

Inleiding

In onze huidige maatschappij waarin onze multiculturaliteit veelzijdigheid en onzekerheden met zich meebrengt, waar mensen de neiging hebben stevig vast te houden aan dat wat ze kennen en dit als hun eigen identiteit verdedigen en waar de individualisering tot gevolg heeft dat mensen zichzelf en hun levensvisie soms wel heel erg serieus nemen, kunnen we mijns inziens wel een handje van humor gebruiken. Humor brengt de lach, humor maakt de wereld vrolijker, schept banden. Humor bakent af en trekt grenzen in sociale verbanden. Humor bindt en humor onderscheidt, sluit uit. Humor maakt verhalen aantrekkelijk en relateert in persoonlijke verhalen. Verhalen waarmee jongeren hun eigen gedrag toetsen aan de werkelijkheid, verhalen waarin gedachten en gevoelens begrijpelijk worden gemaakt.

De vraagstelling in deze scriptie is ontstaan vanuit verschillende interesses. Wat is het belang van verhalen in een maatschappij waarin identiteitsvorming een steeds moeilijker opgave lijkt te worden? Op welke manier uiten jongeren zich en in hoeverre hebben maatschappelijke ontwikkelingen hier invloed op? Wat kan mijn rol als CMV'er zijn om hierin te ondersteunen, te begeleiden of kan ik hierin faciliteren? Hieruit is de volgende vraagstelling gerold:

'Hoe kan ik als CMV'er door middel van de culturele werkvorm verhaal, humor inzetten om met jongeren te werken aan hun identiteitsvorming en sociaal-culturele participatie?'

Om antwoord te kunnen geven op deze vraagstelling zal ik in de verschillende hoofdstukken op zoek gaan naar antwoorden op de volgende deelvragen:

- Wat is humor?
- Welke mogelijke functies heeft humor?
- Wat zijn culturele werkvormen en met welk doel worden deze ingezet?
- Wat bedoelen we met verhaal als culturele werkvorm?
- Kan humor een culturele werkvorm zijn?
- Wat zijn de voorwaarden om humor als zodanig te ervaren?
- In hoeverre is er bij jongeren in de leeftijd van 12 tot 18 sprake van identiteitsvorming en waarin uit zich dit?
- Wat is het belang van sociaal-culturele participatie van jongeren?
- Op welke manier kan de CMV'er een bijdrage leveren in de identiteitsvorming en sociaal-culturele participatie van jongeren?

In het eerste hoofdstuk van mijn scriptie ga ik in op een aantal algemene omschrijvingen van humor, gevolgd door enkele relevante sociale en culturele functies van humor. In dit hoofdstuk zal ik uitleggen wat ik in deze scriptie onder humor versta.

Het tweede hoofdstuk van deze scriptie gaat over verhaal en zijn maatschappelijke waarde. In dit hoofdstuk zal ik bovendien ingaan op de functie van beeldvorming in verhalen en het gebruik van humor in verhalen. In hoofdstuk drie besteed ik aandacht aan wat binnen CMV onder leren wordt verstaan, waarin ik onder andere inga op sociaal-culturele participatie, kunstanimatie, ervaringsleren en culturele werkvormen. In hoofdstuk vier staan jongeren centraal en hun identiteitsvorming in de adolescentiefase, op de leefwereld van jongeren en hoe jongeren zich verhouden tot de beeldcultuur waarin we leven. Vervolgens zal ik de koppeling leggen tussen jongeren en humor en jongeren en verhalen. Het vijfde hoofdstuk bestaat uit enkele praktijkvoorbeelden van projecten met voor deze scriptie relevante facetten. In het zesde en laatste hoofdstuk staat mijn programmavoorstel centraal, waarmee ik op praktisch niveau antwoord geef op mijn vraagstelling.

1.1 Inleiding

Iedereen weet wat humor is. Humor is aantrekkelijk. Humor op televisie, humor in strips, mensen met humor; het trekt aan. In deze snelle tijd is humor een manier om orde te scheppen in de chaos. Humor is cultuur en net als deze cultuur veranderlijk. Humor is een onderdeel van de communicatie tussen mensen, en bestaat dus in samenhang met anderen. Ook bestaat zo iets als "gevoel voor humor". Dit laatste insinueert dat humor een vaardigheid is, waar je talent voor kunt hebben en iets wat moeilijk te beredeneren is.

Iedereen weet wat humor is en je zou zeggen dat het hierdoor toch mogelijk moet zijn dit uit te leggen. Niets blijkt minder waar. Het geven van een beschrijving van humor is zo moeilijk omdat het voor iedereen anders is. Velen hebben een ander 'gevoel voor humor' en daardoor is het onmogelijk eenduidig te zijn. In dit hoofdstuk zal ik ingaan op een aantal omschrijvingen, functies en definities van humor. In paragraaf twee laat ik de veelzijdigheid van humor zien om vervolgens in paragraaf drie de selectie van de voor deze scriptie belangrijkste omschrijvingen en functies van humor te maken.

1.2 Omschrijvingen en definities van humor

Een willekeurige zoektocht naar de definitie van humor levert veel, heel veel verschillende resultaten op. Dit geeft aan zoals gezegd, dat iedereen wel een beetje weet wat humor is, maar dat het een moeilijk begrip is om eenduidig te definiëren.

Luigi Pirandello (1994, 114) stelt dit probleem als volgt:

"Men kan door het opstellen van (al) die kenmerken en eruit voortvloeiende definities een begrip krijgen, zo in het algemeen, van wat humor is, maar niemand zal ontkennen dat dit niet een ontoereikende kennis is."

In deze scriptie streef ik dan ook geenszins naar een toereikende en eenduidige definitie van humor. Hieronder heb ik enkele uiteenlopende omschrijvingen van humor genoemd, waarin ik vooral ben ingegaan op de culturele en sociale omschrijvingen. Daarnaast heb ik, de naar mijn mening, belangrijkste kenmerken van humor in kaart gebracht.

In het Van Dale woordenboek staat humor als volgt omschreven:

Hu·mor (de, m)

Situatie of uitspraak die vrolijke verbazing en gelach opwekt.

