest. Veel Marokkaanse kinderen gaan op reis naar Marokko met de auto en steken de straat van Gibraltar over per boot. Aan de hand hiervan kunnen leerlingen zich ook inbeelden hoe het vroeger was op een houten boot op de wilde zee. Voor veel leerlingen in het VMBO is Nederlands de tweede taal zij hebben daardoor een taal achterstand.

Lisa Roberts¹⁶⁸ betoogt dat gelijkwaardigheid van culturen mooi is in theorie, maar in het alledaagse leven staan de normen en waardenstelsels elkaar in de weg. Leerlingen moeten zelf een betekenis geven en een verhaal kunnen vertellen. Het verleden en musea moeten niet een autoritaire houding hier innemen. Musea kunnen de leerlingen daarin op weg helpen door een interculturele inhoud aan te bieden, gericht op de leervenster en gericht op de competenties om overeenkomsten te waarderen en om over verschillen in dialoog te gaan.¹⁶⁹

Dit is een manier om de jonge nieuwe Nederlanders kennis te laten maken met musea en met elkaars verhalen waardoor het culturele burgerschap wordt versterkt.

¹⁶⁶ <http://retro.nrc.nl/W2/Lab/Multicultureel/scheffer.html> (geraadpleegd 04 mei 2011)

¹⁶⁷ Abram, I, Linde, van der, L, Handleiding interculturele museale leerroutes, Amsterdam, 2000 p.31

¹⁶⁸ Lisa Roberts, een Amerikaanse autoriteit op het gebied van museumeducatie en publieksonderzoek.

¹⁶⁹ Abram, I, Linde, van der, L, Handleiding interculturele museale leerroutes, Amsterdam, 2000 p.35

5.2 De Cultuurkaart

De Cultuurkaart is in het schooljaar 2008-2009 ingevoerd als opvolger van de CKV-bonnen. Het is ingevoerd om als financiële ruggengraat te dienen voor het voortgezet onderwijs in Nederland. Alle middelbare scholieren in Nederland krijgen 15 euro per jaar om te besteden bij culturele instellingen. Dit gebeurt in het kader van het verplichte vak Culturele Kunstzinnige Vorming (CKV) wat gegeven wordt op de leerwegen VMBO, HAVO en VWO. Het VSB-fonds heeft bij de start van de Cultuurkaart toegezegd om de eerste twee jaar het bedrag per leerling met 10 euro te verhogen. Dit werd in maart 2009 verlengd met een extra jaar tot en met het schooljaar 2009-2010. De uitvoering van de cultuurkaart ligt bij de stichting Cultureel Jongeren Paspoort (CJP).¹⁷⁰

De besteding van de kaart verschilt per school. Sommige scholen kiezen ervoor het geld te gebruiken voor gezamenlijke bezoeken aan culturele instellingen, waar anderen het geld door de leerlingen zelf laten besteden aan de hand van opdrachten. Scholen bepalen zelf hoeveel er van de 15 euro gezamenlijk wordt uitgegeven en het bedrag wat de individuele scholier zelf kan besteden. De 10 euro van het VSB-fonds is vrij om individueel te besteden. In het schooljaar 2009-2010 werd de cultuurkaart door 89% van de 930.000 leerlingen gebruikt. Het meest werd uitgegeven in Centra voor de Kunsten en aan theaterbezoek. Bij individuele bezoeken van scholieren zijn het theater, de bioscoop en het museum het populairst.¹⁷¹

Als onderdeel van de bezuinigingen van het kabinet Rutte wil het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen (OCW) de cultuurkaart afschaffen, zo staat in het regeerakkoord. Er wordt niet genoemd wanneer deze bezuinigingen ingaan, maar het huidige contract met het ministerie loopt tot en met schooljaar 2011-2012. Ondanks het succes van de kaart wordt er zeer waarschijnlijk vanaf het schooljaar 2012-2013 bezuinigd op de cultuurkaart.

Het VSB-fonds beraadt zich momenteel over de vraag wat de stichting gaat doen in het schooljaar 2011-2012, en er wordt binnenkort bekend gemaakt of zij nogmaals 10 euro per leerling beschikbaar stelt. Er is veel verzet tegen deze plannen van het kabinet en de concrete maatregelen staan nog niet voor 100% vast.

5.3 Cultureel burgerschap in het onderwijs

Nederlandse scholen voor primair en voortgezet onderwijs zijn sinds 1 februari 2006 wettelijk verplicht om actief burgerschap en sociale integratie te bevorderen¹⁷². Dit komt omdat de individualisering toeneemt waardoor de betrokkenheid op elkaar is afgenomen. De Nieuwe Nederlanders moeten de normen en waarden leren kennen van de Nederlanders en andersom.

Door burgerschap in het onderwijs te verankeren hoopt de overheid te bereiken dat individuen uit andere landen met uiteenlopende tradities kennis maken en op die manier een gemeenschappelijk perspectief krijgen op de bijdrage die zij als burger kunnen leveren aan de samenleving. Aandacht

¹⁷⁰ http://www.cjp.nl/Cultuurkaart/redactioneel/item4120/Wat_is_de_Cultuurkaart.html (geraadpleegd 15 april 2011)

¹⁷¹ <http://www.cultuurkaart.nl/dekaart/> (geraadpleegd 15 april 2011)

¹⁷² <http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/normen-en-waarden-in-het-onderwijs/burgerschap-en-sociale-integratie> (geraadpleegd 05 mei 2011)

voor burgerschap in het onderwijs moet ertoe leiden dat jongeren het vermogen en de bereidheid ontwikkelen om deel uit te maken van een gemeenschap, en dat ze ook daadwerkelijk een actieve bijdrage aan zo'n gemeenschap gaan leveren. En door 'sociale integratie' op de onderwijsagenda te zetten, moeten leerlingen bekend zijn met en betrokken zijn bij uitingen van de Nederlandse cultuur, en bovendien kunnen deelnemen aan de maatschappij.¹⁷³

Scholen kunnen leerlingen bijvoorbeeld kennis bijbrengen over verschillende culturen, religies en etniciteit en, en hen in contact brengen met leeftijdsgenootjes die een andere achtergrond dan zichzelf hebben. Dat hoeft niet per se in een apart vak te gebeuren. Burgerschapsvorming kan in de les worden behandeld, maar dan veeleer als een vanzelfsprekend onderdeel van meerdere vakken. De school als geheel moet bijvoorbeeld openstaan naar de maatschappij en de daarin aanwezige diversiteit, door leerlingen in contact te brengen met de lokale en regionale samenleving. Cultureel burgerschap vormt ook een centraal thema in het advies van de Raad voor Cultuur "Innoveren en participeren" hierin wordt gepleit voor versterking van het cultureel burgerschap. "Het versterken van cultureel burgerschap heeft in dit advies hoge prioriteit. Burgers hebben een zekere culturele bagage nodig om volwaardig aan de samenleving te kunnen deelnemen. Daarom staat cultuureducatie sterk in de belangstelling."¹⁷⁴

Het volgende is gebaseerd op het artikel Naar een nieuw cultureel burgerschap van Soheila Najand (directeur van Inter Art) die de term Nieuw Cultureel Burgerschap lanceerde.¹⁷⁵

Gebrek aan kennis van de ander en onzekerheid van (h)erkenning creëert angst. Binnen het cultureel burgerschapsideaal geeft iedereen zijn eigen manier en inhoud aan de vernieuwing van cultuur en maatschappij waarin collectivisme het uitgangspunt vormt. Een burger zal binnen de oneindige hoeveelheid aan ideeën en opvattingen zijn eigen positie moeten bepalen en open moeten staan voor anderen en moeten communiceren met anderen. Doordat er gecommuniceerd wordt creëer je discussie en verwantschap. Communicatie vormt een belangrijke eigenschap. Doordat je communiceert kun je je inleven of leren inleven en reflecteren. Bij Cultureel burgerschap is het belangrijk om het stimuleren en coachen van passies omdat daarmee geïnspireerde en gemotiveerde mensen worden gecreëerd. Burgers moeten worden opgevoed om loyaal tegenover elkaar te zijn. Het onderwijs vormt een goed startpunt en binnen het onderwijs is dit nu een belangrijk thema sinds 2006. Het onderwijs is een manier om van jongeren, bewuste, autonome burgers te maken die voorbereid zijn op de maatschappijen die zich er maximaal voor willen en kunnen inzetten.

Kunst en cultuur is een belangrijk middel. Door kunst en cultuur creëer je begrip en kunst heeft een grote collectieve betekenis. Zoals de slogan van het Rijksmuseum "Gevoel voor schoonheid besef van tijd' Kunst biedt een kader om ervaringen te interpreteren en kennis te vergaren over het verleden, heden en de toekomst, en biedt de mogelijkheid om maatschappelijk bewustzijn te vergroten.

Zoals Soheila Najand (directeur van InterArt en initiatiefnemer van het cultureel burgerschap) stelt: "Naast het bieden van context en kennis biedt kunst mensen ruimte om zelf te ontdekken, zelf na te denken, zelf betekenis te geven en te produceren"

¹⁷³ <http://www.onderwijsinspectie.nl/onderwerpen/Onderwijsinhoud/Burgerschap+en+sociale+integratie> (geraadpleegd 05 mei 2011)

¹⁷⁴ Swaab, E en Weeda, K, Innoveren en participeren, advies Raad voor Cultuur maart 2007, p.61

¹⁷⁵ Najand, S, Naar een nieuw cultureel burgerschap, Boekman 69, winter 2006

Kunst kan dus je leven verrijken en je leren over de ander waarbij men ook inspiratie opdoet. Kunst is ook een belangrijk middel bij het vinden van culturele identiteit. Dit zegt Nasrdin Dchar, een acteur van Nederlands- Marokkaanse komaf. Hij maakte een voorstelling over zijn ouders om erachter te komen "Wie hij is" Hij beschrijft zijn verhouding tussen Marokko en Nederland als spagaat. Voor de voorstelling Oummi wat moeder betekent interviewde hij zijn moeder. Zo kwam hij er achter wie zijn moeder is en kwam hij meer te weten over de migratiegeschiedenis.¹⁷⁶

De onderzoekende houding van Nasrdin Dchar (uitvoerend kunstenaar) kan mensen aan het denken zetten over hun eigen positie en die van de anderen in de maatschappij. Het kan mensen ertoe aanzetten om met elkaar in contact te treden, elkaar te leren begrijpen en respecteren zodat wij ons allemaal deelgenoot voelen van een gezamenlijke samenleving, waarbij er geen onderscheid is. Kunst kan naast al deze bovengenoemde waarden een bijdrage leveren aan het maatschappelijk debat, waar juist nu kunst zeer belangrijk is.

Door de bezuinigingen in de kunst en cultuur sector beveelt de Raad voor Cultuur aan om 18 procent op cultuureducatie te bezuinigen.¹⁷⁷ Terwijl hier juist meer geld naar toe moet om cultureel burgerschap te vergroten.

Het is van belang om juist de Cultuurkaart in het onderwijs te houden zodat leerlingen met ouders met een laag inkomen ook een cultureel uitje kunnen maken. Als de Cultuurkaart wordt afgeschaft zullen scholen met hun kleine budget geen culturele activiteiten meer kunnen ondernemen. Het opbouwen van cultureel kapitaal kan via je ouders of ervaringen op school en dit verschilt vaak tussen autochtone en allochtone jongeren. Om de jonge bezoekers na hun eerste museumbezoek te kunnen verleiden om vaker te komen, spelen factoren communicatie, sfeer, programmering, prijs een belangrijke rol. Volgens Huysmans en De Haan (2007) is de achterstand in museumbezoek van allochtone bevolkingsgroepen mogelijk grotendeels terug te voeren op het gemiddeld lage opleidingsniveau en hun gemiddeld jonge leeftijd.¹⁷⁸ Het is goed dat maatschappelijke stages ook gelopen kunnen worden bij musea, zo kunnen jongeren met een bi culturele achtergrond kennis maken met het werken in een museum. Musea staan voor de taak om meer publiek te trekken. Het is van levensbelang om in educatie en marketing te investeren.



Afbeelding 4: Schoolklas in het Britisch Museum te Londen.

¹⁷⁶ Heuven, van, R, Culturele identiteit en theater, Trouw 8 april 2011

¹⁷⁷ Weeda, K, Raad voor Cultuur heeft kaasschaaf gemeden, De Volkskrant opinie en debat zaterdag 7 mei 2011

¹⁷⁸ Huysmans, F en Haan, de, J, Het bereik van het verleden; ontwikkelingen in de belangstelling voor cultureel erfgoed, Den Haag, SCP 2007

6. Doelgroepenbereik etnomarketing & communicatie

Culturele instellingen staan voor de uitdaging een cultureel divers publiek te trekken. Er is nog een lange weg te gaan wat betreft communicatie met Nieuwe Nederlanders. Er is goede communicatie nodig tussen het publiek en de culturele instelling, wil je deze doelgroep bereiken. Vanuit de overheid wordt ook meer druk uitgeoefend om in marketing termen te denken, bijvoorbeeld in de nota 'Cultuur als Confrontatie', waarin wordt gesteld dat musea voor een groter maatschappelijk bereik een publiekgerichte ondernemende houding aan moeten nemen, om verbindingen te leggen met andere publieksgroepen.

Traditionele marketing richt zich op vijf punten, (ook wel de marketingmix genoemd), die van invloed zijn op het verkopen en promoten van producten of diensten.¹⁷⁹ Het draait om de prijs van het product, de plaats van de organisatie, de promotie waarmee men het publiek benadert, het product en niet te vergeten het personeel dat men in dienst heeft.

Als marketing wordt gericht op het allochtone segment van de afzetmarkt, wordt het ook wel etnomarketing genoemd. Het is marketing gericht op een specifieke doelgroep. Het kan soms handig zijn om mensen voor bepaalde producten en diensten apart te benaderen. Martin Hofstede, directeur van de Rabobank en diversiteitsspecialist, geeft de volgende definitie: 'Etnomarketing is het verkopen van diensten en/of producten aan consumenten met een andere etnische en/of culturele achtergrond waarbij alle instrumenten van de marketingmix zijn aangepast aan de in de doelgroep gangbare normen en waarden.'¹⁸⁰ Alle P's van de marketingmix moeten erbij betrokken worden. Voor de non profit organisaties is er geen winstoogmerk maar wel de noodzaak, omdat veel mensen uit hun publieksgroep allochtoon zijn.

De tentoonstelling Marokko in de Nieuwe Kerk in 2005 trok ruim 35.000 Marokkaanse Nederlanders. Volgens Frans van der Avert, hoofd marketing van de Nieuwe Kerk en Hermitage, is dit te danken aan het marketingbeleid. Zij hebben enorm veel moeite gedaan om de bezoekers te bereiken. Hij zegt dat de communicatie in de Marokkaanse cultuur heel anders verloopt. Het creëren van draagvlak kost veel tijd en je moet een goed beeld hebben van wie je wilt bereiken.¹⁸¹

Een aantal tips van Van der Avert: "Werk samen met Marokkanen, betrek hen bij je activiteiten maar voorkom dat je een eenzijdig contact hebt met alleen Berbers of alleen Arabieren. Zoek het ook niet alleen bij de leiders van moskeeën, maar zoek sleutelfiguren die dichtbij de middenklasse staan en zo de afstand verkleinen. Speel in op de trots van Marokkanen, speel ook in op families, groepen

¹⁷⁹ Verhage, B, Inleiding tot de marketing, Groningen 2005, p.16

¹⁸⁰ <http://sicut.nl/columni/?p=381> (geraadpleegd 20 april 2011)

¹⁸¹ Kruk, van der, B, Marokko terugblik op educatie en marketing, Nationale stichting De Nieuwe Kerk, 2005 p.4

en andere hechte verbanden want die zijn in de collectivistische Marokkaanse cultuur van groot belang. Betrek nadrukkelijk vrouwen bij de activiteiten. En probeer zo veel mogelijk drempels te verlagen. Stem je reclame af op islamitische feestdagen. Tijdens de Ramadan kijken immers veel Marokkanen televisie, dus als je op dat moment reclame maakt, heb je enorm bereik.” Deze tips zijn zeer van belang om deze doelgroep te kunnen bereiken. Je moet de achtergrondinformatie van zo’n groep kennen en onderzoek doen naar de doelgroep.

