

Paradigma Shift

DOOR JAAP VAN LUIJK (MANAGING PARTNER BIJ BMC)

COLUMN UITGESPROKEN BIJ DE OPENING VAN DE CULTUUREDUCATIEBELEIDDAG 2011

Het is als met recepten en culinaire producten. Eens zie je voor het eerst de nieuwigheid op je bord. Later weet je niet meer wanneer dat 'eens' ook al weer was en inmiddels heb je het product toegevoegd aan je vaste patroon van '*things to eat*'.

Ooit was je verrast door de artisjok en zoveel jaar later kun je zelf verrast zijn door mensen die zich door een artisjok laten verrassen. Bij de kassa van de Jumbo ben ik regelmatig iets tussen verbijsterd, verrast en geamuseerd in als de kassastudente vraagt : 'Meneer, wat is dit?' en een mango omhoog houdt of een avocado.

Zo gaat het ook met hypes in de taal. De allereerste keer raak je geïntrigeerd door iemand die op bijzondere wijze: 'OK!' uitroept; origineel, het heeft wel iets. Korte tijd later ontdek je dat het om epidemische taalverspreiding gaat. Vreselijke gewoonte van mensen die denken er bij te horen om 'OK!' uit te roepen. En nog even later betrap je jezelf er voor de eerste keer op dat je hebt afgeleerd om 'prima' te zeggen, of 'interessant' of 'dat wist ik niet' of 'wat verschrikkelijk allemaal wat u daar vertelt en dat al die sterfgevallen in de familie u in veertien dagen tijd zijn overkomen en dan kreeg u ook nog uw eigen diagnose te verwerken!', maar dat je in plaats daarvan 'OK!' zegt en je bent inmiddels vergeten wanneer je dit oude nieuwe woord voor het eerst in de oren kreeg.

'*Paradigma shift*'. Geen idee wanneer en door wie ik het voor het eerst kreeg voorgeschoteld. Maar het maakte per direct de vereiste indruk.

'*Paradigma*': plechtig, conservatief Grieks woord dat staat voor 'voorbeeld' of 'model'.

'*Shift*': progressief Engels staat zowel voor 'draai' als voor 'wisselploeg'. De preciese betekenis maakt wel veel uit. Want ik wil bij een heuse *paradigma shift* graag weten of ik mij eenmalig fundamenteel aan een gewijzigd wereldbeeld aanpas of geacht word in een soort van ploegendienst steeds weer nieuwe modellen aan te hangen.

Is het aantreden van het kabinet-Rutte een heuse *paradigma shift* of moeten we op snelle verkiezingen rekenen en vormen de in- en uitgang van het Torentje een vlotte draaideur voor volgende ploegen, pardon: *shifts*?

Hoe dan ook, de ware *paradigma shift* verleidt ons om uit onze wereld te stappen en er dan op afstand met frisse ogen naar te kijken. En intussen liefst ook even naar de burens te turen: hoe zij het doen. Om terug te keren en je binnen de kortste tijd niet meer te kunnen voorstellen dat je wereld was zoals ie was.

Een markant voorbeeld van een *paradigma shift* op de markt heb ik altijd de verandering in het vliegverkeer gevonden, ingezet door Ted Branson en de zijnen.

Vroeger – nou ja, hoe vroeger? – stond ook de meest eenvoudige vlucht gelijk aan 'het ondernemen van een vliegreis'. Tickets bestellen bij het reisbureau, toegezonden krijgen in een dikke enveloppe, meenemen en uit laten scheuren op Schiphol. Welkom geheten door het voltallige cabinepersoneel, kopje koffie, nog een kopje koffie, ontbijt, lunch... op handen gedragen, in de wolken.

Maar zo bijzonder bleek vliegverkeer niet. En in de bus kregen we toch ook geen gratis sandwich uit een cellofaanverpakking? De *air-business* ging voor *costleadership*. De kostenreductie is voor de ondernemer; wij willen tóch onze koffie en sandwich uit cellofaan en betalen daar apart voor. Maar via internet bestelden we het ticket en reserveerden we de stoelen zelf en we rekenen op geen enkele luxe die de bus of de trein ook niet heeft.

Erik Akkermans, een collega van me, heeft ooit op een workshop van Kunstconnectie over cultureel ondernemerschap het voorbeeld genoemd van een gemiste *paradigma shift*. De Firma Hartman is groot geworden door heel Nederland te voorzien van lelijk, maar onvergankelijk plastic tuinmeubilair. Een ware marktleider, die na verloop van tijd echter de modelwijziging miste: mensen gingen voor duurzaam, voor luxe en voor belevenis; ze verraaiden het plastic voor hardhouten meubelen, relatief goedkoop in Azië vervaardigd. Hartman zag het niet of te laat en verloor zijn positie in de markt.