Het Grote Prisma woordenboek geeft de volgende definitie:

Hu·mor (de, hij)

Neiging het grappige van (tegenstrijdige, ernstige) zaken te zien; vrolijk makende uiting daarvan: droge, zwarte, spankelende humor; humor bezitten; met humor doorkruid.

Het Van Dale woordenboek verwijst naar 'iets' als humor. In Prisma wordt humor veel meer als handeling omschreven, waarin wordt verwezen naar de actieve rol van mensen hierin: Het grappige 'te zien', humor 'bezitten' en humor 'als uiting', geeft aan dat humor enigszins een vaardigheid is, wel of niet in samenhang met anderen.

Scholtens (1988), stelt dat er onder het 'grappige' twee hoofdcategorieën zijn te onderscheiden namelijk: de ironie en de humor, of beter nog, de satire, de ironie en de humor.

De satire is een vorm van negatieve ironie. Satire ontstaat meestal als redmiddel tegen 'de burgerlijke zelfvoldaanheid', tegen een 'regime'. Satire is altijd bedoeld om iemand (of dus in een groter geheel zoals (een hoofdpersoon in) de maatschappij) te kwetsen. In wat mildere vormen van ironie kan ook de 'maker' zelf het slachtoffer zijn, maar, het slachtoffer blijft bij deze vorm bestaan. Ironie kan een positieve tactiek zijn om mensen over zichzelf te laten nadenken, door hen over zichzelf en hun eigen schijnzekerheden te laten twijfelen. Ironie kan mensen aanzetten tot zelfrelativering. Hierbij wijst Scholtens erop dat om dit te verwezenlijken waakzaamheid geboden is, omdat ironie makkelijk afglijdt naar sceptisme, sarcasme of afbraakmentaliteit. De klassieke definitie van humor spreekt volgens hem echter van 'een niet-kwetsende contradictie'. Humor begint waar het tragische vastloopt in tegenstelling en vertwijfeling.

Soren Kierkegaard (website psy.cc, 2 mei 2008) noemt de existentiële ironie als humor: 'Het leven tegelijkertijd onvoorwaardelijk ernstig nemen én het op een lucide, gezonde manier relativeren.' De humorist kijkt naar de wereld zonder last te hebben van zichzelf, met een kinderlijke aandacht. Humor is hier volgens hem een uiting van 'je kunt niet alles' en tegelijkertijd van 'je kunt alles als je er maar in gelooft'. Op een milde manier de fouten zien en toch in het ideaal blijven geloven. Relativeren door af en toe bewust afstand te nemen.

'Je zou kunnen zeggen dat de gemene deler van verschillende soorten humor is dat je op een bepaalde golflengte zit en dat iemand er onverwacht een andere golflengte doorheen mixt.' (Liekens, 1994)

Cultuursocioloog Zijdeveld (1971) omschrijft humor als "een vorm van menselijke communicatie die vooral vorm krijgt als spelen met zinduidingen", oftewel betekenissen. Mensen kunnen met elkaar omgaan doordat ze dezelfde dingen, dezelfde betekenis geven; door gedeelde betekenissen. Hierdoor bestaat communicatie, hierdoor zijn mensen in staat met elkaar te handelen en om te gaan. Zijdeveld wijst hier op het feit dat humor vooral vormt krijgt door het spelen met, of het verwarren van deze gedeelde betekenissen. Hij stelt dat humor van alle tijden is al kennen elke tijd en elke cultuur hun eigen humor.

Een voorbeeld van spelen met betekenissen geeft Herman Finkers: 'Als ik blauw haar had, liet ik het verven'. De gemeenschappelijke betekenis hierin is dat we ervan uitgaan dat niemand van nature blauw haar heeft en dat als iemand blauw haar heeft dit geverfd is. Finkers speelt met deze gemeenschappelijke betekenissen.

Plessner (Zijderveld, 1971) stelde al eerder dat wat een gemeenschap komisch vindt, waarom zij lacht, dat, dat wisselt in de loop van de geschiedenis, omdat het deel uitmaakt van wijzigingen in het normbesef. Hij meent echter dat het komische zelf geen product is van de gemeenschap en het lachen dat er een antwoord op geeft, geen straf of waarschuwingssignaal, maar een elementaire reactie tegen het benauwende van het komische conflict.

Met het spreken van een "gezonde dosis humor" wijzen we erop dat er bij humor een "te veel" en een "te weinig" kan zijn. Verhoeven (1966) stelt dat een te weinig aan humor het leven ondraaglijk maakt en een te veel aan humor het leven vergiftigt. Hij doelt hier op het "hebben" van humor als individu. Dit geldt mijns inziens ook op een breder vlak en dan doel ik op de maatschappelijke functie van humor.

Comedian Raymann zegt in een interview: "Ik gebruik humor bewust om een culturele kloof te overbruggen. De belangrijkste functie van humor is dat het relativeert. Humor is een bindmiddel. Door het uitvergrooten en overdrijven van vooroordelen kun je mensen laten zien hoe bekrompen hun denken vaak is."

Verzoenende en relativerende humor is in onze huidige maatschappij echter minder populair dan de provocerende en confronterende humor, waartoe ik ook Raymann zou willen scharen. Hans Trapman, bijzonder hoogleraar aan de Erasmus Universiteit Rotterdam in het artikel 'De overbruggende grap', stelt dat 'humor het loodje legt in tijden van onverdraagzaamheid'. Ervan uitgaande dat humor betekent dat de betrokken partijen er allemaal 'de humor van inzien'.

In landen waarin de scherpste kanten ervan af zijn, is provocerende humor dood bier geworden stelt Jungmann (2008). Hij meent ook dat geloof en humor niet samengaan, dat humor ondermijnend werkt ten opzichte van gelovigen. Het ondermijnen van het geloof wordt over het algemeen door gelovigen simpelweg niet als humor ervaren.