Er zijn andere manieren dan flyers of een website, stelt Habib el Kaddouri, beleidsmedewerker van SMN. Je moet sleutelfiguren benaderen en contact leggen met lokale Marokkaanse groepen. Je moet de jongeren ook iets kunnen bieden. Je product of presentatie zal aansprekend moeten zijn.¹⁸²

Het Marokko Festival in zes Nederlandse steden trok in 2005 veel allochtonen naar de schouwburgen. Dit komt mede door de inzet van een etnomarketingbureau. Dit communicatiebureau heeft mensen niet via de traditionele weg geattendeerd op dit festival, maar maakte gebruik van promotieteams die de straat opgingen. Volgens Hanchaoui moet je de allochtonen persoonlijk aanspreken en de sfeer toelichten.¹⁸³ Daarna zal de mond tot mond reclame zijn werk doen. Het programmaboekje moet je natuurlijk ook bij islamitische slagers, groenteboeren etc. neerleggen, plekken die laagdrempelig zijn.

Gedrukte Media

Op de Nederlandse markt verschijnen weinig bladen die zich richten op de Marokkaanse doelgroep. Er bestaat een blad dat zich specifiek hierop richt, namelijk jongerenmagazine Mzine. Uit onderzoek van MCA communicatie blijkt dat het blad bekend is bij bijna de helft van de Marokkaanse Nederlanders.¹⁸⁴ De jonge Marokkanen lezen vaak de gratis kranten zoals de Spits en de Metro.¹⁸⁵ Ook lezen niet- westerse allochtonen vaker de krant online, wat blijkt uit onderzoek van het CBS.¹⁸⁶

Internetgebruik

Uit onderzoek van Foqz Etnomarketing blijkt dat van de vier grootste groepen niet-westerse allochtonen in Nederland Marokkanen per week het langst gebruik maken van internet (11 uur en 8 minuten). Marokkaanse jongeren zitten wekelijks gemiddeld 15,4 uur op internet. Dat is 1,5 à 2 uur meer dan de Turken, Surinamers en de Antillianen.¹⁸⁷ Niet-westerse allochtonen hebben vaker thuis internetverbinding dan autochtonen.¹⁸⁸

¹⁸² Kaddouri, el, H, De straat spreekt boekdelen erfoegd en culturele diversiteit, Erfgoed Nederland 2008 p.46-50

¹⁸³ Gijssels, van, R, De Marokkaan gaat eindelijk naar de schouwburg, Volkskrant, 17-02-2005

¹⁸⁴ Eijk, van, C, Bekendheid en bereik multiculturele en eigen bladen bij Marokkanen, Turken, Surinamers, Antillianen en Nederlanders, MCA communicatie Utrecht 2005 p.11

¹⁸⁵ Hadad, S, Van buiten naar binnen, Utrecht Netwerk CS p.34

¹⁸⁶ Sleijpen, G, Internetgebruik onder niet westerse allochtonen, sociaaleconomische trends, CBS 2010

¹⁸⁷ Feiten en cijfers, De markt potentie van etnische groepen voor print en online media in Nederland, Mira Media, 2009 p.8

¹⁸⁸ Sleijpen, G, Internetgebruik onder niet westerse allochtonen, sociaaleconomische trends, CBS 2010

Internet is de ontmoetingsplaats voor Marokkaanse jongeren . De toegankelijkheid van het web, de lage kosten en het feit dat je zonder gêne kan praten over de meest uiteenlopende onderwerpen zorgen ervoor dat de Marokkanen zich thuis voelen op het web¹⁸⁹. Een voorbeeld van een digitale gemeenschap voor Marokkaanse jongeren is Marokko.nl. Op 29 april 2011 heeft de site 214.517 leden en is daarmee de grootste online communitysite voor van oorsprong Marokkaanse jongeren. 24 procent van de Marokkaanse Nederlanders bezoekt dit discussieplatform zelfs dagelijks.¹⁹⁰ Maroc.nl staat op de tweede plaats met 69.180 leden, gevolgd door Maghreb.nl met 14.737 leden. Gemiddeld bezoeken 3000 mensen de website per dag.¹⁹¹ Deze online communities hebben een aantal vaste onderdelen: nieuws (speciaal geselecteerd voor de doelgroep), forums en blogs. Vooral de forums zijn populair, er worden hier levendige discussies gevoerd over zaken waarmee jongeren zich bezighouden (actualiteiten, religie, seksualiteit en relaties, studie, mode, vrije tijd etc.).

Het is handig om regelmatig deze sites te bezoeken om te volgen wat deze jongeren bezig houdt. De meeste sites hebben een agenda waarin evenementen geplaatst kunnen worden. Ook kun je via de fora die meestal worden aangeduid met vrije tijd je evenement plaatsen.

Televisie en radio

Etnische minderheden zijn ondervertegenwoordigd in reguliere kijk- en luisteronderzoeken van de Nederlandse Publieke Omroep. De eerste generatie Marokkaanse Nederlanders kijkt wel meer dan de tweede generatie naar de publieke omroep. Veel etnische minderheden, vooral eerste generatie vrouwen, ouderen, laagopgeleiden en personen die moeite hebben met Nederlands spreken, kijken naar verhouding vaak naar herkomstzenders. Opvallend is dat het kijk- en luistergedrag van de tweede generatie en derde generatie Marokkanen (geboren en getogen in Nederland) veel overeenkomsten vertoont met autochtone jongeren. Beide groepen kijken en luisteren veel naar commerciële zenders. Uit het onderzoek van het SCP *Het dagelijks leven van allochtone stedelingen* blijkt dat Marokkanen en Turken zo'n twee uur en drie kwartier per dag besteden aan televisie kijken. Bij de autochtone is dit twee uur en een kwartier. Van de tweede generatie Marokkaanse Nederlanders kijkt slechts 15 procent naar de herkomstzenders. Dit heeft ook te maken met het aanbod want er zijn geen of weinig berber zenders,¹⁹² terwijl de grootste groep Marokkaanse Nederlanders Berber is.

Beheersing van de Nederlandse taal beïnvloedt het televisiekijken, daarom kijkt de eerste generatie, meestal analfabeet, naar de herkomstzenders. Uit het onderzoek *allochtone jongeren, mediagebruik en media wijsheid* is gebleken dat ruim 80 procent van de Marokkaanse Amsterdammers naar AT5 kijkt, de lokale Amsterdamse omroep. Door de Marokkaanse Nederlanders wordt het meest gekeken naar RTL 4 en SBS 6.¹⁹³

¹⁸⁹ Obdeijn, H en Mas, de ,P, De Marokkaanse uitdaging, Utrecht FORUM 2001, p .44

¹⁹⁰ <http://www.motivaction.nl/content/allochtonen-gehecht-aan-cultuurgebonden-media> (geraadpleegd, 29 april 2011)

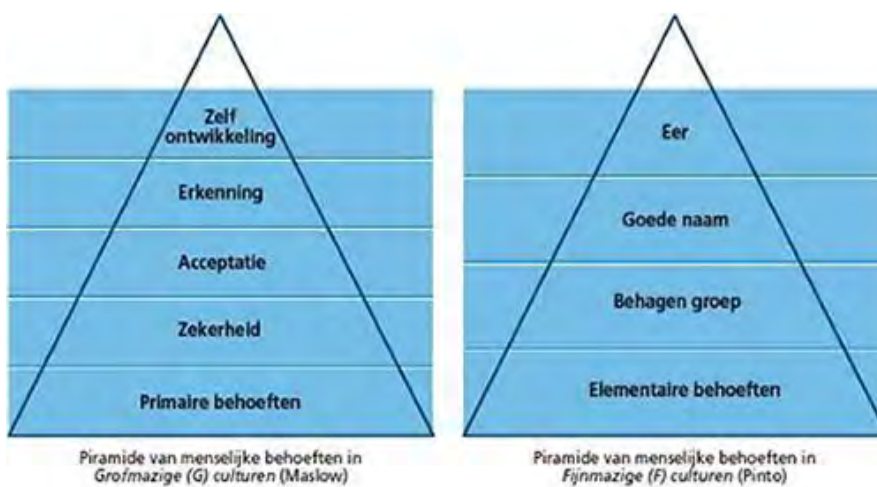
¹⁹¹ www.maghreb.nl (geraadpleegd 29 april 2011)

¹⁹² Huysmans, F, Haan, de, J, *Dagelijks leven van allochtone stedelingen*, SCP, Den Haag 2008 p.132-137

¹⁹³ Butter, E, Once, S, *Allochtone jongeren mediagebruik en mediawijsheid*, ACB kenniscentrum 2010 p. 5-7

Het urbane FunX radiostation is landelijk gezien de best beluisterde radiozender onder allochtone jongeren, en dat terwijl FunX via de ether geen landelijk bereik heeft.¹⁹⁴ Volgens Tofik Dibi, kamerlid van Groen Links, bereikt FunX 'een groep jongeren die andere zenders niet bereiken'.¹⁹⁵ Ook de zender MTNL met ruim 22 procent Marokkaanse kijkers, maakt interculturele programma's in de Nederlandse taal die zich zowel richt op de grote allochtone groepen als op een algemeen publiek. Deze programmering draagt ook bij aan de versterking van de sociale cohesie. Hier zal de culturele sector meer moeten adverteren omdat daar de allochtone jongeren zich bevinden.

David Pinto onderscheidt twee culturen: de zogenaamde F fijnmazige culturen en de G grofmazige culturen. De F culturen zijn traditioneel en niet- westers terwijl de G culturen modern en westers zijn. De G cultuur is een ik cultuur en de F cultuur een wij cultuur is.¹⁹⁶ Binnen de F cultuur zijn er andere behoeften zoals je hieronder kunt zien.



Afbeelding 5: behoeftepyramide van Maslow en behoefte pyramide van Pinto

Etnomarketing sluit voor musea vooral aan bij het trekken van ander publiek, en is ook handig om te gebruiken bij het aanpassen van je museaal product. De promotie speelt een belangrijke rol. Om allochtone bezoekers te trekken is gebleken dat men meer naar de allochtone samenleving moet toegaan (persoonlijke benadering) en kennis over de etnische achtergrond moet hebben. Dit zou kunnen zijn door ander personeel aan te nemen, of je kunt ervoor zorgen dat het autochtone personeel intercultureel gaat denken door cursussen interculturele communicatie. Hoe dichter je komt bij de belevingswereld van mensen, des te groter het succes. Omdat mensen uit de eigen etnische groep goed in staat zijn ander publiek te trekken, ligt het voor de hand deze mensen bij de activiteiten te betrekken.¹⁹⁷ Doordat je weet waar deze doelgroep zich bevindt kun je ze ook makkelijker bereiken. De investeringen voor etnomarketing zijn wel hoog. Het kost veel tijd, geld en inspanning, omdat het product op de allochtonen moet worden aangesloten

¹⁹⁴ Sahadat, J, Lekker samen radio maken, geen geknuffel, 17 april 2008 Volkskrant

¹⁹⁵ Hoeven, van der, Inge, Jongerenzender met onzichtbare fans, 22 februari 2011 Volkskrant

¹⁹⁶ Idem p.47-50

¹⁹⁷ Verheggen, P, Spangenberg, F, Nieuwe Nederlanders, etnomarketing voor diversiteitsbeleid, Samson 2001, p.204

Conclusie en aanbevelingen

In de inleiding heb ik mijn hoofdvraag aangegeven. *Hoe bereiken musea meer Marokkanen die geboren zijn in Nederland?* Het beantwoorden van deze vraag is veel moeilijker dan het op het eerste gezicht lijkt.

De veranderingen die in de samenleving plaatsvinden worden in de musea voornamelijk zichtbaar in de samenstelling van schoolgroepen, hier bevinden zich meestal allochtone leerlingen die verplicht naar musea komen. In de categorie vrijetijdsbezoekers vindt men de Nederlandse Marokkanen nauwelijks terug. Er blijkt dus een verschil te zitten in het aantrekken van mensen van de autochtone cultuur en die van allochtone culturen. Omdat de traditionele manieren van cultuuroverdracht niet blijken te werken bij de veranderende samenleving, wordt door de overheid gesteld dat deze moeten worden aangepast aan de nieuwe publieksgroepen. De overheid probeert met haar subsidiebeleid de musea te veranderen in interculturele organisaties. Het beleid van voormalig minister Plasterk was gericht op de educatieve afdelingen. De collectie speelt ook een belangrijke rol, musea moeten collecties tonen waarin deze doelgroep zich kan herkennen. Dit bevestigt ook mijn eigen doelgroeponderzoek. Herkenning wordt bereikt door de keuze van het onderwerp, de keuze van de locatie en de manier waarop het gepresenteerd wordt. Musea blijven een identiteit representeren die niet past bij deze tijd. De allochtone bezoeker kan zich hier niet mee identificeren, en voelt zich ook niet geroepen om te participeren. Het is belangrijk dat musea laten zien dat Nederland verandert onder invloed van immigratie. Je kunt herkenning op veel verschillende niveaus bereiken, namelijk door het onderwerp, de kwaliteit van de kunst, de locatie en de publieksbegeleiding.

Musea moeten kiezen voor bredere en actuele onderwerpen die aansluiten bij de belevingswereld van de bezoeker. Het gaat ook om kwaliteit van de kunst, de Marokkaanse Nederlanders houden van pracht en praal. De museummedewerkers moeten zich verdiepen in het kwaliteitsbegrip dat bij een bepaalde cultuur hoort. De locatie speelt ook een rol bij herkenning, de sfeer moet voor herkenning zorgen en niet elitair zijn. De herkenning hoeft niet alleen gebaseerd te zijn op de herkomstcultuur, maar ook door de Marokkaanse Nederlanders aan te spreken op de culturen van hier en nu en op hun andere identiteiten en interesses. De publieksbegeleiding speelt ook een rol in de beleving van de bezoekers.

Het overheidsbeleid heeft veel invloed op de culturele instellingen. Gedurende de afgelopen beleidsperiodes was diversiteit opgenomen in de Cultuurnota, waardoor de culturele instellingen hier ook aandacht aan hebben besteed. Voor deze beleidsperiode denk ik niet dat diversiteit een item wordt in de Cultuurnota.

Een museum dient een afspiegeling te zijn van de samenleving. Omdat verschuiving in de samenleving ook weer invloed heeft op het museumbeleid moet dit veranderd worden. Om in de organisatie ruimte te maken voor andere perspectieven en daarmee de invloed van de autochtone cultuur te veranderen, komen twee onderdelen naar voren.

Ten eerste: het begint bij het personeel. De medewerkers kunnen een cursus interculturele communicatie volgen waarin ze de tools krijgen aangereikt om deze doelgroep aan te spreken en te begrijpen. Daarnaast kan men allochtoon personeel aannemen in de organisatie (hier heb ik het niet over schoonmaakpersoneel). Een tweede manier om meer allochtone culturen in musea de ruimte te geven is door middel van intercultureel verzamelen en deze objecten ook te presenteren. De collectie vormt een belangrijk deel van het museum, daarom moet men beseffen dat allochtone culturen een onderdeel zijn van de Nederlandse samenleving en dat ook hieraan aandacht besteed moet worden. Verder moet in de collectie aandacht besteed worden aan de migratiegeschiedenis. Hiervan is de site Vijfeeuwenmigratie¹⁹⁸ een goed voorbeeld. Op deze site worden verhalen van de migranten verzameld met foto's van objecten. Hiernaast kan men de verhalen vanuit verschillende perspectieven belichten waardoor men zich herkent.

Aangezien de gebruikelijke marketingactiviteiten van musea allochtone groepen niet bereiken, moeten ze speciaal op deze groepen worden afgestemd. Bij etnomarketing moeten alle onderdelen van de marketingmix (prijs, product, plaats, promotie en personeel) worden afgestemd op de allochtone publieksgroep, zonder je vaste doelgroep buiten te sluiten. De allochtone consumenten hebben minder inzicht in de markt en vereisen dus een andere benadering, waarbij ze persoonlijk benaderd worden zodat de drempel verlaagd wordt. Literatuur over etnomarketing met betrekking tot de culturele sector is schaars. De meeste literatuur is gericht op profit-organisaties. In plaats van overleven om winst te behalen is het voor culturele instellingen overleven door het bestaan te legitimeren.