Ik kan daar ook nog een andere persoonlijke ervaring aan toevoegen. Toen ik in mijn tweede baan als dienstweigeraar werkte bij de Zeeuwse Jeugdraad, gaf ik adviezen aan het Nationaal jeugdfonds, Jantje Beton. Als de speeltuin in Renesse op Schouwen Duiveland een nieuwe wip nodig had, reed ik met mijn baas, de secretaris van de Jeugdraad, vanuit Middelburg naar Renesse, namen daar de situatie op, reden terug naar Middelburg, alwaar na een week hard werken er een fantastisch advies lag; kort samengevat de wip was onmisbaar voor de jeugd van Renesse. Nooit gedacht dat deze vorm van advisering wel eens inefficiënt zou worden gevonden.

Een *paradigma shift* vooronderstelt dat je naar je veranderende omgeving kijkt. Een goed voorbeeld van gewijzigde modellen zien we in kleinere steden waar vroeger de aanwezigheid van één plaatselijk hotel, een politiebureau, een treinstation en een postkantoor voor de hand lagen; je dacht daar niet eens bij na.

Maar in veel stadjes is in de jaren zestig het hotel dicht gegaan en misschien in de jaren negentig alsnog vervangen door een Van der Valk aan de snelweg of een Bastion bij het industrieterrein. Het politiebureau is opgeheven; de politie rijdt aan vanuit een naburige gemeente. Het stationsgebouw is vervangen door een onbemande treinhalt bestaande uit een perron, een ticketautomaat, een wachthuisje en een afvalbak. En het postkantoor heeft zijn diensten overgedaan aan derden. Bij voorbeeld aan de tussens de 'Broderie' en de 'Luncheonette' – ja, de Nederlandse middenstanders zijn creatief met taal! - gelegen 'gemakswinkel'. Of aan de supermarkt die daarmee als sociaal trefcentrum aan betekenis wint. Misschien kun je daar straks ook de diensten van de bibliotheek aangeboden krijgen.

Nog één voorbeeld – het komt steeds dichterbij! – tenslotte. Dagblad Trouw is gestopt met het geven van cadeautjes aan nieuwe abonnees. Voor bestaande, loyale abonnees is het nooit leuk om te zien dat alleen nieuwkomers worden getrakteerd, al is dat het bestaande paradigma. Trouw heeft nu iedere zaterdag, voor oude én nieuwe abonnees, een aflevering van een fotografie cursus. Slimme marketing. En wie weet het begin van uw dagblad als kunstencentrum. Want het krijgt vast een vervolg in de vorm van een digitaal forum.

De verarmende gemeenten, de bezuinigende provincies, de kaalslaande rijksoverheid: ze dwingen om na te denken over andere modellen van dienstverlening door bibliotheken, centra voor de kunsten, theaters, cultuurbemiddelaars. 'Denk na over een paradigmashift!'. Dat is net zo'n onhandige uitspraak als 'Verzin een list, jonge vriend!'. Een list verzin je niet: je komt op een list. De *paradigma shift* is eerder de vrucht van iets onverwachts uitvinden dan van een dag ijverig vergaderen. Maar wat helpt is om, naar veranderende werelden te kijken. Hoe God uit Jorwerd verdween. Hoe Mohammed in Bos en Lommer kwam. Hoe het openbaar vervoer werd aanbesteed. Hoe je bij Albert Heijn je kleding naar de stomerij kon gaan brengen. Hoe de Kunstuitleen 'Artservice' werd. Hoe de kruidenier verdween en de Turkse ... kruidenier kwam. Hoe de SP zijn verkiezingscampagne per *crowdmail* deed. Hoe *tweets* een politiek risico werden. Hoe Hyves honderden nieuwe orgaandonoren verzamelde. Hoe de cultuureducatie...

En daar komen we aan bij het onderwerp van vandaag. Er zijn voldoende ingrediënten voor een paradigmashift in de cultuureducatie. Cultuur is uit en wordt beschouwd als een linkse hobby. Het



culturele veld stort zich in de media uit om deze opvatting te bestrijden. Wordt het juist dan geen tijd dat we de veranderende omgeving accepteren en vanuit geheel andere opvattingen kijken naar cultuureducatie. Is al dat subsidiegeld wel nodig, kan het niet gewoon met minder en dan beter, kunnen we het runnen als een bedrijf met omzet en winst? De omgeving beweegt, nu het culturele veld nog!