In 'goede humor slechte smaak' wijst Kuipers (2001) op de verschillen in benaderingswijze van humor. In filosofisch onderzoek komen volgens hem vragen naar voren als: 'Wat is het wezen, de essentie van humor?', zoals Morreal zich hierin afvraagt. Kuipers meent zelfs dat Baughman stelt dat humor filosofie is, omdat zij verwijst naar een houding van wijsheid met betrekking tot het leven. In de psychologie komt humor eerder naar voren als een individuele aangelegenheid waarin het onder andere gaat over confrontatie, gemoedstoestand, persoonskenmerken en karaktereigenschappen, stelt Ruch. Zelf wijst Kuipers op het sociale aspect van humor namelijk humor als een vorm

van communicatie. Hij ziet humor als 'een succesvolle uitwisseling van grappen en gelach', waarmee hij erop wijst dat er meerdere personen betrokken zijn. Kuipers stelt bovendien dat de grootste verschillen in de waardering van humor is onder te verdelen in drie van de belangrijkste onderscheidingen in Nederland, namelijk leeftijd, sekse en vooral opleidingsniveau en sociale klasse. Dit komt voornamelijk door het verschil in communicatiestijl en door de noodzaak van gedeelde betekenissen en die vindt je nu eenmaal meer in de eigen omgeving.

Bremmer en Roodenburg (Vriens, 2001) beschrijven humor als een boodschap, doorgegeven door middel van handelingen, taal, schrift, beelden of muziek bedoeld is om een glimlach of lach op te wekken. Hierbij sta ik even stil bij het woord 'boodschap' in deze beschrijving. Is het van belang dat humor een boodschap bevat? Of is het belangrijk dat humor een maatschappelijke waarde heeft? Want misschien is het wel zo dat humor, zelfs zonder specifieke boodschap, wel een maatschappelijk waarde kan hebben. Zoals de mop, soms volledig in dienst van de lach, het doel in zichzelf heeft.

Als voorbeeld van deze verschillen in humor wil ik hier twee shows naast elkaar leggen, waarbij de meeste mensen mij niet zullen tegenspreken als ik beweer dat beide shows in het teken van humor staan. Ten eerste een theatershow van Freek de Jonge, die meent een maatschappelijke boodschap te hebben en deze op een humoristische wijze ten tonele brengt. Ten tweede een theatershow van André van Duin, wat volgens velen minstens zo grappig is, echter André van Duin beweert geenszins dat zijn show een boodschap heeft. Kunnen we door gemis aan deze boodschap stellen dat de show van Freek de Jonge van grotere maatschappelijke waarde is? Of brengt André van Duin in deze tijd, waarin mensen kritisch en cynisch zijn over de maatschappij, een gemeenschappelijke lach juist door iets als timing en zonder boodschap.

Dit laatste voorbeeld is theater om de lach, om het 'leuk zijn'. Zijn dit soort situaties, waarin nadrukkelijk wordt gestreefd naar 'leuk zijn', het 'leuk doen' zoals ik het voor het gemak even zal noemen te vergelijken met de humor die we tegenkomen op de televisie in de vorm van comedy's?

Vriens (2001) stelt dat bij deze 'geïndustrialiseerde vrolijkheid' (comedy's met de in scène gezette lach), ieder kwaliteitscriterium mist en deze 'leukigheid' schaaft hij niet onder de noemer humor. Het kwaliteitscriterium dat Vriens vervolgens formuleert is: *'Humor is beter naarmate de dialectiek beter tot zijn recht komt.'* Met dialectiek bedoelt Vriens hier de kunst van het redeneren, het verbinden van uitersten, de vraag en het antwoord. Hij voegt aan deze uitspraak toe dat humor hiermee niet meetbaar of objectief is, omdat smaken verschillen.

Hoewel ik het persoonlijk eens ben met Vriens, zal ik in deze scriptie niet of nauwelijks ingaan op enig kwaliteitscriterium. Het gaat mij namelijk om het werken met humor en jongeren en later zal blijken dat deze net genoemde geïndustrialiseerde vrolijkheid is bij jongeren juist zeer in trek is, zoals Vriens al zei; smaken verschillen. Bovendien schuilt er mijns inziens in beide 'vormen' een maatschappelijke functie, namelijk het gemeenschappelijke delen van de lach.

1.3 Relevante omschrijvingen en functies van humor

In deze paragraaf zal ik aangeven welke mogelijke functies en omschrijvingen in de context van mijn vraagstelling relevant zijn. Hierbij zal het geen verrassing zijn dat ik voornamelijk inga op de culturele en sociale functies van humor.

Een van de belangrijkste functies van humor is dat het *relativeert* en dat het, zoals Raymann al zei, een *bindmiddel* kan zijn.

Door het uitvergroten en overdrijven kan er gelachen worden om eigen gedrag, vooroordelen en persoonlijke of maatschappelijke situatie. Samen lachen kan een gevoel van saamhorigheid oproepen. Een "samen"-gevoel geven. Samen lachen is een vorm van intimiteit, de personen die samen lachen laten elkaar toe en accepteren de gemeenschappelijke werkelijkheid van dat moment. Samen lachen versterkt een gevoel van verbondenheid, van erbij horen. Mensen met hetzelfde gevoel voor humor, lijken elkaar ook vaak aardig te vinden.

Bovendien bestaan binnen verschillende sociale en culturele groepen ook grote verschillen in gevoel voor humor, waarmee we kunnen zeggen dat een groep een eigen gevoel voor humor heeft. Humor ontstaat door het spelen of verwarren van gedeelde betekenissen en hierdoor is het logisch dat er verschillen in humor bestaan tussen (leef)tijd, cultuur, sekse, opleidingsniveau en sociale klasse. Hoe meer gedeelde betekenissen, hoe meer mogelijkheden voor humor. Humor is dan ook zoals gezegd *per cultuur verschillend*. In hoofdstuk drie ga ik verder in op cultuur en hoe betekenisgeving hier zijn oorsprong in vindt.

Door te richten gemeenschappelijkheid kan humor als bindmiddel fungeren binnen een groep, sekse of cultuur. Het kan echter ook een manier zijn om zich te onderscheiden van andere groepen, seksen of culturen.