Musea moeten ook zelfonderzoek doen, zo stellen Van den Berg en Verberk. De musea moeten kijken waar ze moeten veranderen om intercultureel te worden. Hierbij wordt genoemd de theorie van Charles Taylor. De theorie van erkenning is het uitgangspunt. In deze theorie worden alle mensen als gelijkwaardig beschouwd, anderzijds moeten ze de vrijheid krijgen om een eigen identiteit te creëren. Maar deze identiteit dient wel te passen binnen de overheersende cultuur. Daarnaast moet de dominante cultuur haar eigen waarden en normen ter discussie stellen. Men moet de veranderingen niet zomaar aannemen, maar ze duidelijk overdenken en zich bewust worden van het denkpatroon dat erachter schuil gaat. Het gaat om inzicht in de verandering die men zou moeten ondergaan, om daarmee een denkproces in gang te zetten. Dit sluit aan op wat Rabiaa Benlahbib heeft gezegd tijdens het interview dat ik met haar had. Culturele instellingen moeten zich bewust worden en zelf willen veranderen. De verandering kan plaatsvinden uit interesse of uit echte noodzaak.

Door de Code Culturele Diversiteit hopen de koepelorganisaties dat de culturele instellingen zich bewust worden van het feit dat de samenleving verandert en dat de code een aanreiking is om binnen de organisatie aan diversiteit te denken, zowel in personeel als in de programmering.

¹⁹⁸ www.vijfeeuwenmigratie.nl (geraadpleegd 04 mei 2011)

Uit verschillende bronnen blijkt dat je moet weten wat de doelgroep bezig houdt, waar ze zich bevinden en hier aansluiting bij zoeken. De meeste Nederlandse Marokkanen wonen in een van de vier grote steden, waar ook de meeste dichtheid is aan culturele instellingen. Culturele instellingen spelen een grote rol in de vorming van identiteit. Dit kun je als medewerker volgen op verschillende fora, aangezien de Nederlandse Marokkanen zeer actief zijn op het web en hun mening hier ook durven geven. Je moet als instelling wel uitkijken met wie je samenwerkt. In het interview dat ik met Dineke Stam had zei zij: ' Je moet uitkijken bij het samenwerken met een orthodoxe instelling, zoals een moskee. Als je een samenwerking aangaat moet je uiteraard wel op zoek gaan naar iemand die openstaat voor dialoog. Marokkaanse rolmodellen werken namelijk goed.'

Uit verschillende literatuur blijkt dat prijs een grote rol speelt waarom de Nederlandse Marokkanen niet naar musea gaan. Uit mijn eigen onderzoek is gebleken dat de prijs niet de belangrijkste belemmering vormt, maar het aanbod. De tweede generatie is zich al veel meer cultureel bewust dan de eerste generatie. Dit komt omdat ze de Nederlandse taal spreken en hier onderwijs hebben genoten. Ze nemen voornamelijk deel aan populaire cultuur, zoals bioscoopbezoek. Het is een jonge generatie die zich wil en moet bewijzen. Zoals Siebe Weide stelt is multiculturaliteit een belangrijk vraagstuk, want dat is een demografisch relevant onderwerp. Maar in de komende 15 jaar zal dit vraagstuk in belang afnemen, er komt een derde en vierde generatie. De relevantie van de etnische achtergrond neemt af naarmate de tijd verstrijkt.

Mijns inziens is er tijd nodig zodat men zich thuis kan voelen en aan kunst en cultuur kan deelnemen, zo is dat ook gegaan bij de Molukse gemeenschap. We moeten wel blijven investeren op korte termijn. Deze investeringen moeten vooral op kleine schaal gedaan worden, zodat men kennis maakt met cultuur. De kennis die musea hebben moet ook beter met elkaar gedeeld worden. De Nieuwe Kerk heeft tijdens de tentoonstelling 5000 jaar Marokko veel kennis opgedaan omtrent de Nederlandse Marokkanen. Hiervan is een evaluatiedocument beschikbaar, dit zouden andere musea moeten kennen, om hier gebruik van te kunnen maken. Deze tentoonstelling vond plaats in 2005 waar de audiotour beschikbaar was in het Berbers en het Arabisch. Mijns inziens is dit niet nodig. De tweede generatie Marokkaanse Nederlanders spreekt de Nederlandse taal, en je hoeft de tekstborden ook niet te vertalen in het Arabisch.

Het projectmatig werken aan diversiteitsbeleid heeft geen zin, je moet investeren in de doelgroep. Dit kost veel tijd en geld maar levert later veel op. Er moet wederzijds begrip komen zodat de kennis vergroot wordt en men elkaar leert begrijpen. Cultureel burgerschap vormt een uitgangspunt, musea zijn perfecte instellingen om cultureel burgerschap te bevorderen. Tot nog toe is het de autochtone cultuur geweest die bepaalt wat musea verzamelen en presenteren. De definitie van wat een museum is en wat onder cultuur wordt verstaan is ook vanuit westerse blik geformuleerd. Een museum wordt onder andere gedefinieerd als een instelling die de materiële en immateriële getuigenissen van de mens en zijn omgeving verzamelt, bewaart, onderzoekt en tentoonstelt en hierover informatie verstrekt,¹⁹⁹ dit alles ten dienste van de gemeenschap en haar ontwikkeling en toegankelijk voor het publiek.

¹⁹⁹ <http://icom.museum/who-we-are/the-vision/museum-definition.htm> (geraadpleegd 18 mei 2011)

Bij de huidige stand van zaken wordt bij het publiek echter uitsluitend aan een autochtoon publiek gedacht. Volgens mijn onderzoek en de interviews die ik heb gehad en gesprekken met Mirjam Shatnawi (conservator Tropenmuseum) vormt het denken vanuit de autochtone bevolking een belemmering voor het bezoek van Nederlandse Marokkanen. De musea moeten multicultureel zijn in hun onderwerpen en ook multicultureel in de publieksbenadering. Echte diversiteit overstijgt platte keuzes tussen lage of hoge cultuur, het bevestigen of juist ontkennen van status, autochtoon of allochtoon, westers of niet-westers. De erfgoedinstelling is de plek bij uitstek om nieuwe migratieverhalen te presenteren en te contextualiseren in een genuanceerd historisch perspectief. Als aanbeveling moet het immateriële erfgoed en het materiele erfgoed worden opgenomen en getoond.

Volgens mijn onderzoek zullen door te investeren in educatie en marketing de Marokkaanse Nederlanders zelf hun weg vinden naar het museum.

Aanbeveling

In het kort de aanbevelingen hieronder puntsgewijs:

Algemeen

- Werk samen met andere organisaties en rolmodellen
- Deel je kennis
- Heb geduld, het vereist veel tijd en geld om cultureel divers te zijn
- Durf je open te stellen voor andere visies dan de voor jou vertrouwde
- Begin laagdrempelig
- Sta open voor het perspectief van de Marokkaanse Nederlanders

Personeel

- Neem mensen aan met een cultureel divers achtergrond, dit verruimt het blikveld
- Bied aan je personeel een cursus interculturele communicatie
- Veranker diversiteit binnen je organisatie
- Als je een tentoonstelling maakt over de ander, betrek de doelgroep en neem iemand aan die dicht bij de doelgroep staat
- Zorg dat alle medewerkers zich bewust zijn van het diversiteitsbeleid

Onderwijs

- Investeer in cultuureducatie, via scholen komen veel leerlingen in aanraking met kunst en cultuur

Marketing

- Kijk naar goede voorbeelden uit de commerciële sector
- Stel een klankbordgroep in om te testen
- Ga de straat op en praat met de doelgroep, leg affiches bij de bakker, slager en groenteman
- Begin nooit te laat, communicatie verloopt in de Marokkaanse cultuur namelijk anders
- Bedenk een pakkende boodschap

- Adverteer op plekken waar de Nederlandse Marokkanen zich bevinden en wees actief op Marokkaanse fora
- Pas de etnomarketing strategie toe
- Kijk eerst wat de doelgroep bezig houdt en waar ze zich bevinden
- Doe onderzoek naar de doelgroep

Collectie/publieksbereik

- Kijk kritisch naar je eigen collectie en wat je zou kunnen tonen om de doelgroep te bereiken
- Toon objecten, voorstellingen waarin de doelgroep zich kan herkennen, en haar culturele identiteit kan ontwikkelen
- Nederlandse Marokkanen zijn geïnteresseerd in muziek, mode en film; deze activiteiten kun je in het museum laten plaatsvinden

Bronnenlijst

Literatuur

- Abram, I., Linde, van der, L., *Handleiding interculturele museale leerroutes*, NMV, (Amsterdam 2000)
- Adolf, S., *Marokko achter de schermen, de wedloop voor een betere toekomst*, Prometheus, (Amsterdam 2005)
- Berg, van de, O. en Verberk, M., *Culturele diversiteit in Nederlandse musea*, NMV en Mondriaanstichting (Amsterdam 1998)
- Bodo, Simona, e.a., *Museum as places for intercultural dialogue: selected practices from Europe*, MAP for ID group 2009
- Boele, V. en Saadouni, M., *Marokko 5000 jaar cultuur*, KIT Publishers, (Amsterdam 2004)
- Broek, van den, A. en Keuzenkamp, S. (red.) *Het dagelijks leven van allochtone stedelingen*, Sociaal Cultureel Planbureau, (Den Haag 2008)
- Broek, van den, A., Huysmans, F., Haan, de, H., *Cultuurminnaars en cultuurmijders*, Sociaal Cultureel Planbureau, (Den Haag 2005)
- Broek, van den, A., Huysmans, F., Haan, de, H., *Culturbewonderaars en cultuurbeoefenaars*, Sociaal Cultureel Planbureau, (Den Haag 2009)
- Broeke, ten, L., *Kunst en cultuurmonitor*, Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling, (Amsterdam 2006)
- Butter, E., Once, S., *Allochtone jongeren mediagebruik en mediawijsheid*, ACB kenniscentrum 2010
- Cottaar, A., Bouras, N., *Marokkanen in Nederland*, Meulenhoff, (Amsterdam 2009)
- Eijk, van, C., *Bekendheid en bereik multiculturele en eigen bladen bij Marokkanen, Turken, Surinamers, Antillianen en Nederlanders*, MCA communicatie, (Utrecht 2005)
- Graaf van de R., *Verslag expertmeeting over social inclusion op 14 april 2005 in Zcala te Den Haag in Blauwdruk vier musea en social inclusion*
- Gorashi, H., *Rede uitgesproken bij de aanvaarding van het ambt bijzonder hoogleraar management van diversiteit en integratie*, VU, Amsterdam 13 oktober 2006
- Ganzeboom, H., Nagel, I., Haanstra, F., *Katernen kunsteducatie cultuurdeelname in de levensloop*, LOKV, (Utrecht 1996)
- Hadad, S., *Van buiten naar binnen*, Culturele Zondagen Netwerk CS, (Utrecht 2007)
- Hagenaars, P., e.a., *Pegasus vlucht gevolgd. Cultuur en school 1997-2007*, Cultuurnetwerk Nederland, (Utrecht 2007)
- Hagenaars, P., e.a., *Museumeducatie in de praktijk, trendrapport museumeducatie 2007*, Cultuurnetwerk Nederland, (Utrecht 2007)

- Hagenaars, P., *Blauwdruk vier musea en social inclusion*, NMV, (Amsterdam 2005)
- Hall, S., *'The Multicultural Question'*, Pavis Paper 4, The Open University (2001)
- Hamersveld, van, I.,(red) *Nieuwe Nederlanders en musea*, Boekmanstudies 1998
- Heelsum, van. A., *Marokkaanse organisaties in Nederland een netwerkanalyse*, Het Spinhuis (Amsterdam 2001)
- Hofstede,G. en Hofstede.J.G., *Allemaal andersdenkenden, omgaan met cultuurverschillen*,(Uitgeverij Contact 2005)
- Huysmans, F. en Haan, de , J., *Het bereik van het verleden; ontwikkelingen in de belangstelling voor cultureel erfgoed*, Sociaal Cultureel Planbureau,(Den Haag 2007)
- Iperen, van, W., *Verschillen in cultuurdeelname tussen allochtone en autochtone jongeren*, Cultuurnetwerk Nederland, (Utrecht 2003)
- Jacobs. E., *Blauwdruk vier musea en social inclusion*, NMV, (Amsterdam 2005)
- Kaddouri, el, H., *De straat spreekt boekdelen erfgoed en culturele diversiteit*, Erfgoed Nederland 2008
- Kruk, van der, B., *Marokko terugblik op educatie en marketing*, Nationale stichting De Nieuwe Kerk, 2005
- Laroui. F., *Een misvatting over de betekenis van culturele diversiteit*, in Cultuur en Media 2015, Ministerie van OCW, 2009
- Leerdam, J., *Verbindingen leggen in Dansen met Diversiteit*, NMV 2004
- Lavrijsen,R., *Nieuwe Nederlanders en musea in Nieuwe Nederlanders en musea*, Boekmanstichting, (Amsterdam 1998)
- Lavrijsen,R., *Culturele diversiteit in de kunst*, Elsevier, ('s- Gravenhage 1999)
- Mensch, van , P., *Het object als informatiedrager*, syllabus 2007-2008
- Noordman, T.H.H.J en Graauw, de, C.A.H., *Culturele diversiteit in besturen van culturele instellingen*, Stichting Kunst en Zaken, 2004
- Nuis, A. en Netelenbos, T., *Cultuur en school*, SDU uitgevers,(Den Haag 1996)
- Obdeijn, H., en Mas, de , P., *Geschiedenis van Marokko*, Bulaaq, (Amsterdam 2002)
- Obdeijn, H., en Mas, de, P., *De Marokkaanse uitdaging*, Forum, (Utrecht 2001)
- Octavio Paz, *De levensboom. Essays over kunst en cultuur* (Meulenhoff 1991)
- Pinto,Y. , Pinto, D., *Interculturele conflicten, theorie en praktijk*, Van Loghum, (Houten 1994)

- Putten, van der, M., *De straat spreekt boekdelen*, Erfgoed Nederland 2008
- Roques, C. en Rijpma, S., *Diversiteit in vrijetijdsbesteding rapportage van een onderzoek naar de deelname van Surinaamse, Turkse en Marokkaanse Rotterdammers van de 1^e en 2^e generatie aan onder andere cultuur, openluchtrecreatie en sport 1999*, COS, (Rotterdam 2000)
- Reedijk, H., *'Investeren in team talent en toekomst' in Nieuwe Nederlanders en musea*, Boekmanstudies, (Amsterdam 1998)
- Shadid, W., *Het multiculturalismedebat en de islam in Nederland*, Universiteit van Tilburg , (Tilburg 2009)
- Sleijpen, G., *Internetgebruik onder niet westerse-allochtonen, sociaal economische trends*, CBS, 2010
- Smithuijsen, C., *Cultuurbeleid in Nederland*, Boekmanstudies en OCW, (Den Haag 2007)
- Trienekens, S., e.a. *Nieuwe Amsterdammers leren van Stad en Taal*, Cultuurnetwerk Nederland, (Utrecht 2009)
- Van Dale, *studiewoordenboek Nederlands*, Van Dale Lexicografie eerste druk 2006
- Van Dale, *Groot woordenboek der Nederlandse taal*, Van Dale Lexicografie twaalfde druk 1992
- Verhage, B., *Inleiding tot de marketing*, Stenfert Kroese, (Groningen 2005)
- Verheggen, P. ,Spangenberg, F., *Nieuwe Nederlanders, etnomarketing voor diversiteitsbeleid*, Samson 2001
- Vreede, de, M.,(red), *Blauwdruk vier musea en social inclusion*, NMV, (Amsterdam 2005)
- Wel, van, F., *Ik heb mijn eigen smaak en mijn eigen cultuur. Cultuurdeelname van allochtone en autochtone jongeren*, In *Nieuwe Nederlanders en musea*, Boekmanstichting, (Amsterdam 1998)
- Witman, B., *Je hebt iemand nodig die opendoet in Neerlands hoop*, Erfgoed Nederland 2010
- Ypenburg, I., *De Multiculturele persoonlijkheid, als gevolg van adoptie en migratie*, Van Gorcum 2009
- Zant, van der, P., *Stimulering van diversiteit, rapportage in opdracht van het ministerie van OC&W over maatregelen om diversiteit bij culturele instellingen te stimuleren*, Bureau Art, 2006

Artikelen

- Dekker, W. , *Publieke omroep moet allochtoner*, Volkskrant 12 februari 2011
- Gijssels, van , R., *De Marokkaan gaat eindelijk naar de schouwburg*, Volkskrant 17 februari 2005
- Heuven, van , R., *Culturele identiteit en theater*, Trouw 8 april 2011
- Heuven, van der, I., *Jongerenzender met onzichtbare fans*, Volkskrant 22 februari 2011

Inci, K., *Culturele diversiteit midden in de samenleving*, in NVvA, december 2007

Jokovi, M., *Vrijtijdsbesteding van de 1^{ste} en de 2^{de} generatie Turken, Marokkanen en Surinamers*, in Vrijtijdstudies 17 1999

Mensch, van, P., *Musea opzoek naar een nieuwe identiteit*, Museumvisie19-1

Mommers,J., *Nuchtere doorzetters*, De Groene Amsterdammer 23 februari 2011

Najand, S., *Naar een nieuw cultureel burgerschap*, Boekman 69 2006

Obdeijn,H., *Een waardevol bondgenootschap* in ZemZem, jaargang 1, Stichting ZemZem 2005

Pontzen en Schooneboom, *Ze komen niet*, Volkskrant 12 januari 2006

Reinewald, C., *Grensgangers gezocht* in Museumvisie 2001-4

Sahadat, J., *Lekker samen radio maken, geen geknuffel*, Volkskrant 17 april 2008

Sandell, R., *Museums as Agents of Social Inclusion*, Museum Management and Curatorship, 17, 1998

Waal, de, M., *Integreren via internet*, Volkskrant 5 juli 2003

Weeda, K., *Raad voor Cultuur heeft kaasschaaf gemeden*, Volkskrant 7 mei 2011

Interviews

Interview met Dineke Stam, consultant en tevens oprichter van Cultuur en Co. Ze adviseert culturele instellingen zowel in Nederland als daarbuiten met betrekking tot interculturele projecten en beleid. 1 maart 2011

Interview met Kendra van Nes, medewerker participatie bij het Concert gebouw te Amsterdam. 7 maart 2011

Interview met Mohssine Dahhan: Beleidsadviseur Archeologie en Publieksbereik bij de Gemeente Almere en tevens Projectmanager bij Common Ground en ADC Heritage. 9 maart 2011

Interview met Rabiaa Benlahbib, directeur: Kosmopolis Den Haag werkte onder meer als programmeur voor RASA Wereldcultuurcentrum te Utrecht. 2 maart 2011

Interview met Siebe Weide directeur van de Nederlandse Museumvereniging. 31 maart 2011

Interview met Wijnand Hollander, directeur van Marmoucha. Marmoucha organiseert culturele evenementen met Marokkaanse kunst en cultuur. 30 maart 2011

Overig

CBS, *Jaarrapport integratie*, 2008

Cultuurnetwerk Nederland, *Zicht op... sociale cohesie en cultuureducatie*, Cultuurnetwerk (Utrecht 2004)

Cultuurnota, *Ruim baan voor culturele diversiteit*, OC&W (Zoetermeer 1999)

Cultuurnota, *Cultuur al Confrontatie: uitgangspunten van het cultuurbeleid 2001-2004*, (Zoetermeer 1999)

Cultuurnota 2005-2008, *Meer dan de som*, OC&W, (Den Haag 2004)

De olifant in de kamer- Staalkaart culturele diversiteit in de basisinfrastructuur, rapport (8 januari 2009) NetwerkCS

Feiten en Cijfers, *De markt potentie van etnische groepen voor print en online media in Nederland*, Mira Media 2009

Goodwin, P., *Curating difference*, lezing SMBA 23 januari 2011

ICOM (2010), *Shanghai declaration on museums for harmonious social development*, Shanghai, 12 november 2010

Is culturele diversiteit vanzelfsprekend of is aandacht vereist? Vervolgmeting Erfgoed & Culturele diversiteit 2009, Erfgoed Nederland

Laroui, F., lezing Tans Cafe, gesprek met voorzitter TANS Thamim Chebti 7 februari 2011

Mondelinge communicatie met Mirjam Shatanawi conservator Tropenmuseum

Presentatie Code Culturele Diversiteit op 21 april 2011 in de OBA te Amsterdam

Raad voor Cultuur, Advies cultuurbeleid, *Innoveren Participeren!* Maart 2007

Sociaal en Cultureel Planbureau, *Rapportage minderheden 2001*

Unesco (2001): *Universal declaration on Cultural Diversity*. Paris, 2 november 2001

Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid, *Nederland als immigratie samenleving*, Den Haag, (Sdu uitgevers 2001)

URL's

<http://www.faronet.be/e-documenten/de-kader-conventie-van-de-raad-van-europa-over-de-waarde-van-cultureel-erfgoed-voor-de-De-Kader-Conventie-van-de-Raad-van-Europa-over-de-Waarde-van-Cultureel-Erfgoed-voor-de-Samenleving> (Faro, 27 oktober 2005) (geraadpleegd 20 februari 2011)

<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/methoden/begrippen/default.htm?ConceptID=1013> (geraadpleegd 20 februari 2011)

<http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/26785779-AAFE-4B39-AD07-59F34DCD44C8/0/index1119.pdf> (geraadpleegd 21 februari 2011)

<http://nl.wikipedia.org/wiki/Gastarbeider> (geraadpleegd 20 februari 2011)

[http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,\(I-1\)-I&HD=101227-1442&HDR=G1&STB](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37296ned&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,(I-1)-I&HD=101227-1442&HDR=G1&STB) (geraadpleegd 1 maart 2011)

<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?DM=SLNL&PA=70204NED&D1=a&D2=0,10,20,30,40,50,I&VW=T> (geraadpleegd 1 maart 2011)

<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/allochtonen/publicaties/artikelen/archief/2010/2010-076-pb.htm> (geraadpleegd 1 maart 2011)

<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=71822NED&D1=0&D2=a&D3=0&D4=1,3-9&D5=0-2,4,8-10&D6=0&D7=I&HD=081216-1451&HDR=T,G6,G2,G5,G3&STB=G1,G4> (geraadpleegd 1 maart 2011)

<http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/dossiers/allochtonen/publicaties/artikelen/archief/2011/2011-005-pb.htm> (geraadpleegd 1 maart 2011)

<http://www.unesco.nl> (geraadpleegd 20 februari 2011)

<http://focusmarokko.wereldmuseum.nl> (geraadpleegd 15 mei 2011)

http://www.directorsguild.nl/producties/view/2010/1/work_in_progress_allochtonen_bestaan_niet.html (geraadpleegd 15 mei 2011)

http://www.erfgoednederland.nl/upload/documenten/project_code_culturele_diversiteit.pdf (geraadpleegd 16 april 2011)

<http://www.kosmopolis.nl/> (geraadpleegd 16 april 2011)

<http://www.joodsmonument.nl/page/274222> (geraadpleegd 01 februari 2011)

http://www.droommuseum.nl/?Diversiteit:Diversiteit_in_Kunst_%26amp%3B_Cultuur (geraadpleegd 29 maart 2011)

http://www.amsterdam.nl/gemeente/volg_het_beleid/dossiers/integratie/de_integratienota/cultuurbeleid_en_cultuur%20een%20onderdeel%20te%20zijn%20van%20het%20onderwijscurriculum (geraadpleegd 23 maart 2011)

http://www.dwi.amsterdam.nl/ik_ga_inburgeren/handige_links/handige_links/stad_en_taal/ (geraadpleegd 04 april 2011)

http://ilk.uvt.nl/~antalb/digitaal/erfgoed/kunst_van_leven.pdf (hoofdpijnen kunst van leven) (geraadpleegd 20 april 2011)

<http://www.rijksoverheid.nl/.../2009/...culturele-diversiteit/114057-%20culturelediversiteit.pdf>
(website van OCW) (geraadpleegd 21 april 2011)

<http://www.cultuurnetwerk.nl/cultuureducatie/cultuurbezoekers.html> (geraadpleegd 04 april 2011)

<http://www.dunya.nl> (geraadpleegd 05 mei 2011)

<http://www.magreb.nl/over-ons/> (geraadpleegd 11 mei 2011)

http://ilk.uvt.nl/~antalb/digitaalergoed/kunst_van_leven.pdf (hoofdpijnen kunst van leven)(geraadpleegd 04 mei 2011)

http://www.cultuurbeleid.nl/index.php?option=com_tag&task=tag&tag=Culturele+diversiteit (brief minister Plasterk over culturele diversiteit) september 2009 (geraadpleegd 04 mei 2011)

http://www.cjp.nl/Cultuurkaart/redactioneel/item4120/Wat_is_de_Cultuurkaart.html
(geraadpleegd 15 april 2011)

<http://www.cultuurkaart.nl/dekaart/> (geraadpleegd 15 april 2011)

<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/normen-en-waarden-in-het-onderwijs/burgerschap-en-sociale-integratie> (geraadpleegd 05 mei 2011)

<http://www.onderwijsinspectie.nl/onderwerpen/Onderwijsinhoud/Burgerschap+en+sociale+integratie>
(geraadpleegd 05 mei 2011)

<http://www.cultuurnetwerk.nl> (geraadpleegd 03 mei 2011)

<http://retro.nrc.nl/W2/Lab/Multicultureel/scheffer.html> (geraadpleegd 04 mei 2011)

<http://www.motivaction.nl/content/allochtonen-gehecht-aan-cultuurgebonden-media> (
geraadpleegd, 29 april 2011)

<http://www.maghreb.nl> (geraadpleegd 29 april 2011)

<http://icom.museum/who-we-are/the-vision/museum-definition.htm> (geraadpleegd 18 mei 2011)

<http://www.vijfeeuwenmigratie.nl> (geraadpleegd 04 mei 2011)

<http://sicut.nl/columni/?p=381> (etnomarketing nichemarketing voor volhouders) (geraadpleegd 20 april 2011)

Afbeeldingenlijst

Afbeelding 1: Geografische kaart Marokko, p.16, H.Stroomer, Ikkattinn Berberse Volksverhalen uit Zuid Marokko

Afbeelding 2: Fibula, p.21, Museum Bert Flint Marrakech, Ilias Zian (2011)

Afbeelding 3: De economische, sociale, politieke en culturele dimensie van social exclusion, p.28 Richard Sandell

Afbeelding 4: Schoolklas in het Britisch Museum te Londen, p.58, Ilias Zian (2011)

Afbeelding 5: Behoeftepyramide van Maslow en behoefte pyramide van Pinto, p.63, uit Verheggen, P Spangenberg, F, Nieuwe Nederlanders, etnomarketing voor diversiteitsbeleid.

Bijlagen

Bijlage 1

Interview gehouden op 9 maart 2011 met Mohssine Dahhan: Beleidsadviseur Archeologie en Publieksbereik bij de Gemeente Almere en tevens Projectmanager bij Common Ground en ADC Heritage.

Wat is de visie van Archeologie op de culturele diversiteit?

Als je nu kijkt naar wat er aan de gang is in de Arabische landen zie je dat mensen niet vechten voor macht of uit haat maar ze zijn op zoek naar hun waarden. Je kunt de allochtonen in ons land niet bestempelen als een groep. Zo kun je ook geen tentoonstelling maken voor een groep. Je moet de allochtonen willen betrekken en samen met hen kennis delen.

Hoe moeten we de Marokkanen dan betrekken?

Als je kijkt naar de tweede generatie Marokkanen maar ook Turken in ons land valt het op dat deze groep erg visueel is ingesteld. Ze kijken veel televisie. Zowel Nederlandse als Marokkaanse televisie. Hier zou je op kunnen inspelen. Maar uiteraard ook via het onderwijs.

Onderwijs voor alle generaties?

Jazeker. Daar moet je eigenlijk mee beginnen. Dan hebben we het natuurlijk niet alleen over archeologie maar voornamelijk over cultuur. En dan moet je de mensen eerst duidelijk maken dat cultuur uit veel onderdelen bestaat en niet alleen uit religie. Je hebt cultuur, gewoontes, tradities en religie. Mensen zien religie vaak als iets wat je niet los kunt zien van een cultuur. Het is goed om mensen bewust te maken van de plek waar ze wonen en de geschiedenis van deze plek. Als je mensen daarvoor kunt interesseren geven zij het automatisch weer door aan hun kinderen en kleinkinderen.

Maar de tweede generatie Marokkanen kent haar eigen cultuur nauwelijks, hoe kunnen we dan van ze verwachten dat ze de Nederlandse cultuur en geschiedenis ook nog willen opnemen?

Van beide kanten moet er openheid zijn. De autochtonen moeten open staan voor de allochtonen en visa versa. Het begint en eindigt hiermee. Als je niet openstaat voor elkaar dan is het einde zoek. Je moet cultuur, religie, gewoontes en tradities van een ander van elkaar kunnen onderscheiden en niet alles aan elkaar koppelen. Ieder mens heeft cultuur en gewoontes en tradities en in de basis zijn we allemaal hetzelfde. Cultuur is iets overkoepelend.

Dus we zijn allemaal bi-cultureel?

Ja, dat klopt. Van binnen de Marokkaanse gemeenschap moet er geïnvesteerd worden in het leren openstaan voor een ander en laten zien dat cultuur iets is wat we allemaal hebben.

Moeten we nog wel de 1^{ste} generatie Marokkanen willen bereiken?

Jazeker. De eerste generatie Marokkanen zijn niet alleen de gastarbeiders die in de jaren 70 naar Nederland zijn gehaald en die nu 60plus zijn maar het zijn ook jongere mensen zoals ik zelf die zeker nog zo'n 30 misschien 40 jaar in Nederland te leven hebben.

Ziet u maatschappelijke ontwikkelingen met betrekking tot diversiteit binnen de Nederlandse samenleving?

Ja, dat zie ik zeker. Er wordt hard aan gewerkt om wederzijdse waardering te scheppen. Je ziet dat er bij de Nederlanders ook relatief weinig kennis is over de achtergronden van de allochtonen en dat er voornamelijk een soort angst heerst voor de Islam in Europa, maar iedereen lijkt te zijn vergeten dat zo'n acht eeuwen lang een deel van Spanje ook islamitisch was.

Culturele instellingen investeren veel geld en tijd in de allochtonen maar ze willen maar niet komen. Moeten ze toch doorgaan met investeren?

Als je het over het museum hebt komen ze vaak niet omdat het te duur is of te elitair. Het is ook een feit dat ze museumbezoek niet van thuis uit mee hebben gekregen en als je kijkt in alle zuidelijke landen zie je dat het leven zelf al een museum is en je dus niet nog naar een museum hoeft te gaan. Museumbezoek is echt een Noord-Europees ding. Dat is een belangrijke reden waarom de interesse er nog niet is. Het museum heeft ook een beetje een stoffig imago onder de doelgroep. Als je het over de randprogrammering van de Nieuwe Kerk hebt bijvoorbeeld en je hebt zoiets als een modeshow dan wordt dit meteen al een stuk drukker bezocht. Marokkanen zijn wel trots op hun cultuur op zo'n moment maar ze weten niet goed wat hun cultuur inhoudt. Aan de autochtonen nu de taak om hun cultuur te waarderen er ervoor open te staan. Je moet de Marokkanen direct benaderen en niet via een omweg. Taal is hierin niet belangrijk. Met handen en voeten kom je ook een heel eind zolang je maar waardering en respect voor een ander hebt en hem het gevoel kunt geven dat hij daadwerkelijk iemand is.

De tentoonstelling in de Nieuwe Kerk; "Passie voor perfectie" trekt ook geen Marokkanen terwijl de tentoonstelling min of meer op hun lijf is geschreven.

Een kaartje kost wel 15 euro als je geen museumjaarkaart hebt. Als je een Griek in Athene vraagt hoe vaak hij al naar het Nationale Museum is geweest in zijn eigen stad zou hij je ook antwoorden nog geen een keer. Musea zijn echt een Noord-Europese hobby.

Dat de tentoonstelling voor hen is gemaakt is denk ik onzin. Want het gaat om wederzijds interesse in elkaar. Als je Marokkanen bijvoorbeeld anders zou benaderen op een rustigere, directere manier zou je een eind kunnen komen.