In sociaal opzicht kan humor ook *destructief* zijn. Het kan mensen kwetsen of belachelijk maken en kan een manier zijn om anderen uit te sluiten uit de groep. Humor *relativeert*, door het gebruik van humor kunnen dingen weer in proportie worden gezien. Overdreven ernstigheid, die meestal ontstaat vanuit een verdedigingsmechanisme, kan door humor worden afgezwakt. Het gebruik van humor zorgt bovendien dat irritaties gerelativeerd worden en dat men verdraagzamer wordt naar anderen. Een andere wijze waarop humor relativerend kan zijn is ten opzichte van het alledaagse. Humor kan een soort rebellie zijn waarin de dagelijkse 'saaiheid' kan worden 'afgekeurd', waardoor deze weer als prettig en zinvol ervaren kan worden. Bovendien kan humor net die afstand creëren die nodig is om je op je gemak te voelen, het kan een manier zijn om aan te kaarten wat moeilijk te zeggen is.

Humor kan worden ingezet om *weerstand te doorbreken*, om vriendelijkheid op de hand te krijgen. Het werkt aanstekend en kan prima fungeren als een *ijsbreker*.

Humor kan daarom een goede manier zijn om moeilijke onderwerpen of taboes aan te kaarten of gewoon om een gespannen sfeer weg te nemen.

Als laatste mogelijke functie van humor noem ik de *aantrekkelijkheid*. Humor is aantrekkelijk, maakt aantrekkelijk. Mensen met humor zijn veelal geliefd (mits er niet alleen maar en overdreven grappig wordt gedaan) en humor trekt mensen aan. In commerciële taal zouden we kunnen zeggen dat humor verkoopt.

1.4 Voorwaarden van humor

Om humor als zodanig te ervaren bestaan voorwaarden. Voorwaarden waarmee rekening moet worden gehouden als humor ingezet wil worden door de agogische dienstverlener. Deze voorwaarden bieden een kader waarbinnen humor kan ontstaan. Authenticiteit is zo'n voorwaarde stelt Giesecke (Spierts, 1990). Met authenticiteit gaat het om de echtheid, de originaliteit. Het gaat om de geloofwaardigheid van degene die humor gebruikt.

Humor kan alleen uit vrije wil ontstaan. Humor kan niet worden afgedwongen, de persoon moet open staan en zich vrij voelen om humor als zodanig te ervaren. Humor (en hier bedoel ik spontane humor) kan ontstaan als men ontspannen is en zich veilig voelt. Als er geen verwachtingen zijn, en als men zich gewaardeerd voelt als persoon. In "Humor als Wapen" beschrijft Vriens (2001) lachen als 'een spontane en in de lichamelijke gewortelde activiteit, welke alleen op straffe van verlies van spontaniteit onder controle van pedagogisch of didactisch regime gebracht worden.'

1.5 Samenvatting

Het eenduidig beschrijven van humor is een ongedane en vrijwel onmogelijke aangelegenheid. Humor wordt op zeer uiteenlopende manieren en vanuit verschillende invalshoeken beschreven. Zo wordt er onderscheid gemaakt tussen sociale, culturele en filosofische aspecten van humor, wordt er gesproken over de verschillen in mening over wat humor is, zoals satire, de ironie en de humor en wordt er bovendien gewezen op functies en "het nut" die humor kan hebben. Humor kan bijvoorbeeld worden ingezet om weerstand te doorbreken, om vriendelijkheid op de hand te krijgen of als 'lokmiddel'; humor is aantrekkelijk.

In de huidige maatschappij is er vaak sprake van confronterende en provocerende humor, mede door de behoefte aan het maken van onderscheid. De verzoenende en relativiserende humor, die mogelijk verbindt, delft momenteel het onderspit. Humor kan de werkelijkheid, de maatschappij, de omgeving, maar ook de eigen persoon relativiseren. Het kan mensen aanzetten tot zelfrelativering. Belangrijk hierbij is dat dit gebeurt binnen de persoonlijke grenzen. Pas als er sprake is van gemeenschappelijkheid en vertrouwen kan deze zelfrelativering ontstaan.

Bovendien kan humor net die afstand creëren die nodig is om je op je gemak te voelen, het kan een manier zijn om aan te kaarten wat moeilijk te zeggen is en zorgt het voor meer aandacht voor dat wat er gecommuniceerd wordt.

Humor ontstaat door het spelen met zininhouden. Voordat humor kan ontstaan moet er dus sprake zijn van gemeenschappelijke betekenissen. Deze gemeenschappelijkheden verschillen per groep; per sekse, per cultuur, per (leef)tijd of per sociale klasse of opleidingsniveau. Door te richten op deze gemeenschappelijkheid kan humor als bindmiddel fungeren binnen deze groep, sekse of cultuur, maar ook een manier zijn om zich te onderscheiden van andere groepen, seksen of culturen. Over een manier waarop gemeenschappelijke betekenissen bestaan en ontstaan gaat het volgende hoofdstuk.

2.1 Inleiding

De verhalen om je heen vormen jouw wereld; jouw context. Deel uitmaken van een verhaal veronderstelt het delen van een verhaal en daarmee gemeenschappelijkheid. Dagelijks vertellen mensen elkaar verhalen over gebeurtenissen en ervaringen. Ze vertellen dit omdat ze de behoefte voelen om hun ervaring te delen en te toetsen, om te relativeren of om het zich eigen te maken. Verhalen kennen we in verschillende vormen. Zo kennen we behalve verhalen in de gesproken of geschreven vorm, ook stripverhalen, fotoverhalen of filmpjes waarmee een verhaal wordt verteld. Ieder verhaal heeft zo zijn functie.

In de volgende paragraaf ligt ik toe wat ik in deze scriptie onder verhaal versta. In paragraaf drie beschrijf ik het verband en de rol van beeld en taal in verhalen en in de vierde paragraaf ga ik in op humor in verhalen en verhalen in humor.