Hoe benaderen jullie de doelgroep met de archeologie?

Voornamelijk via het onderwijs. Ook schrijf ik stukken voor een Marokkaanse krant en doe ik pogingen een website in Marokko te lanceren. Je moet het gewoon op allerlei manieren proberen en het vooral nooit opgeven.

Voel jij je, als Marokkaan, een rolmodel voor andere Marokkanen?

Ik benader allochtonen zelf altijd ook als allochtoon, want ik ben immers een allochtoon en probeer ze zo te interesseren. Ik probeer ze duidelijk te maken vanuit mijn eigen visie en bevindingen dat je religie, cultuur en traditie moet scheiden. Als je een Marokkaan bent heb je een cultuur en een traditie en een religie maar het is niet een pakket en elk mens is anders. Je moet laten zien dat je iets weet van hun cultuur en tradities en eventueel het geloof. Je moet dit met ze delen, je interesse

tonen en proberen hun ook geïnteresseerd te krijgen in jouw werk. Ik voel me wel verantwoordelijk om ze het belang van waardering en respect voor anderen bij te brengen.

Moeten wij onze taal aanpassen aan de doelgroep?

Nee, voor de 2^{de} generatie al helemaal niet. Al is het misschien leuk om ermee te spelen. Delen in het Arabisch en dan de vertaling eronder te zetten. Neem nou het Alhambra of de Mosquita in Spanje, er staat veel poëzie overal in het Arabisch en misschien een handje vol mensen kan het lezen.

Moeten wij samenwerken met de Marokkanen en eventueel zelfs met Marokko?

Jazeker. Met de Nederlandse-Marokkaan en ook met de Marokkaan in Marokko zelf. Via de televisie, zowel de Nederlandse als de Marokkaanse kan je veel mensen bereiken. Ook de 2^{de} generatie Marokkaan kijkt zo nu en dan nog naar de Marokkaanse tv met zijn of haar ouders. In Marokko zelf kijken ze natuurlijk ook en komen dan weer hier het is een wisselwerking.

Het kost veel geld en tijd deze doelgroep. Moeten we er nog wel mee doorgaan ze proberen te bereiken?

Jazeker, We moeten blijven investeren. Zo'n 62% van de Amsterdamse schoolkinderen is van allochtone afkomst. Als je 25% van je bezoekers zou kunnen trekken die een biculturele achtergrond hebben en dat lukt je niet dan moet je goed gaan kijken naar je beleid.

Moeten de subsidiegevers het verschil tussen allochtoon en autochtoon wel zo sterk benadrukken?

Ja, je moet een onderscheid maken. Je kunt niet in een culturele instelling opeens iedereen het zelfde behandelen en vervolgens in een ziekenhuis of in een politiebureau de lat wel anders hebben liggen. Zo werkt het niet dus onderscheid moet je maken. Je hoeft het geen allochtoon te noemen, Nieuwe-Nederlander is in mijn ogen beter.

Onderscheidt de smaak van Marokkanen zich van die van de autochtonen?

Jazeker. We hebben bijvoorbeeld een keer per jaar een archeologisch weekend waar ouders en hun kinderen kunnen komen graven. Autochtone ouders komen en graven enthousiast mee met hun kinderen. Allochtone ouders vinden het initiatief geweldig leuk, laten hun kinderen daar lekker graven en gaan zelf weg. Alleen als ze echt niets te doen hebben komen ze wel om met hun kinderen mee te doen.

Speelt de archeologie een grote rol in de vorming van de identiteit?

Jazeker. Neem de Romeinen, men denkt dat die alleen maar in Europa waren, maar delen van Noord-Afrika zijn bezaaid met Romeinse schatten. Je moet goed kijken waar bevolkingsgroepen in de geschiedenis zich hebben gevestigd, langs zijn gereisd en wat we allemaal met elkaar hebben gedeeld. Dan zie je dat we helemaal niet zo veel van elkaar verschillen. Voordat er religies waren had ook elk mens een soort geloof en cultuur. De cultuur verandert en is dynamisch maar het is belangrijk te weten dat we in de basis allemaal hetzelfde zijn en ook in het verleden al met elkaar te maken hebben gehad.

Marokkanen doen uiteraard ook veel in hun eigen gemeenschap aan activiteiten. Dit behoort niet tot de gesubsidieerde culturele activiteiten. Moeten wij dit steunen?

Jazeker. Ze kunnen zelf ook uitstekend dingen organiseren. Het is alleen maar goed. Het mooiste zou zijn als ze dan het Nederlandse erfgoed er ook nog in zouden betrekken.

Speelt de sociale en economische achtergrond van de doelgroep een rol?

Tuurlijk. Als je arm bent geef je je geld niet uit aan een museum. Rijken daarentegen hebben een compleet andere agenda. Die moet je vanuit hun gemeenschap weten te bereiken.

Speelt het opleidingsniveau een rol?

Kan, dit hoeft niet. Het heeft meer met interesse te maken. Als iemand misschien kunstgeschiedenis studeert en hoort over een bepaalde schilder dan denkt hij misschien laat ik zijn werk gaan bekijken. Marokkanen zijn voornamelijk auditief ingesteld. Als ze ergens iets over horen zijn ze vaak snel geïnteresseerd en willen ze graag meer weten.

Hoe belangrijk is het dat mensen zich herkennen in een tentoonstelling?

Belangrijk. Ik denk dat het vergelijken belangrijker is. Laat zien hoe zoets in Marokko wordt gedaan en laat dan zien hoe ze in Nederland bijvoorbeeld het land moesten droogleggen voor ze erop konden bouwen. Je moet een soort wederzijds respect zien te creëren. En verbindingen leggen.

Moeten er sancties opgelegd worden aan culturele instellingen die zich niet voor allochtonen interesseren?

Nee, ik denk niet dat dat helpt of verstandig is. Iedereen heeft z'n eigen verantwoordelijkheid hiervoor. Als je beleidsmatig geen allochtonen wil trekken dan moet je dit wel goed kunnen onderbouwen.

Je doet zelf veel transculturele activiteiten. Wat moeten we hier precies onder verstaan?

Het les geven en activiteiten in het buitenland.

Hoe kunnen we het binnen Nederland voor elkaar krijgen dat er niet alleen op projectbasis maar structureel een verandering in het beleid komt ten opzichte van diversiteit?

Door middel van kennis. Geef de allochtonen de kennis en ze doen er geheid iets mee. Ze moeten het direct krijgen, bijvoorbeeld via onderwijs, man tot man. Zij geven het weer door aan hun kinderen etc. Het is een duurzame investering. En langzaam zou je zien dat met kennis de houding van de allochtonen verandert en omdat ze meer weten ze zich prettiger voelen in de samenleving en zich meer openstellen voor anderen.

Denk je dat dan ook meer Marokkanen zullen kiezen voor een cultureel beroep?

Ja. Nu op dit moment is het nog een soort taboe. Je moet dokter worden of advocaat dan kan je goed geld verdienen en status verwerven. Maar ook dit zou geleidelijk aan veranderen. Je moet de ouders laten begrijpen waarom kinderen een keuze maken. En ze moeten die eigen keuze durven maken.

Wat zijn de do's en don'ts ten op zichte van de doelgroep?

Je moet vooral niet door hameren en hun cultuur benadrukken. We zijn met z'n allen een cultuur. We hebben en moeten dezelfde normen en waarden hanteren.

Met betrekking tot de marketingstrategieën hoe pak je dit het best aan?

Je moet je doelgroep allereerst goed in beeld hebben. Wat is je doel en wat zijn je mogelijkheden? Je moet het niet alleen doen om subsidie te krijgen. En altijd mensen blijven benaderen en blijven doorzetten.

Bijlage 2

Dineke Stam is consultant en tevens oprichter van Cultuur en Co. Ze adviseert culturele instellingen zowel in Nederland als daarbuiten met betrekking tot interculturele projecten en beleid. Interview gehouden op 1 maart 2011

Wat moet de visie zijn van een culturele instelling op diversiteit?

Culturele instellingen moeten een afspiegeling zijn van de samenleving. In het theater bijvoorbeeld lukt dit al een stuk beter dan binnen musea. Binnen het theater is de scheidslijn tussen de verschillende culturen minder zichtbaar - theater is flexibeler. Musea kunnen nog heel veel leren van de podiumkunsten, dit heeft ook te maken met materieel en immaterieel erfgoed. De Unesco conventie van 2003 over immaterieel erfgoed benadrukt juist niet de dominante Westerse cultuur maar de immateriële cultuur van het zuiden dit is een veel modernere benadering.

Musea worden veel gezien als een elitair en minder toegankelijke activiteit.

Elke instelling moet natuurlijk zelf bepalen wat hun visie hierop is.

Diversiteitsbeleid binnen een culturele instelling belangrijk?

Jazeker. Het Nederlandse publiek is erg divers en dat moet je terug kunnen zien in een culturele instelling.

Dus ook in het museum.

Moeten we de verbindingen benadrukken en hoe doen we dit binnen musea?

Je kunt laten zien dat er in het verleden, heden en dus ook de toekomst altijd internationale en interculturele verbindingen zijn geweest d.m.v. je collectie.

Welke maatschappelijke ontwikkeling ziet u met betrekking tot diversiteit binnen de culturele sector?

Ja. Het maatschappelijke klimaat is erg aan het verharden. Zo ontstaan er steeds meer kloven en wordt de scheidslijn tussen wij en zij steeds groter. De media en de politiek zijn hier een goed voorbeeld van, hoe men met elkaar en over elkaar spreekt op een onfatsoenlijke manier. Dit leidt tot vervreemding. Musea kunnen hier een positieve invloed op hebben door juist de schoonheden van een cultuur te laten zien in plaats van het negatieve te benadrukken. Wilders zegt dat er geen islamitische uitvinders zijn geweest, je kunt er zes exposities tegenover zetten en juist wel laten zien dat er islamitische uitvinders en wetenschappers zijn.

Het wij/zij denken wordt hierdoor wel versterkt? Moet een museum dit benadrukken?

Daar heb je gelijk in; het is een paradox van gelijke behandeling.

Je moet het verschil wel erkennen maar elk mens wel gelijk behandelen. Hierin is uiteraard het individu erg belangrijk. Elk mens is verschillend en iedereen behoort tot verschillende groepen. bijvoorbeeld gebaseerd op geslacht, leeftijd, woonplaats, religie. Zo behoort elk mens tot een groep binnen de samenleving dat poets je niet weg. Elk mens wordt gevormd door zijn of haar achtergrond, opvoeding, geboorteplaats, religie, etnische achtergrond.

Al deze bovengenoemde zaken spelen zeker ook een rol in de kansen die je krijgt in het leven.

Voorbeeld van het niet erkennen van iemands verleden en etniciteit:

Joden die weggevoerd werden in WOII en later woonachtig waren in Nederland. De Nederlandse regering wilde ieder mens hetzelfde behandelen en zo ontving iedereen een belastingaanslag over het jaar 1943.

Klasse, sekse en etniciteit zijn belangrijk!

Hoe kunnen instellingen deze doelgroep bereiken?

Hierop zijn meerdere antwoorden te geven. Een belangrijke naar mijn mening is onderwijs voor alle kinderen! Als je hiermee nog niet alle kinderen kunt bereiken kun je vanuit een gemeenschap de mensen bereiken. Een veel gemaakte fout is een samenwerking aangaan met een te orthodoxe instelling, bv alleen met een bepaalde een moskee, die dan weer anderen (vrouwen bijvoorbeeld) uitsluit. Als je het samenwerkingsverband aangaat moet je uiteraard wel opzoek gaan naar iemand die openstaat voor dialoog.

Bij wat voor culturele instellingen komen ze wel en hoezo niet in musea?

Musea worden nog altijd gezien als iets elitairs en dat imago hebben ze ook. Bijvoorbeeld een dansschool, bioscoop of concerten zijn veel laagdrempeliger. Bibliotheek heel belangrijk en laagdrempelig

Hoe kunnen we het museum minder elitair maken?

Met behulp van kleine projecten. Bijvoorbeeld in Engeland geven een groep studenten elk apart rondleidingen. Zij nemen weer hun vrienden mee naar het museum. Met dit soort kleinschalige projecten krijg je veel mensen je museum in. Uiteraard is elke gemeenschap anders en zou je op elke gemeenschap je project moeten aanpassen.

Is het belangrijk dat het museum samenwerkt met de doelgroep waarvoor een tentoonstelling wordt gemaakt?

Ja is erg belangrijk. Neem het Moluks Museum in Utrecht. Molukkers voelen zich hier echt thuis, ze hebben het idee dat het museum echt over hun gaat en van hun is. Dit museum is opgericht toen de Molukkers in ons land erg onder vuur lagen een beetje te vergelijken met wat er nu met de Marokkanen in ons land gebeurt.

Moet er veel tijd en onderzoek worden geïnvesteerd voor een tentoonstelling klaar is voor het publiek?

Jazeker. Je moet opzoek naar je doelgroep wat zij willen, wie ze zijn en hoe de samenstelling is van de stad waar je instelling zich bevindt.

Marketingstrategie belangrijk binnen en buiten een instelling?

Dit is bij elke instelling anders. Het hangt af van de doelgroep die je wilt bereiken. Als we het over marketingstrategieën hebben komen we al snel bij de 5p's. Het hangt ervan af wat je wilt vermarkten.

Komen Marokkanen alleen naar het museum als het over hun gaat?

Nee, dit is een groot misverstand. Je moet ze alleen op een goede manier aanspreken. Het is wel een feit dat veel mensen geïnteresseerd zijn in iets wat te maken heeft met hun verleden of iets waarmee zij zich kunnen identificeren. Maar dit geldt zowel voor allochtonen als autochtonen.

Vindt u het een goed idee om instellingen extra subsidie te geven om allochtonen te trekken?

Dit is een grote valkuil. Culturele instellingen moeten allochtonen in hun instelling willen omdat ze hun iets willen bieden niet omdat ze er dan geld voor krijgen. Je kunt je afvragen of culturele instellingen hun beleid dan alleen aanpassen voor het geld of omdat ze het echt zelf willen.

Hoe geef je dan structuur aan het beleid van deze instellingen?

Door deze zaken op te nemen in je beleid. Diversiteitsbeleid moet onderdeel zijn van het overkoepelende kwaliteitsbeleid van een instelling. Dit noemen we ook wel kwaliteitsbeleid het echt willen betrekken van elk lid van de samenleving.

Het beste zou zijn als men niet het ene project wel en in het andere project geen aandacht besteedt aan de allochtone medemens maar het gewoon beleidsmatig in elk project opneemt in het beleid en door voert op iedere afdeling (collectie, publiek en presentatie, marketing etc.)

Moeten wij de taal op de doelgroep aanpassen?

Dat kan, maar zorg er wel voor dat het toegankelijk blijft. Slechts een kleine groep van de Marokkanen in Nederland spreekt Arabisch dus dit zou een grote fout zijn. Je kunt uiteraard wel kleine teasers uithalen met Arabische teksten maar je moet uitkijken dat je niemand, allochtonen en autochtonen uitsluit.

De boodschap moet voor iedereen duidelijk zijn en blijven.

Voorbeeld van tentoonstelling over Aleta Jacobs waar Nederlandse vrouwen NT 2 cursisten rondleiden en elkaar leren kennen, samen de dialoog aangaan met elkaar.

Een soort gelijk project, Stad en Taal loopt dood.

Ja dit heeft te maken met het budget voor de inburgeringscursus. Er is geen geld of tijd voor creatieve interpretaties binnen de inburgeringscursus dus samen zo een bovenstaand iets te doen zit er niet meer in.

Wat zijn de do's en don'ts voor de doelgroep?

Don't:

Aanspreken op de etniciteit! Bijvoorbeeld in een klas zeggen: "Mohammed weet dat wel want hij komt toch uit Marokko." Misschien is Mohammed wel gewoon in Nederland geboren en weet hij niets van het onderwerp en zo zet je kleine Mohammed voor schut voor al z'n klasgenoten.

Do:

Zo open mogelijke vragen stellen over een onderwerp. En belangrijk is ook zonder vooroordelen deze vragen te stellen.