2.2 Verhaal

Verhaal in zijn ouderwetse vorm, waarin oma aan tafel verhalen vertelde over vroeger, lijkt in onze snelle samenleving in waarde te hebben ingeboet. Er zou weinig geduld zijn om naar een verhaal te luisteren en boeken worden, door de jongere generaties, steeds minder in de huidige vorm gelezen. Toch zijn verhalen en het gebruik van verhalen zeker niet achterhaald. Sterker nog, de hele dag door vertellen mensen elkaar verhalen. Verhalen om te delen wat er is beleefd, om elkaar te betrekken bij deze gebeurtenissen. Het vertellen van verhalen zorgt ervoor dat je grip krijgt op je eigen werkelijkheid. Door gebeurtenissen, maar ook gevoelens of gedachten in een verhaal om te zetten, worden deze geordend en behapbaar gemaakt. Dit laatste wordt ook wel narrativiseren genoemd. Op deze manier maken we de wereld ons eigen.

Bovendien is ook onze kennis, buiten het puur wetenschappelijke, een verzameling van verhalen. Het overgrote deel van onze meningen, normen en waarden en de manier waarop wij onze sociale leefwereld zien, is ontstaan door het vertellen van verhalen, door het luisteren naar verhalen en door het zelf deel uitmaken van deze verhalen. Verhalen brengen gemeenschappelijkheid. Door samen deel uit te maken van een verhaal, heb je een binding.

In het Latijn betekent *historia* zowel "geschiedenis" als "verhaal" en ook in het Duits betekent het woord "Geschichte" zowel geschiedenis als verhaal. Door verhalen schrijven we onze eigen geschiedenis of brengen we deze in kaart, wat bijdraagt aan onze identiteitsvorming en ons bovendien een plaats doet krijgen in onze sociale omgeving. Wat iemand verteld en wat er over hem wordt verteld geeft uitdrukking van iemands identiteit. Door gebeurtenissen en ervaringen van ons leven te delen met anderen ontwikkelen we een collectief geheugen, de basis

van waaruit cultuur is gebouwd (Willems, 2004). Zo was de jongen die de ramp in Enschede filmde, nieuw in de stad. Hij vertelde later dat doordat hij de ramp had meegemaakt, hij zich thuis was gaan voelen. Hij maakte vanaf dat moment deel uit van de geschiedenis, deel uit van het verhaal dat zich daar had afgespeeld en was niet van plan ooit nog te verhuizen. Het is belangrijk, (in deze tijd van fragmentatie, individualisering en multiculturaliteit) om de verhalen te kennen. Dit maakt dat je jezelf een plaats kunt geven in je omgeving, dat je deze begrijpt en dat het een deel van jezelf wordt. Voor nieuwe culturen in Nederland geldt ook dat de cultuur in stand wordt gehouden en zich verder ontwikkelt door middel van verhalen, wat op zijn beurt weer bijdraagt aan het vormen van de identiteit. Door het vinden van raakvlakken en het bespreken van de samenhang in deze verhalen met de mensen zelf en mensen daaromheen, kunnen verhalen elkaar raken en leren mensen elkaar beter en genuanceerder begrijpen en zich beter tot elkaar en de verschillende sociale groepen waartoe ze behoren, verhouden.

In het communiceren van verhalen in de brede zin van het woord, gaat het er bovendien om de betekenis van het gecommuniceerde te delen. Met andere woorden: Om elkaar te begrijpen is het belangrijk beiden dezelfde betekenis te geven aan dat wat gecommuniceerd wordt. Hierover gaat de volgende paragraaf.

2.3 Beeld en taal

'De primaire taal van kunst is beeld. De primaire taal van het alledaagse is het woord.' (Van Rosmalen, 1999, 156)

Door het lezen of horen van een verhaal worden er constant innerlijke beelden opgeroepen. Op deze manier kunnen ervaringen worden gedeeld en geeft de ontvanger zijn eigen betekenis aan het verhaal. Het is hiervoor van belang dat de ontvanger zich een situatie enigszins kan voorstellen. Om dit te doen is het belangrijk dat er sprake is van gedeelde betekenissen en een juiste verwijzing hiernaar. Hiervoor kunnen er zinnen gebruikt worden. Een voorbeeld hiervan is dat het woord 'ezel' door de zin: 'Mijn schilderij staat op mijn ezel' een andere betekenis krijgt dan de ezel in: 'De ezel staat in het veld'. De zin om het woord heen bepaalt de context en hiermee de betekenis van het woord.

Van Rosmalen (1999) maakt hierin verschil tussen digitale taal en analoge taal. Met digitale taal bedoelt hij hier de communicatie door middel van woorden en cijfers, bijvoorbeeld de letters h.o.e.d. van het woord hoed. Digitale taal bestaat doordat mensen afspraken hebben gemaakt. Zo is bijvoorbeeld afgesproken dat er met de letters "h.o.e.d" verwezen wordt naar een bepaald hoofddeksel. In deze digitale taal is het dus belangrijk om dezelfde taal te spreken. waarin hij met analoge taal doelt op communicatie door middel van beelden (bijvoorbeeld een plaatje van een hoed).

Bij analoge taal is het niet belangrijk of je dezelfde taal spreekt. Hier gaat het om een afbeelding van bijvoorbeeld een hoed. Laat iemand een plaatje van een hoed

zien, en deze persoon weet wat ermee bedoeld wordt. Een digitaal begrip kan pas ontstaan als er een analoge ervaring is met dat begrip. Het woord hoed verwijst naar een beeld van een hoed die iemand in zijn hoofd heeft. Een digitaal woord verwijst dus altijd naar een innerlijk beeld, van waaruit er betekenis kan worden gegeven aan de letters.

Gevoelens, geur, smaak, tastindrukken en bijvoorbeeld muziek zijn moeilijk overdraagbaar in woorden, maar kunnen door het oproepen van een vergelijkbare innerlijke ervaring wel degelijk gecommuniceerd worden.

In "de kracht van het beelddenken" wijst Bromberger (2004) op het verschil tussen beelddenken en woorddenken. Zij stelt dat men van nature denkt in beelden. Eerst komt het beeld, het kijken, het zien en het betekenis geven. Daarna wordt dit pas omgezet in taal. Door het leren van taal leren we de werkelijkheden, of de beelden daarvan, in abstracte begrippen te vatten. De logica en ratio nemen het over om structuur en bewustzijn te creëren. Bromberger wijst hier op de mogelijkheid dat mensen het contact kwijt raken met de beleving die hoort bij het werkelijk toelaten van de beelden. Ze kunnen vervreemden van de beleefde werkelijkheid. Het is niet altijd mogelijk om alles in woorden te vangen en het kan soms erg moeilijk kan zijn gevoelens en gedachten onder woorden te brengen, zeker als je deze zelf nog niet kunt ordenen. Verhaal, dan wel in beeld, spraak of schrift, kan een rol spelen in het grip krijgen op deze werkelijkheid.

Beeld kan echter ook, zoals binnen analoge taal, de manier zijn waarop we een verhaal vertellen; door middel van beelden. Dit kan in de vorm van strips, maar ook door foto's of bijvoorbeeld filmpjes op YouTube kunnen verhalen worden verteld aan de hand van zichtbare beelden. Hoewel hier het beeld soms al heel duidelijk is, wordt ook hier vaak verwezen naar innerlijke beelden van de werkelijkheid. Zien we bijvoorbeeld een foto van een zonnig strand, dan zal dat snel worden geassocieerd met de zomer of vakantie.

2.4 Humor in het verhaal en verhaal in de humor

Zoals beschreven in hoofdstuk een, heeft humor het kenmerk om zijn boodschap aantrekkelijk te maken en de aandacht vast te houden. Zo kan humor ook verhalen aantrekkelijk maken, of het nou verteld, gelezen of bekeken wordt. Zo kennen we allemaal de strips in de krant die het nieuws grappig brengen en je, vaak in tegenstelling tot het nieuws in de krant, doen lachen. Niet alleen omdat het in beeld is vormgegeven, maar vooral omdat de humor in het stripje relateert en vaak reageert op de zothed van de werkelijkheid.

De humor hierin haalt ons even uit de serieuze werkelijkheid, en de humor werkt beter naarmate we mentaal verder in deze serieuze werkelijkheid zitten. Het geeft, zoals al eerder genoemd, de nodige afstand om de werkelijkheid nader te bepalen. Enerzijds kan humor zichzelf dus tonen door middel van verhaal, anderzijds kan humor echter ook een manier zijn om verhalen "op te leuken".

Het is een gegeven dat verhalen die met een beetje humor worden verteld, uitdagen om te blijven luisteren (of lezen, kijken). We denken nog steeds met veel plezier terug aan de geschiedenisleraar die humor gebruikte in zijn les en verhalen op een leuke manier vertelde. De geschiedenisleraar die hetzelfde verhaal humorloos vertelde was echter een saaie man, waarbij bovendien beduidend minder werd onthouden van de verhalen omdat er niet werd uitgenodigd om te beleven. Humor maakt verhalen dus aantrekkelijk, maar zorgt er bovendien voor dat de aandacht wordt getrokken of vastgehouden, waardoor er ruimte is om het verhaal te ervaren.

2.5 Samenvatting

Het vertellen van verhalen draagt bij aan het grip krijgen op de eigen werkelijkheid. Door gebeurtenissen, maar ook gevoelens of gedachten in een verhaal om te zetten, worden deze geordend en behapbaar gemaakt. Door dit narrativiseren maken we de wereld ons eigen en leren we onszelf een plek te geven in deze wereld.

Bij het vertellen van een verhaal is het doel van de verteller het oproepen van innerlijke beelden bij de ontvanger. Door het oproepen van herkenbare innerlijke beelden kan een ervaring, gevoelens in het bijzonder, worden gedeeld. De verteller doet dus een beroep op het inlevingsvermogen van de ontvanger.

Humor kan bijdragen aan het aantrekkelijk maken van een verhaal. Enerzijds kan humor zichzelf tonen door middel van verhaal. Anderzijds kan humor ook de aandacht trekken en vasthouden, waardoor er meer ruimte ontstaat om het verhaal te ervaren.

Het overgrote deel van onze meningen, normen en waarden en de manier waarop wij onze sociale leefwereld zien, is ontstaan door het vertellen van verhalen, door het luisteren naar verhalen en door het zelf deel uitmaken van deze verhalen. Verhalen brengen gemeenschappelijkheid. Door samen deel uit te maken van een verhaal, ontstaat binding.

Over het belang van deze gemeenschappelijkheid, over sociaal-culturele participatie en over stimuleren hiervan, gaat het volgende hoofdstuk.

Hoofdstuk 3 Sociaal Culturele Participatie

3.1 Inleiding

Uit de vorige hoofdstukken blijkt dat humor en verhaal beiden zowel verbindende als onderscheidende eigenschappen kennen. Bovendien zijn zowel humor, als verhaal sterk cultuurgebonden. Dit impliceert dat beiden ook een rol kunnen spelen bij het bevorderen van sociaal-culturele participatie. Om aan te kunnen geven in hoeverre de CMV'er hierin een bijdrage kan leveren, ga ik in dit hoofdstuk in op het stimuleren van sociaal-culturele participatie en leren zoals dat binnen CMV een plaats kent. Voordat ik dit toelicht geef ik het kader waarbinnen dit gebeurt.

3.2 Kunst en cultuur

Voordat ik in ga op de betekenis van deze begrippen als vaste combinatie, zal ik eerst beschrijven wat wij onder de afzonderlijke betekenis van deze woorden verstaan. Ook om hiermee het verschil tussen de woorden en de meerwaarde van deze combinatie te duiden.