Hebben Neder-Marokkanen eigenlijk wel interesse in kunst en cultuur en zo ja hoe kunnen we ze verbinden aan onze instellingen?

WEDERVRAAG: waar houden ze zich wel mee bezig?

Muziek

Bioscopen.

Nieuwe Kerk

Rolmodellen als Aziz Bekkaoui (Marokkaanse modeontwerper)

Haal deze rolmodellen naar je museum.

Komen ze dan niet maar voor een keer?

Ja maar je kan ze dan proberen vast te houden. Bijvoorbeeld met nog een masterclass op het onderwerp of een gratis lidmaatschap. Je moet het stukje voor stukje opbouwen en proberen hun aandacht vast te houden.

Moeten we de Marokkanen in ons land wel willen bereiken aangezien het zoveel geld en tijd kost?

Ja zeker, maar je kunt onmogelijk iedereen willen bereiken. Je moet keuzes maken wie je wel en wie je niet perse wilt bereiken. Het moet natuurlijk toegankelijk zijn voor iedereen je moet niemand willen uitsluiten maar je moet niet iedereen willen bereiken. Het is wel een beetje een gewetensvraag die je hebt gesteld. Neem als voorbeeld het Concertgebouw die doen het erg goed en leuk en weten een grote groep allochtonen te bereiken met hun programma ook al hebben ze voor al hun overige concerten nooit een lege zaal.

Je moet in je instelling een goede afspiegeling van de maatschappij willen weergeven dus ik denk dat het zeker belangrijk is allochtonen erbij te betrekken.

Onderscheidt de smaak van Marokkanen zich ten op zichte van andere groepen?

Jazeker. Ook binnen de groep Marokkanen in Nederland is er veel diversiteit. Denk alleen al aan de posities die ze bekleden binnen de maatschappij. Het werk wat ze doen waar ze wonen hoe ze zijn ontwikkeld etc.

De internationalisering speelt hierin een grote rol en schept veel kansen in de diversiteit.

Voelen wij, Nederlanders en Neder-Marokkanen, ons Europees?

Ik ben blij met idealen van de EU. Maar ik zie ook hoe de EU vluchtelingen en burgers uit Afrika uitsluit en buitenhoudt, op een manier die absoluut niet strookt met die idealen. Het nationale beleid met betrekking tot diversiteit en cultuur is veel conservatiever dan dat van de EU, dat vind ik jammer.

Hebben de culturele instellingen een rol in de vorming van de identiteit?

Ook dit is voor ieder individueel anders. Het is een lastige vraag. Neem het Nationaal Historisch Museum als voorbeeld. Zij willen de ontwikkelingen laten zien waar iedereen van kan leren over het verleden en het heden van Nederland.

Maar ik denk dat de televisie een grotere rol speelt in de ontwikkeling van het individu, dan de discussie over het NHM. Uiteraard ook je opvoeding, geboorteplaats etc. Culturele instellingen moeten een rol hierin opeisen om een identiteit te creëren die juist meervoudig is.

Moeten er sancties opgelegd worden aan musea die zich niet met de allochtoon bezig houden?

Ik denk niet dat dat helpt als ik eerlijk ben. Misschien kun je ze minder subsidie geven. Als een museum aan actieve uitsluiting doet dan mag je zeker sancties opleggen. Zolang de deuren open staan voor iedereen dan niet.

Bijlage 3

Interview met Wijnand Hollander directeur van Marmoucha. Marmoucha organiseert culturele evenementen met Marokkaanse kunst en cultuur. Interview gehouden op 30 maart 2011

Wat is precies jullie doelstelling?

We maken ons sterk voor de Marokkaanse kunst en cultuur. Zowel in Nederland als in Marokko. In de praktijk doen we dit vooral via muziek. We willen dat reguliere pop podia het normaal gaan vinden om ook Marokkaanse artiesten te programmeren. Sinds 2005 promoten we ook Nederlandse Kunst en Cultuur in Marokko en zorgen we er ook voor dat ze op podia staan.

Dit is met betrekking tot de interculturele dialoog?

Ja, maar ook voor de culturele verrijking van wat al in Marokko op festivals staat. Ja we willen dat de geijkte programmeringen veranderen en dat er plaats komt voor andere artiesten. Wij zijn een productiehuis en werken samen met pop podia zoals Paradiso en de Melkweg om een productie neer te zetten. Zo werden we benaderd door het Holland Festival. Zij hadden een Marokkaanse artiest, maar het publiek dat kwam was überhaupt niet divers. En zo hebben ze ons ingeschakeld om bij ons publiek het optreden kenbaar te maken en zo te helpen met de kaartverkoop. Zo hebben wij een campagne uitgezet.

Worden daar ook cd's van uitgebracht?

Zelden eigenlijk.

Hoe bereiken jullie je publiek?

Voornamelijk online via de website en een nieuwsbrief. We maken ook posters en flyers die we op verschillende plekken neerleggen.

Wat onderscheidt jullie van andere culturele instellingen?

In ons soort zijn er naar mijn weten geen andere organisaties. Af en toe heb je wel culturele ondernemers die zich sterk maken voor Marokkaanse Kunst en cultuur en die ook evenementen organiseren, vaak zijn ze commercieel en kunnen ze het hoofd niet lang boven water houden.

Staan jullie ook open voor andere kunstvormen?

Jazeker, alleen muziek is wel ons sterkste punt. We hebben wel eens meegewerkt met het Festimode Casablanca die moderne mode in Marokko showt. Vanwege het traditionele modebeeld in Marokko is het moeilijk voor moderne ontwerpers om er voet aan de grond te krijgen. We hebben dat hier in Amsterdam in Paradiso *ghosted* tijdens de Amsterdam Fashion Week.

Komt jullie doelgroep dan ook?

Ja, het was hartje zomer en er waren zo'n 650 man, het was ongelooflijk. Zowel de modewereld als de Marokkanen waren er.

Hoeveel evenementen hebben jullie ongeveer per jaar?

Zo'n 160 evenementen, meestal muziek uit Marokko, Algerije, Libië en Tunesië. In Egypte bevinden zich de wereldsterren. Die kunnen we helaas niet naar Nederland halen voor onze evenementen. Daar zijn ze te beroemd voor en de podia te klein en ook de prijzen zijn te hoog.

Denkt u dat culturele diversiteit onmisbaar is binnen een culturele instelling?

Nee, het is niet onmisbaar. Als je als instelling genoeg bezoekers trekt heb je diversiteit niet nodig maar hoe lang je dat vol kunt houden is de vraag. Want de samenstelling van de bevolking is nou eenmaal aan het veranderen. Als je in een hutje op de hei zit dan zal diversiteit geen issue zijn.

Als de bevolkingssamenstelling van je stad heel divers is dan vinden wij ook dat de reguliere instellingen die gesubsidieerd worden een plicht hebben om er voor iedereen te zijn en iedereen te bereiken en dat ze daar hulp bij nodig hebben dat begrijpen wij heel goed daarom hebben wij ons ook specifiek op deze doelgroep gericht.

Stel je wil in Amsterdam geen diversiteit in je instelling dan hou je dat niet lang vol. We werken veel samen met bijvoorbeeld Paradiso en de Stadsschouwburg om in deze instellingen Marokkaanse programmeringen te maken, of delen daarvan zodat de doelgroep iets herkent op onbekend terrein. Dat werkt natuurlijk ook de andere kant op.

Er moet wel een element van herkenning zijn.

Hoe bereiken jullie de doelgroep?

Online, Facebook, website, nieuwsbrief, etc. We plaatsten content op diverse agenda's.

Bij sommige evenementen zoals Lazis hoef je maar een kleine groep te informeren, dan gaat het vervolgens als een lopend vuurtje en hoef je zelf niets meer te doen.

We gebruiken ook wel traditionele media om bij nieuw publiek te komen zodat ze ook weer bij ons op de nieuwe media gaan kijken. Maar in dagen van crisis is dat eigenlijk het eerste waarop bezuinigd wordt. Maar goed, hoe zwaar je ook promoot je evenement moet natuurlijk wel de moeite waard zijn om naar te komen. Breed inzetten op je promotie kan dus ook negatief werken.

Hoe weet u of iets goed is en of het aan gaat slaan?

Ik ben niet alleen. Iedereen binnen Marmoucha heeft zijn specialiteit. We vragen het publiek via fora. Daarnaast ontdek ik veel online, en ga vaak naar Marokko en bezoek ook festivals.

Steken jullie veel tijd in het hele proces?

Het verschilt, een eerste ontdekking kan soms veel tijd kosten maar daarna is het alleen maar een kwestie van onderhouden van het contact.

Doen jullie aan etnomarketing?

Wat wij doen is proberen de zaal ervan te overtuigen dat ze vooral moeten doen wat ze altijd doen zodat je het reguliere publiek in ieder geval bereikt. En dan gaan we extra op zoek naar Nederlandse-Marokkanen

Moet je per verschillende achtergrond van een doelgroep een verschillende benadering toepassen?

Ja elke doelgroep is anders. Bij de Nederlandse-Marokkanen zijn er al zoveel verschillende mensen. Opleidingsniveau, geboorteplek, etc. je moet dan specifiek op zoek en soms moet je gewoon heel breed schieten! Maar wij hebben dat eigenlijk al helemaal afgebakend. Bij wat we promoten proberen we een bepaald imago te creëren zodat een niche publiek zichzelf daarin herkent. Dan hopen we en willen we dat ze het leuk vinden.

Speelt de economische en sociale achtergrond een rol zodat ze op sommige plekken gewoon niet komen?

Misschien wel. Het is voor velen gewoon geen automatisme om bijvoorbeeld naar een museum of naar Paradiso te gaan. Neem nou de tentoonstelling in de Nieuwe Kerk 5000 jaar betrekkingen. Deze tentoonstelling trok enorm veel Marokkaanse Nederlanders. In Birmingham hadden ze een prachtig project. Een Islamitische organisatie die de emancipatie van de vrouwen wil bevorderen heeft dit bedacht. Het presenteren van een kunstobject vanuit de islamitische achtergrond. Zo vergelijken ze het kunstobject met iets vanuit de islam. Zo ziet de bezoeker hoe de vrouwen kijken met hun islamitische visie naar de kunstwerken. De islamitische organisatie heeft ook brochures uitgebracht. Zodat men met een islamitische achtergrond zichzelf ermee kan identificeren. Zo kan men een connectie vanuit zijn geloof leggen met het culturele erfgoed. Via onderwijs is misschien de beste manier om kinderen te bereiken. Het liefst zo jong mogelijk beginnen.

Is er een groot verschil in smaak tussen Berbers- en Arabische Marokkanen?

Ja en nee. Als er een artiest is uit een bepaalde regio kan het dat mensen die zelf uit die regio komen het extra aanspreekt. Sommige artiesten zijn natuurlijk zo groot dat ze dat overstijgen met gevolg dat iedereen erop af komt, bijvoorbeeld cheb Khaled. Je hebt natuurlijk wel eens het probleem dat niet iedereen de taal spreekt waarin er wordt gezongen aangezien er verschillende berbertalen zijn, maar ook hierin zie je weer artiesten die zo goed zijn dat ze het taalprobleem overstijgen.

Wat zijn de Do's en don'ts voor de doelgroep?

Dat is erg leeftijdgebonden. Je moet rekening houden met de tijden van programmering. Je kunt geen boekje bijhouden met regels voor elke doelgroep aangezien de spelregels natuurlijk altijd veranderen, daarvoor zijn doelgroepen te dynamisch. Zo zie je dat een programma op vrijdagavond steeds normaler wordt terwijl we begonnen met een zondagmiddagprogramma. Maar ook dit ligt weer overal anders. Wat in Amsterdam kan gelden is misschien in Haarlem heel anders. Het kan natuurlijk altijd dat ergens waar de sociale controle groter is sommige zaken zoals op vrijdag naar een show kijken gewoon niet kan.

Hoe krijg je de doelgroep geïnteresseerd?

Wat je ook te bieden hebt je moet proberen een soort connectie met ze te maken. Het moet ze aanspreken, ze moeten denken "hey dat is voor mij bedoeld!" er moet een element van herkenning in zitten, dit is altijd voor ons weer even zoeken hoe we dat het best kunnen brengen.

Hebt u een specifieke reden dat u dit werk doet?

Ik zag dat er vanuit de culturele sector grote behoefte aan was en het is een niche markt. Plus ik doe het uit eigen interesse.

Werkt u ook samen met Nederlandse Marokkanen?

Ja zeker. Het liefst werken we samen i.p.v. alleen.

Hoe houd je contact met je doelgroep?

We willen vaak weten wat ze bezig houdt. Hiervoor versturen we enquêtes, ook zijn we actief via Marokkaanse fora. En mensen kunnen ons altijd mailen waar ze behoefte aan hebben.

Speelt Marmoucha een rol in de vorming van de identiteit?

Ja, bepaalde uitingen van de Marokkaanse cultuur brengen we hierheen voor hen en maken het toegankelijk.

Gaan jullie je breder richten dan alleen het muziekgenre?

Bij de muziek ligt onze specialiteit. Maar we staan altijd open voor andere vormen. Zo hebben we wel eens meegedacht met stichting Doen. Ze wilde een tentoonstelling maken in het Geldmuseum. Wij hadden bedacht om dan het Marokkaanse geld te tonen en uit te leggen, want dat is herkenbaar en er is veel over te vertellen. Uiteindelijk is het niet doorgegaan maar zoals je al ziet bij Paradiso waar nu zelfs ook Marokkanen aan het werk zijn werken we hard aan het verlagen van drempels. En soms ben ik een beetje trots en heb ik het gevoel dat het mede dankzij ons is dat in Paradiso nu ook Marokkaanse medewerkers werken.

Heeft u inzicht in de bezoekerscijfers?

Nee dat hebben wij alleen tijdens onze eigen evenementen.

Verschilt de smaak van de Nederlandse Marokkanen erg van die van de autochtone Nederlanders?

Ja, maar elk mens is uniek en binnen elke doelgroep zijn weer andere behoeftes.

Bijlage 4

Interview met Kendra van Nes is werkzaam als medewerker participatie bij het Concertgebouw te Amsterdam. Interview gehouden op 7 maart 2011

Wat doet het Concertgebouw eigenlijk als het gaat om diversiteit?

Er lopen verschillende projecten. Zowel binnen de educatie als de participatie-afdeling. We hebben nog een groot project lopen wat vier jaar duurt en stopt in 2012. Het is nog onzeker of het na 2012 doorgezet wordt: Tempel zonder drempel is een project, waarin we zo veel mogelijk mensen in het Concertgebouw proberen te krijgen die er anders nooit zouden komen.

Iedereen moet bereikt worden en zich welkom voelen in het Concertgebouw. We bieden vier onderdelen aan:

1 Muziek voor de allerkleinsten (mijn project)

2 Zing en beleef. (achtergrond info over concert en daarna het concert)

3 Concertgebouw Open. Opendag van het gebouw op 25 juni. (verschillende onderdelen die dag, oa amateurs uit heel Amsterdam, talentenjacht voor kinderen van 9 t/m 12 jaar

4 Zing met ons mee. Kinderen vanaf vier jaar.

Het idee van drempelverlaging is meer kennis verspreiden zodat men weet welke muziek hier te beluisteren is en daar heb je educatie voor nodig. Je creëert meer achtergrondinformatie waardoor de drempel verlaagd wordt.

Bij de 4^{de} activiteit zie je veel diversiteit in de bezoekers omdat op vrijdag altijd de vrijdagconcerten plaatsvinden voor de basisscholen van Amsterdam. Op de basisscholen zijn er veel kinderen met een bi culturele achtergrond. De kaartjes zijn goedkoper omdat het concert maar een uur duurt. De afdeling Educatie heeft als doelstelling alle basisscholen in Amsterdam een keer per jaar te bezoeken en te informeren over het Concertgebouw. Mijn project is het 1^{ste} onderdeel. Muziek voor de allerkleinsten. Ik ga vier keer per week naar verschillende locaties in de stad om daar met kinderen van 2 t/m 4 jaar en hun ouders muziek te maken. De plekken die ik bezoek in de stad liggen vast en zijn altijd buurtcentra. Zo ben ik op maandag in Centrum Oost, dinsdag in het Bijlmerpark Theater, donderdag in Nieuw- West en vrijdag in Amsterdam Noord. Per klasje heb ik ongeveer tien deelnemers en er zou plaats zijn voor 20. Elke deelnemer krijgt een map mee met liedjes en de bladmuziek zodat ze thuis zouden kunnen oefenen. Het zijn allemaal kinderliedjes, deels door mijzelf geschreven.