Kunst. Over de vraag: 'Wat is kunst?' zijn menige discussies gevoerd. In 'Van Dale' wordt kunst op meerdere manieren uitgelegd. Een daarvan is 'wat door mensen en niet door de natuur is gemaakt'. Toespitsend op de context van deze scriptie, is het echter van belang het begrip specifiek te omschrijven. Kunst wordt, eveneens in 'Van Dale', ook beschreven als 'Het vermogen dat wat in de geest of het gemoed leeft of daarin gewekt is tot uiting of voorstelling te brengen op een wijze die schoonheidsontroering kan veroorzaken.' Hierin wordt verwezen naar de rol van de kunstenaar (het tot uiting brengen), maar ook naar de activiteit van de ontvanger, waarbij het schoonheidsontroering kan veroorzaken. Door de kunstzinnige interactie tussen kunstenaar en waarnemer geeft de maker dus niet alleen uiting aan zijn eigen geest of gemoed, maar ervaart ook de ontvanger de manieren waarop door de kunstenaar met opzet of onbewust uitdrukking is gegeven aan diens beleving van het bestaan. Deze ontvanger komt daardoor wellicht zijn eigen bestaanservaringen en de uitingen daarvan op het spoor (Berkers, 2000). Kunst kan dus ook voor de ontvanger bijdragen aan zijn bewustwording en zelfontplooiing, mede doordat kennis wordt genomen van andere meningen en uitingen dan de eigen, wat mogelijk het blikveld verbreedt.

Omdat kunst verbonden is met ontroering en daarmee emotie, kunnen we stellen dat dit per mens verschilt. Waarom iets je wel of niet raakt heeft zowel persoonlijke, als maatschappelijke en culturele redenen.

Cultuur. Cultuur is ook zo'n woord waarvan we allemaal denken te weten wat het is, maar wat moeilijk is om onder woorden te brengen. In de brede zin wordt het

woord cultuur gebruikt voor “alles wat door de samenleving wordt voorgebracht.”

Dit komt aardig overeen met de uitspraak van Kenichi Ohmae die ik op het internet vond. Hij noemt cultuur namelijk: *‘The way we do things around here.’* Hoewel deze definitie wel heel erg simpel klinkt, komt hij eigenlijk ontzettend dicht in de buurt van wat we onder cultuur verstaan. Cultuur is de leefstijl van een samenleving, hoe mensen handelen, hoe mensen interpreteren, waar ze van houden, welke gewoontes ze hebben en wat men waardevol en belangrijk acht. Veel van onze opvattingen en de manieren waarop we handelen zijn voor ons vanzelfsprekend. Ze vormen ons referentiekader, de bril waarmee we de wereld zien, zonder dat we ons daar altijd van bewust zijn. We zijn geneigd om ervan uit te gaan dat anderen dezelfde uitgangspunten hanteren. Naarmate mensen veel gemeenschappelijks hebben, is dit geen probleem. Worden de verschillen groter, dan wordt het lastiger, vooral doordat ons referentiekader voor onszelf zo vanzelfsprekend is. (Bolhuis, 1995). Het is de wereld waarin we leven en het vormt in grote mate de basis van onze communicatie met anderen. Bolhuis stelt dat wat het referentiekader op individueel niveau is, de (sub)cultuur is van de sociale omgeving. De omgeving levert de betekenissen, en geeft zin aan het bestaan.

Volgens Procee (1991) maakt Tennekes onderscheid van drie beelden van cultuur. Cultuur als "kennis", als "spel" en als "model". Cultuur als kennis gaat over cultuur als verzameling van betekenissen die een mens zichzelf eigen moet maken om in de situatie waarin hij is geboren goed te functioneren. Deze vorm van cultuur geeft houvast en antwoorden, normen en waarden. Met cultuur als spel wordt bedoeld dat cultuur bestaat door de mensen die het de moeite waard vinden en zich aan de (spel-) regels houden. Cultuur is dus dynamisch en verandert in verloop van tijd door maatschappelijke invloeden, afhankelijk van wat ik zijn "deelnemers" zal noemen. In het derde en laatste beeld van cultuur; cultuur als model, wordt erop gewezen dat cultuur niet alleen een beeld van, maar ook een beeld voor de werkelijkheid is. Het geeft richtlijnen voor het menselijk handelen. Een verschil met de eerstgenoemde beelden is dat door het verschil te benoemen van het geven van een beeld van en een beeld voor de werkelijkheid er wordt gewezen op een verschil en een zekere afstand tussen cultuur (in brede zin dus onderdeel van ons referentiekader) en de feitelijke werkelijkheid.

Er is sprake van een culturele identiteit, een overkoepelende identiteit bestaande uit onder andere normen en waarden of geloofsovertuigingen welke houvast geven aan de individuen die er deel van uitmaken. Culturen dynamisch en aan veranderingen onderhevig, afhankelijk van hun zogenoemde "deelnemers" en maatschappelijke veranderingen. Het is moeilijk aan te geven waar de ene cultuur begint en waar de andere ophoudt. Betekenissen die mensen aan het leven geven zijn cultureel gebonden en vaak onzichtbaar. Het is dat wat mensen meekrijgen van hun omgeving, dat wat de omgeving hen leert, van normen en waarden, tot de wetenschap en de kunsten.

Kunst en cultuur. Cultuur is breder dan kunst, kunst is een onderdeel van cultuur. Berkers (1998, 134) stelt dat door te spreken van kunst en cultuur en dus door het toevoegen van cultuur aan het woord kunst, kunst in een breder verband komt te staan, terwijl, zo zegt hij 'het apart noemen van kunst duidt op een specifieke invalshoek bij culturele activiteiten'.

3.3 Sociaal-culturele participatie

Participatie betekent het deelnemen en deelhebben aan het maatschappelijke leven of, zoals Spierts (1998, 252) als brede invulling van participatie geeft: 'mensen worden uitgenodigd en uitgedaagd om gezamenlijk vorm te geven aan de samenleving'. Uitsluiting kan voorkomen als, in dit geval jongeren, niet over voldoende sociale of culturele competenties beschikken. Iemand kan dan figuurlijk 'buiten de boot vallen'. Als je immers niet voldoende culturele kennis hebt van het culturele model dat heerst, dan kan dat betekenen dat je de sociale omgangsregels niet kent en daardoor buitengesloten wordt door je omgeving, of dat je door een cultuur die helemaal niet aansluit op je eigen referentiekader je ontheemd voelt. Het is dus belangrijk om jongeren toe te rusten met de sociale en culturele competenties die nodig zijn om in de huidige samenleving overeind te blijven.