We zitten in de buurtcentra om de drempel te verlagen, de mensen hoeven dan ook niet lang te reizen. Het is belangrijk om deze voorschoolse leeftijd te bereiken. Bij het Concertgebouw staat natuurlijk muziek op nummer 1, maar wat wij ook heel belangrijk vinden is de taalontwikkeling. Met dit project heb je te maken met kinderen die al kunnen spreken en ouders die de taal vaak nog niet helemaal beheersen. Ze kunnen dan samen meezingen en de ouders kunnen ook zonder schaamte mee doen en nog wat via hun kind leren m.b.t. de taal.

Door te zingen leer je de taal gemakkelijker. Ik merk wel dat het voor veel kinderen nog moeilijk is om de map thuis te gebruiken. Ik vraag elke week wel of ze iets hebben geluisterd thuis, maar het is geen vereiste. Vaak merk je in de lessen zelf wel of ze thuis naar de CD hebben geluisterd of niet.

Zitten er ook liedjes van andere landen in de map?

Nee eigenlijk niet. Maar ik benadruk elke les dat de kinderen zelf liedjes mogen meebrengen van hun eigen cultuur of wat ze mooi vinden.

Welke etniciteiten heb je zoal in je lessen?

In Amsterdam- Oost veel autochtonen en Westerse allochtonen. Zes maanden geleden hadden we een ander voorschools project waar voornamelijk Marokkaanse en Turkse mensen op af kwamen. In de Bijlmer hebben we vooral Afrikaanse en Caribische mensen. Het verschil met andere stadsdelen is dat men hier de taal goed beheerst. Nieuw-West van alles door elkaar. En in Noord vooral Turken en Marokkanen.

Heb je nooit moeite met het communiceren m.b.t de taal?

Nee bijna nooit. Alles gaat eigenlijk via de muziek hiervoor is weinig uitleg nodig.

Wat is de visie van het Concertgebouw op culturele diversiteit?

Het voornaamste publiek van het Concertgebouw zijn toch de 50+ autochtonen die ons land telt. Dit is moeilijk te doorbreken, maar met een project als de Tempel zonder Drempel willen we het toch proberen.

Zijn er veranderingen in de programmering?

We hebben natuurlijk de Wereldconcerten maar je ziet dat deze concerten ook weinig allochtonen trekken omdat de drempel te hoog is. Het wordt erg gezien als een elitaire ontoegankelijke plek. Tijdens het Concertgebouw Open komt er cultureel divers publiek.

Heb je enig idee waarom het allochtone publiek niet komt naar de Wereldconcerten?

Het Concertgebouw wordt niet gezien als een optie voor een avondje uit. Dit komt omdat ze denken dat het te duur is.

Het feit dat ze ook niet naar de Wereldconcerten komen is opmerkelijk, hoe proberen jullie ze toch te interesseren?

We proberen de hoge drempel te verlagen door bij buurtcentra te flyeren en te informeren hierover. Andere collega's geven workshops en daar zit dan automatisch een concert aan vast waar je gratis heen mag gaan. Het kinkt misschien allemaal wat idealistisch maar wij zijn toch van mening dat de jeugd de toekomst is en dat onderwijs het belangrijkste is om in te investeren. Het Concertgebouw investeert al zo'n 15 jaar aan educatie van de 2^{de} en 3^{de} generatie allochtonen.

Wat is jullie marketingstrategie?

Zoals je misschien al is opgevallen hangen er veel posters door de hele stad en flyereren we. We zijn ook veel vertegenwoordigd op muziekscholen en buurthuizen. Ook adverteren wij regelmatig in de krant.

Merk jij in je project een groot verschil tussen allochtone en autochtone kinderen?

Ik heb kinderen van twee tot en met vier jaar dus daar merk je nog niet heel erg een verschil. Vanaf vier jaar krijg je vaak te maken met een taalachterstand. Veel herhalen is dan eigenlijk het enige verschil met autochtone kinderen. Een verschil is toch ook wel de opvatting over muziek en kunst. Je ziet vaak dat allochtone kinderen niet van thuis uit een muziekinstrument bespelen en autochtone kinderen vaak wel. Bijvoorbeeld bij de Marokkaanse gemeenschap zie je vaak dat een instrument thuis spelen niet zo belangrijk is en als een kind het toch doet dan wordt het erg streng, bijna dogmatisch begeleid.

Hoe belangrijk is het dat een doelgroep zich kan identificeren?

Heel belangrijk. Het gebouw wordt geassocieerd met klassieke statigheid en voornamelijk met blanke 40+ers. Als je dit beeld zou kunnen veranderen en iets van herkenning voor de allochtoon zou kunnen maken dan zou dat geweldig zijn.

Denk je niet dat een verandering in de programmering een goede stap zou zijn?

Ja tuurlijk zou dat helpen maar het Concertgebouw blijft het Concertgebouw, een instituut voor kwalitatieve klassieke muziek en het is niet de Heineken Music Hall of Paradiso en dat willen we ook helemaal niet worden.

Wat zijn de does en don'ts voor de doelgroep?

Do: bij de kaartjes een uitleg over wat ze gaan horen wat er misschien door de componist heen ging op dat moment. Er is natuurlijk in het Concertgebouw al zo'n blad: Preludium maar als je niet in het Concertgebouw komt heb je hier ook niet zo veel mee te maken. En de taal blijft belangrijk, gebruik nooit te moeilijke taal, dit werkt ook weer drempel verhogend.

Dus taal kan je ook weer zien als een don't. Nog een do, intro-avonden, maar als je natuurlijk kijkt naar de lunchconcerten op woensdag dan heb je al een soort intro-middag.

Zijn jullie ook nog actief in andere organisaties behalve buurthuizen?

Hangt erg van de projecten af.

Is er met betrekking tot de Marokkaanse gemeenschap veel verschil in smaak met de autochtone samenleving?

Zaken uit je eigen cultuur herkennen is voor iedereen leuk. En over smaak valt niet te twisten, dat is voor ieder individu anders. Veel wat er in het Concertgebouw wordt getoond is voor allochtonen nieuw terrein.

Luisteren jullie naar wat je publiek wil?

Ja er worden wel enquêtes verspreid en ook het project Tempel zonder Drempel wordt dit jaar geëvalueerd.

Waar zien jullie de grote kansen liggen als het gaat om diversiteit?

Veel projecten lopen in het begin moeizaam het heeft veel te maken met het vertrouwen winnen van anderen. Vaak zie je dat pas na een jaar een project een beetje van de grond komt. Dus geld en doorzetten is heel belangrijk. De eerste generatie allochtonen is eigenlijk bijna niet meer te bereiken. Maar via deze generatie kunnen wij de tweede generatie bereiken. Met muziek projecten zoals “muziek voor de kleinsten”

Welke rol speelt het Concertgebouw in de ontwikkeling van de persoonlijke identiteit?

Het concertgebouw speelt een grote rol hierin, een voorbeeld: 15 vrouwen waren nog nooit in de buurt van het Concertgebouw geweest. Terwijl ze al veertig jaar in Amsterdam wonen. Door het Concertgebouw te bezoeken zal hun identiteit ook veranderen.

Waar het eerst een vreemde ontoegankelijke instelling voor ze was, hebben ze nu kennis genomen van de muziek en de plek.

Besteden jullie veel tijd en geld aan onderzoek naar de doelgroepen?

Ja dat gebeurt. Degenen die de projecten uitvoeren doen dit zelf niet, maar andere afdelingen binnen het Concertgebouw, aan de hand van enquêtes etc. Het is belangrijk om te achterhalen waar je doelgroep zich in thuis voelt.

Denk je dat de sociaal-economische achtergrond een rol speelt?

Zeker, maar vooral het idee dat het Concertgebouw een elitaire instelling is speelt een grote rol. Het Parool had laatst een mooie kop: Het Concertgebouw is goedkoper dan een dagje Efteling. Mensen moeten zich dat gaan realiseren. (al ben je met een dagje pretpark wel een hele dag bezig en het Concertgebouw slechts 2uur) Het is eerder het idee dat mensen klassieke muziek niet in hun cultuur vinden passen.

Doen jullie ook aan randprogrammering?

Jazeker, We organiseren workshops en lezingen een halfuur voor dat het concert begint.

Bijlage 5

Interview met Siebe Weide directeur van de Nederlandse Museumvereniging. Interview gehouden op 31 maart 2011

Wat is jullie visie op de culturele diversiteit?

In mijn eigen woorden: culturele instellingen moeten zich bewust worden van wat er relevant is voor hun instelling met betrekking tot diversiteit. Er moet een onderscheid zijn hierin tussen publiek, aanbod, personeel en bestuur. Diversiteit hoort in alle lagen. Je moet je bewust zijn van de mate waarin je cultureel divers bent en wilt zijn. De Code Culturele diversiteit is een hele gezonde stap, want er was een tijd dat je cultureel divers moest zijn hoe dan ook. Dit leidde tot malligheden

Natuurlijk moet niets zolang ze zich er maar van bewust zijn. In eerste instantie moest het wel, was het een vereiste maar het wordt steeds meer vanuit eigen initiatief gedaan want als het van bovenaf opgelegd wordt kan het de "echtheid" aantasten. Je kan mensen met een andere culturele achtergrond niet een onecht iets aanbieden. Daar trappen ze niet in. Dat is ook een les die wij geleerd hebben. Diversiteit moet ontstaan uit eigen beweging en niet vanwege subsidies of uit verplichting. Er is een vertaalslag nodig vanuit de samenstelling van de bevolking. Die steeds meer verandert en de realisatie hiervan is belangrijk.

Hoe krijg je ze geïnteresseerd?

Dat is het sterke van de Code Culturele Diversiteit, je dwingt mensen tot het nadenken over onder andere diversiteit.

Moet het van bovenaf opgelegd worden?

Nee, het moet een handreiking zijn. De Code Culturele Diversiteit lijkt op de *Cultural Governance*, die testte hoe het gesteld was met de diversiteit binnen het bestuur en hoe het zou moeten zijn. Het was geen verplichting maar het werd wel een soort norm zowel uit sociaal oogpunt dat had te maken met de aansprakelijkheid en het verkrijgen van subsidie. Het is ondenkbaar dat een culturele instelling zegt die code *cultural governance* daar hebben we niks mee. Wat betreft onze eigen Code Culturele Diversiteit hopen wij natuurlijk dat hij een zelfde soort ontwikkeling door gaat maken en de bewustwording bij mensen vergroot.

Kan een conservator nog een tentoonstelling maken over "de ander" ?

Ja, want andersom moet het ook kunnen.

Moeten ze hierbij de doelgroep betrekken?

Ja het is wel verstandig, maar geen vereiste. Maar er zijn genoeg voorbeelden waar het niet gebeurde. Bijvoorbeeld beroemde sociologen maakten de meest spraakmakende theorieën over menselijk gedrag in hun eentje op een kamertje zonder contact met mensen waar ze over schreven. Het belangrijkste in mijn ogen is dat je je kan verplaatsen in een ander.

Zie je maatschappelijke ontwikkeling wat betreft diversiteit?

We hebben een trendrapport gemaakt Agenda 2026, over wat de relevante trends zijn in de komende 15 jaar, zodat de musea zich daarop kunnen voorbereiden. In het maken van het rapport hebben we natuurlijk stil gestaan bij het vraagstuk multiculturaliteit, want dat is een (demografisch)relevant onderwerp. Maar we hebben vervolgens de vraag gesteld hoe relevant is het in de komende 15 jaar? Misschien wel in demografie maar je hebt het over de tweede en derde generatie en dan komt tegen die tijd de vierde generatie aan bod. Dus neemt de relevantie van die etnische achtergrond juist toe of af naarmate de demografisch de tijd verstrijkt. Naar onze inschatting zou het kunnen zijn dat de relevantie afneemt. Dat heeft te maken met sociale dynamiek. Er komen steeds meer gemengde huwelijken en de dag dat er nog iemand is die geen Marokkaan in z'n vriendenkring heeft is niet ver weg. Met deze vermenging en vermindering van wij/zij verdwijnt denk ik ook geleidelijk aan het vraagstuk van diversiteit. De sociale dynamiek van de samenleving zorgt op den duur voor een meer *blend* in cultuur. We hebben gepraat met het CBS en het werd bevestigd dat het vraagstuk van meerdere culturele achtergronden minder een vraagstuk wordt. Het wordt steeds meer een fenomeen. Het lost zich in zekere zin vanzelf op en dat betekent niet dat iedereen een Hollandse cultuur aanneemt maar het wordt vanzelfsprekender en zeker in stedelijke context. De stedelijke context wordt de komende 15 jaar alleen maar belangrijker, verstedelijking neemt toe.

Ik zie de ontwikkeling van dit vraagstuk optimistisch tegemoet. Dat betekent niet dat we niks moeten doen. Het toepassen van de code is in mijn ogen een belangrijke tool. Op korte termijn investeren is dus belangrijker dan op lange termijn. Ik heb mezelf verplicht om de code toe te passen. Ik heb nu een vacature en ik ga kijken hoe kan ik zorgen dat deze vacature ook onder de aandacht komt bij mensen met een andere afkomst. Omdat ik zelf heb meegewerkt aan de code moet ik extra mijn best doen.

Jij zegt in feite dat het wij en zij denken over 15 jaar minder wordt?

Ja, Er zijn dan meer gemengde huwelijken. De kans dat je dan zegt ik ken geen Marokkaan en ik ken geen Turk in mijn vriendenkring zal veel minder voorkomen.

Wat zijn in uw ogen de sterkte en zwakte punten van musea in het algemeen?

Sterk: ze hebben de spullen collectie en de kennis. Het is relatief een monopolie. De spullen zijn een monopolie, de kennis is relatief een monopolie. Musea worden erkend als autoriteit, betrouwbaar en zijn een belangrijk onderdeel van de samenleving

Zwak: dat heeft natuurlijk met hun kracht te maken, het is SAAI, niet voor iedereen. Op de vraag waar kan op bezuinigd worden wordt vaak genoemd kunst, maar musea zelden, terwijl men de deur niet plat loopt.

Hebben musea een imago probleem?

Nee, niet alleen dat, het is hun kracht en hun hindernis het imago. Het museum is voor iedereen maar hoe krijgen we dat voor elkaar? Op verschillende manieren. Bijvoorbeeld het Museumweekend. Dit weekend trekt mensen die anders niet komen. Sommige mensen komen dan wel maar 1 keer, maar dat is prima. Ik ben tevreden als men tenminste een keer een museum

bezoekt. De museumkaart waar ze dan mee in aanraking komen maakt het natuurlijk mogelijk dat mensen vaker komen omdat het dan goedkoop is dus dat leidt tot meer bezoek. We hebben www.museum.nl en in het verleden hebben we met de AVRO een programma gemaakt, Museumgasten. We gebruiken collectieve promotiemiddelen en zoeken een nieuwe context om nieuwe mensen te interesseren. We willen het beeld dat men heeft van musea veranderen, musea zijn niet alleen saai en autoritair maar plezierig.

Is herkenning belangrijk voor de doelgroep?

In de context van jouw onderzoek? Ja en nee. Een tentoonstelling werkt als het iets met je doet, dat KAN herkenning zijn, het hoeft niet. Het kan ook juist iets heel vreemds zijn waardoor het weer interessant is. Historische musea zijn een grote faculteit in museumland. Hier zal herkenning een lastig vraagstuk zijn. Maar de oplossing is niet moeilijk, het is ook jouw verleden, niet alleen dat van mij, waarom zou het voor mij dan interessanter zijn dan voor jou? Het openstaan voor je omgeving, de geschiedenis willen weten waar je woont zou het probleem oplossen. Waarom zou een Nederlandse Marokkaan die hier geboren is de Marokkaanse geschiedenis willen weten?

Klopt het dat de code voorlopig in de ijskast is verdwenen?

Nee dat klopt niet, hij wordt 21 april gepresenteerd. (In de OBA om 15:00uur) De code is ontstaan vanuit een onderzoek dat Plasterk, toenmalig minister van cultuur heeft laten doen. Toen hij vertrok wilde, Halbe Zijlstra deze code niet aannemen. Maar wij hebben altijd in de code geloofd en hem gewoon toegepast en nu wordt hij gepresenteerd.

Moeten culturele instellingen meer hun best doen om de doelgroep te betrekken?

Je zou de tafel van zes stuk moeten lezen²⁰⁰. Uit de conclusie blijkt dat de positie die kunst en cultuur in de maatschappij hebben niet recht doet. De erkenning van kunst en cultuur doet geen recht aan de inherente waarde van kunst en cultuur. Dit onder meer door slechte pers en slecht imago. Dit heeft onder meer te maken met het feit dat kunst en cultuur steunen op subsidie. Dit is zeer ten dele waar, maar je merkt dat kunst nu opeens wordt genoemd. Dit was twintig jaar geleden niet zo. We hebben een maatschappelijk probleem. En nu wordt er ook nog eens enorm bezuinigd op kunst en cultuur.

Heeft het veel met politiek te maken dat de kunst en cultuursector zo moet lijden?

In die zin wel dat er meer onderwijs zou moeten zijn op kunst- en cultuurgebied. Er zouden meer partnerschappen moeten komen bijvoorbeeld tussen horeca en musea. Hoe vaak gebeurt het wel niet dat je in de stad op een terrasje zit en je vraagt de bediening waar een museum zit en dat niet weet. er is gewoon geen kennis.

Beseffen in welke omgeving je staat als museum is het begin van je maatschappelijke positie bepalen en hierna stappen ondernemen. Kunst en cultuur is nou eenmaal geen commerciële business en blijft fragiel en afhankelijk van subsidies. De steun kan veelvoudiger zijn maar hier moet de culturele sector aan werken.

²⁰⁰ Notitie, Minder waar het kan, beter waar het moet, een pleidooi voor een andere rol van de overheid

Moet er veel tijd en onderzoek in de doelgroep worden geïnvesteerd?

Met de etnomarketing in ons land is het nog erg slecht gesteld. Het is nog een onontgonnen gebied dat moet echt beter.

Moeten we wel blijven investeren in de doelgroep ook al komen ze gewoon niet?

Nee dat moeten we niet. Maar ik stel je dan weer de vraag: wie zijn “ze”? de tweede generatie? Dat is dan heel anders dan de eerste generatie, dat is een verloren generatie. Bij de tweede generatie zie je al veel sociale stijgers om het zo maar te noemen, die het allemaal uitstekend zelf kunnen zonder dat je extra in ze investeert. We zien ook dat het een erg kinderrijke groep is, dus onderwijs wordt steeds belangrijker. Desnoods via gezinsbezoeken of via de scholen kunnen we ze bereiken. Het is natuurlijk demografisch gezien een erg interessante groep. En een interessante markt, want ja, een markt is en blijft een markt. En ze zijn ook echt wel te vangen, je moet alleen weten hoe en het ongedwongen houden, anders is het snel nep. Gewoon uit echtheid en echte interesse komen ze dan maar een keer, dat maakt helemaal niet uit. Bijvoorbeeld met de museumnacht komen ook veel mensen alleen die ene keer per jaar naar het museum. Maar dat is in mijn ogen geen probleem. De eerste generatie is een moeilijk vraagstuk. Ik denk dat je die niet meer moet willen kunnen bereiken.

Moeten culturele instellingen die zich niet bezighouden met diversiteit sancties opgelegd krijgen?

Nee, maar ze moeten het wel kunnen onderbouwen. Als ze naar de code kijken en zeggen die is voor onze instelling niet relevant en ze onderbouwen dit, dan is dit prima.

Hoe krijgen we een structurele verandering in de culturele instellingen i.p.v. het projectmatige diversiteitsbeleid?

Dat is een moeilijke vraag. Nu met de bezuinigingen gaat dat extra moeilijk worden. Even een basis marketing les: je moet een nieuw segment nooit een keer aanboren, dat is verloren tijd. Dus je moet investeren in elk segment en het onderhouden. Zo zou je misschien langzaam structurele veranderingen kunnen krijgen en de omslag dat de subsidie niet het belangrijkste is maar de geloofwaardigheid van je product. Neem het Gemeente Museum in Den Haag met hun project waarmee ze de achterstandswijken ingaan en daar mensen gratis naar het museum laten komen. Alles wordt betaald, zo een project kost verschrikkelijk veel geld maar het is een geweldig project, dat later wat oplevert.

Speelt de sociale en economische achtergrond een grote rol?

Ja, alleen moet je wel bedenken dat de tijd verandert en dus de sociale en economische toestand van mensen ook. Twee dingen zijn erg belangrijk, ten eerste onderwijs en ten tweede zit het in je of niet? Zit het in je en wordt het vanuit thuis gestimuleerd of merk je opeens dat het in je zit vanuit een opleiding?

Daarom is onderwijs in kunst en cultuur zo belangrijk dat je bij mensen die de interesse hebben, maar van thuis uit niet gestimuleerd worden, toch de kans hebben kunst en cultuur te ontdekken en het gevoel te ontwikkelen. Tijdens de Marokko tentoonstelling was er een audiotour in het Berbers. Politiek onverantwoord maar, het was een briljant idee en het sprak veel mensen aan.

Waar liggen de grote kansen voor culturele instellingen in het algemeen en wat diversiteit betreft?

De vergrijzing is een grote kans. De babyboomers van Europa en Noord-Amerika gaan nu met pensioen, ze zijn welvarend, gezond en goed opgeleid. Voor de economie is deze vergrijzing natuurlijk weer eerder een bedreiging. Ze consumeren wel, maar produceren niets. De babyboomers grijpen terug op de geschiedenis naarmate ze ouder worden. We zouden wel weer nieuwe gastarbeiders nodig hebben op den duur.

Gaan we dan weer dezelfde fouten maken als in de jaren `60 en `70?

Nee, ik denk het niet. De fout die we toen hebben gemaakt is dat we de grens dicht hebben gegooid toen ze binnen waren. Terwijl veel gastarbeiders niets liever wilden dan terug naar hun land van herkomst, maar wij maakten ze dat onmogelijk. Ze mochten van de Nederlandse regering wel hun familie overhalen. Nou ja de rest is geschiedenis. Maar de tijd gaat goede ontwikkelingen met zich mee brengen zowel voor het personeel als voor de bezoeker. Misschien gaat het de 2^{de} generatie nog niet helemaal lukken maar de 3^{de} gaat het zeker helemaal maken.

Bijlage 6

Interview met Rabiaa Benlahbib, directeur: Kosmopolis Den Haag werkte onder meer als programmeur voor RASA Wereldcultuurcentrum te Utrecht. Interview gehouden op 2 maart 2011

Wat is de visie van Kosmopolis als het gaat om diversiteit?

Het doel is de interculturele dialoog te bevorderen via kunst en cultuur. Wat leeft er in bijvoorbeeld Den Haag, Rotterdam of Utrecht en andere steden waar we actief zijn en wat speelt er in het land van herkomst van het publiek? Zo zorg je voor een soort wisselwerking.

We proberen zo een genuanceerd mogelijk beeld te schetsen en realiseren ons dat er binnen elke bevolkingsgroep nog een enorme diversiteit bestaat. Een mooi project om als voorbeeld te gebruiken was Cultuurcinema. Verschillende culturen werden hierin belicht met sprekers en films uit het land. Het publiek kon later zelf kiezen welke film hun land het best vertegenwoordigt en welke film ze wilden zien diezelfde avond. Je krijgt dan een goed beeld van de verschillende culturen. De culturen die te maken hebben gehad met oorlogen zoals Iran en Argentinië hechten hele andere waarden aan hun cultuur. De oorlog is vaak de reden van hun migratie en daarom is hun thuisland anders dan voor anderen.

Hoe gaat Kosmopolis precies te werk? Hebben jullie een eigen podium?

Nee, we hebben geen eigen podium en doen dit expres niet. We integreren in andere culturele instellingen en maken samen met hen, niet voor hen, een voorstelling of een ander cultureel evenement. We proberen een goede afspiegeling van de samenleving te zijn. We zijn dus niet specifiek op Marokkanen of op Turken gericht.

Jullie zijn eigenlijk een soort kenniscentrum voor anderen?

Ja, zo zou je dat kunnen zeggen. We ontwikkelen programma's voor de verschillende podia in de hoop dat ze dan in het vervolg ook zelf programma's gaan ontwikkelen. We functioneren eigenlijk als schakel tussen de allochtonen en de culturele instellingen.

Wat is jullie marketingstrategie?

We doen veel aan etnomarketing. Hier komt natuurlijk eerst veel onderzoek bij kijken welk podium geschikt is voor welke doelgroep. We dragen ook ambassadeurs voor. Binnen de Marokkaanse gemeenschap zijn dit verschillende personen. Meestal personen die veel respect en vertrouwen genieten binnen hun gemeenschap. Zij zijn eigenlijk weer de schakel tussen de Marokkaanse gemeenschap en ons. Deze ambassadeurs hebben vaak een groot netwerk en via mond tot mond reclame komen dan Marokkanen uit alle hoeken van Nederland. Dat werkt geweldig. Ze denken mee in het proces wat wel en niet geschikt zou kunnen zijn, we gebruiken de ambassadeurs niet alleen als boegbeeld.

Zie je een maatschappelijke ontwikkeling binnen de diversiteit in Nederland?

Mensen beginnen zich langzaam wel anders op te stellen tegenover anderen. Er wordt meer geïnvesteerd om een goede afspiegeling van de maatschappij in de culturele instellingen te krijgen.

We maken programma's met de stad, niet voor de stad. We hebben nu een project lopen met Diligentia in Den Haag. Genaamd 2.0. We bieden vraaggerichte programma's aan wat het publiek wil niet wat de programmeur zelf graag maakt.

Hoe weet je wie je publiek is?

Hiervoor doe je uiteraard onderzoek. Je kijkt naar de volgende dingen: hoe groot is het kader van je podium, wat is de uitstraling, is het shabby of sjiek, voelt de doelgroep waarop we ons richten zich in deze omgeving prettig? Elke doelgroep heeft andere behoeften en daar proberen wij zo goed mogelijk op in te spelen. Je onderzoekt wat ze zouden willen zien en gaat in gesprek met verschillende instellingen bijvoorbeeld een Marokkaans buurthuis en zij gaan dan vervolgens weer in gesprek met hun achterban. De drempel voor theater is en blijft hoog voor de meeste allochtonen.

Hoe bereik je ze dan toch en krijg je ze naar de voorstellingen?

We gaan vaak de straat op en spreken mensen aan om ze zo enthousiast te maken.

Wat moet je vooral nooit doen?

Je moet nooit iets neer willen zetten op een podium waarvan je denkt "dat willen ze zien." Doelgroeponderzoek is belangrijk. We hebben elk half jaar een aantal studenten die stage lopen bij ons. In elk facet van het bedrijf. Zo leren ze het reilen en zeilen binnen een organisatie en ze maken hun achterban ook weer geïnteresseerd.

Wat voor studenten zijn dit?

Voornamelijk ook allochtone studenten van verschillende opleidingen. De meest voorkomende opleidingen zijn Culturele Maatschappelijke Vorming, Marketing en Eventplanning. Je moet vooral nooit uitgaan van een groep. Er is altijd variatie ook binnen een groep. Eerst moet je vragen wat ze willen, je kunt niet uitgaan van het feit dat alle Marokkanen hetzelfde willen zien. Je ziet ook een groot verschil per stad.

Hoe uit het verschil in steden zich?

In Den Haag zijn de mensen wat statiger. Je hebt eigenlijk geen middenklasse in Den Haag. Amsterdam heeft over het algemeen een grotere groep elitaire Marokkanen die dus ook meer geïnteresseerd zijn in culturele uitstapjes.

Wat moet je vooral wel doen?

Je moet per stad kijken wat past. Rotterdam bijvoorbeeld is erg wijkgericht. Den Haag is een ambtenarenstad en Utrecht heeft de grootste Marokkaanse gemeenschap. Op al deze zaken moet je inspelen. Je moet goed uitzoeken voor wie je wat doet.

Moeten we de Marokkanen wel willen bereiken?

Ja natuurlijk. Je moet iedereen in je samenleving willen bereiken. Je moet alleen goed kijken wat bij wie past. Bijvoorbeeld de eerste generatie Marokkanen moet je niet altijd willen bereiken omdat dat een bijna onmogelijke taak is, maar als je bijvoorbeeld in een klein buurttheatertje in Den Haag iets

organiseert heb je grote kans dat hun kinderen ze mee nemen. De 2^{de} en 3^{de} generatie hoef je eigenlijk nauwelijks nog op een speciale manier te benaderen, zoals bij de eerste generatie.

Moeten we juist wel de" ANDER "zo erg benadrukken?

Het wij/zij denken wordt steeds groter. Kosmopolis zoekt daarom juist altijd naar overstijgende thema's om deze manier van denken te voorkomen. Wij zijn meer op zoek naar de vraag: wat doet het met de mens om meerdere culturele achtergronden te hebben?

Waar liggen de grote kansen wat betreft de culturele diversiteit binnen de kunst en cultuur?

Verschillende antwoorden zijn hier mogelijk. Je moet de doelgroepen laten mee denken. Leer van de ambassadeurs die we in dienst hebben, die vaak vertrouwde en gerespecteerde mensen zijn binnen hun eigen gemeenschap. Je moet luisteren naar je publiek. Een programmeur moet niet voor zichzelf werken en z'n eigen creatie neer willen zetten maar voor het publiek iets moois willen maken. Het theater wordt al een beetje gezien als een soort ivoren toren. Samenwerken met het bedrijfsleven, ondernemers, taxichauffeurs en culturele instellingen is ook erg belangrijk en leerrijk.

Moeten culturele instellingen meer doen om allochtonen binnen hun instelling te krijgen?

Veel instellingen doen het goed. Bijvoorbeeld het Haagse Gemeente Museum stopt in wijkkranten een tegoedbon en investeert in gratis vervoer naar het museum. Dit werkt erg goed. Het museum ziet ook dat hier veel herhaalbezoeken uit voort komen.

Maar zijn dit soort acties dan niet eenmalig en als de acties voorbij zijn dat de mensen dan niet terug komen?

Randprogrammering is ook erg belangrijk en werkt vaak goed voor herhaalbezoeken van mensen. De Haagse Schouwburg had een India festival waarnaast ze ook workshops gaven. Zo zijn er meer voorbeelden. Voordelen van randprogrammeringen zijn ook dat mensen kunnen netwerken en wat sociale contacten kunnen aanhalen wat voor veel mensen erg belangrijk is. Zo ontstaan er weer contacten en is er een dialoog tussen verschillende bevolkingsgroepen binnen de stad.

De "Code Culturele Diversiteit" daar werken jullie ook mee, vond je het een probleem dat deze in de diepvries is verdwenen?

Nee, vind ik geen probleem. Zo een code werkt erg beperkend. Zeker zijn de punten in de code erg belangrijk maar je moet het mensen niet willen opdragen, maar ze moeten het uit eigen beweging willen. Veel organisaties realiseren zich ook dat ze wat moeten doen met de andere doelgroepen en doen enorm hun best. Het werkt niet goed als je van bovenaf oplegt dat 1 op de 10 medewerkers van allochtone komaf moet zijn, het valt overigens ook helemaal niet te meten. Instellingen moeten het echt zelf willen, want het kost energie. Een instelling kan dat willen uit interesse of uit echte noodzaak omdat de zaal voller moet. Dat zijn veel sterkere argumenten dan een code.

Je ziet steeds meer bekende Marokkaanse acteurs verschijnen in het theater, wat een herkenning is voor de doelgroep waardoor ze de voorstelling bezoeken. Moeten we deze acteurs misschien aan musea gaan koppelen?

Randprogrammering is erg belangrijk. Vooral voor musea. Ze moeten het overigens wel echt zelf willen niet uit noodzaak voor een subsidie. Het Museon doet het goed door de Riftourbus met immigratiegeschiedenis, die door de buurten rijdt in Den Haag.

Bijlage 7

Resultaten van de enquête onder de Marokkaanse Nederlanders.