De CMV'er is een agogisch dienstverlener op het gebied van sociale en culturele participatie. Bij sociaal-culturele participatie gaat het om actieve deelname, bijdrage of betrokkenheid van mensen bij hun eigen leefomgeving. De CMV'er arrangeert en creëert situaties waarin individuen, groepen of organisaties worden uitgedaagd om deel te nemen aan sociale en culturele activiteiten waarin ontmoetingen kunnen plaatsvinden en verbanden kunnen worden gelegd. Het is hierin belangrijk dat er wordt aangesloten op dat wat er speelt en op dat waar behoefte aan is. Voorbeeld is in het geval van deze scriptie dat humor op dit moment een 'hot item' is. Dat jongeren bezig zijn met te ontdekken wie ze zijn en behoefte hebben aan omgang met gelijkgestemden en zelfontplooiing. Het is aan de CMV'er iets te organiseren dat in dit kader past.

3.4 Kunst en cultuurparticipatie

Een manier om bij te dragen aan sociaal-culturele participatie is door kunst en cultuurparticipatie te bevorderen. Als we spreken over kunst en cultuurparticipatie, dan gaat het meestal om de niet-professionele bemoeienis met de kunsten en om deelname aan het culturele leven. Hierbij kan onderscheid worden gemaakt tussen actieve en receptieve participatie (Berkers, 2000). Met actieve participatie wordt hier het zelf beoefenen van de kunsten bedoeld. Receptieve participatie verwijst naar het als publiek kennisnemen en ervaren van kunst. Als we spreken van leren door kunst en cultuurparticipatie, dan kan dit gaan om het leren "doen" van de kunst, waarmee ik het leren bedoel dat nodig is om de kunst te kunnen uitoefenen, maar kan het ook gaan om door de kunst iets te leren, zoals bijvoorbeeld het leren over zichzelf door middel van kunst.

In mijn vraagstelling gaat het en om het bevorderen van persoonlijke ontwikkeling en het bevorderen van culturele participatie. Spierts (1998) stelt dat in het eerste geval, het bevorderen van persoonlijke ontwikkeling, de rol van de CMV'er vooral ondersteunend is, in dit geval bij de identiteitsontwikkeling van jongeren, waar ik hoofdstuk vier aan zal wijden. Bij het bevorderen van (sociaal) culturele participatie gaat het volgens hem om een combinatie van interventie en ondersteuning. Interventies zodat er interactie kan optreden en dat er bovendien nieuwe affiniteiten en voorkeuren kunnen worden ontwikkeld.

3.5 Culturele werkvormen

Culturele werkvormen zijn methodische werkvormen waarin kunstzinnige aspecten worden gebruikt om bepaalde doelen te bereiken in, onder andere, het sociaal-cultureel werk. Hieronder vallen bijvoorbeeld drama, dans, literatuur, muziek, audiovisuele middelen. Door het gebruik van culturele werkvormen ontstaat er een sociaal-culturele vrijplaats. In de sociaal-culturele vrijplaats ontstaan andere en nieuwe mogelijkheden doordat men loskomt van het alledaagse leven. Er gelden andere regels en andere normen en waarden en door het creëren van een andere werkelijkheid, ontstaat er ruimte, een soort vrijheid. Overleven en de dagelijkse beslommingen kunnen worden losgelaten en er komt ruimte voor bijvoorbeeld zingeving en ontspanning. Het gebruik van culturele werkvormen kan, mede door het creëren van deze ruimte, creativiteit bevorderen. Culturele werkvormen kunnen worden ingezet als middel om creativiteit uit te lokken, om betekenis te geven aan de werkelijkheid of om reflectief naar het eigen handelen te kunnen zijn. Culturele en kunstzinnige werkvormen spelen bovendien een rol in het bevorderen van participatie aan de samenleving. Doordat mensen deelnemen aan culturele activiteiten, nemen ze deel aan het culturele leven en daarmee aan de samenleving.

3.6 Ervaringsleren

Leren kan worden opgevat als een proces van betekenisgeving in de wisselwerking tussen het individu en de sociale omgeving. Leren is overnemen wat wordt aangereikt en tegelijkertijd een eigen constructie van betekenis (Bolhuis, 1995). Van Rosmalen (1999, 173) stelt dat 'de basis voor de huidige betekenisverlening wordt gevormd door de in ons referentiekader opgeslagen concrete ervaringen'. Met dit zelf en vanuit onszelf vinden en geven van nieuwe betekenissen noemt hij ervaringsleren.

Ervaringsleren is leren aan de hand van concrete beelden van de alledaagse werkelijkheid; het is leren met gebruikmaking van hoofd, hand en hart (Van Rosmalen, 1999). Dit wil zeggen dat behalve het kenniselement en het handelingselement van leren, ook het belevingselement een grote rol speelt. Dit belevingselement wordt ook wel houding genoemd en hierin gaat het om de gevoelens die een ervaring met zich meebrengen. Dit belevingselement ontstaat

door het zelf doen en meemaken. Van Rosmalen stelt dat wie we zijn vooral gevormd wordt door de daadwerkelijke ervaringen die we in ons alledaagse leven hebben opgedaan.

Kolb (Dewulf, 2003) bevestig ook deze rol van handelen en concrete 'hier en nu'-ervaringen bij het leren en heeft hiervoor een model ontwikkeld. Dit model kennen we als de leercyclus van Kolb, waar hij benadrukt dat het om een continue spiraal gaat. Het leerproces begint dikwijls bij een persoon die actie onderneemt en concreet ervaart wat het effect is van deze actie. Hierop volgt in dit model het reflecteren op deze ervaring; het begrijpen wat er is gebeurd en welke effecten dit had. In de derde stap gaat het om het zogenoemde *conceptualiseren*, waar de reflecties in een breder perspectief worden gezet. De laatste stap is het experimenteren met nieuw gedrag, wat ook weer stap een is.

Om creatieve processen uit te lokken waarin door middel van culturele werkvormen ervaringen kunnen worden opgedaan, is het van belang dat er sprake is van intrinsieke motivatie bij de deelnemer. Door intrinsieke motivatie kan er in grotere mate sprake zijn van beleving. Dat het hier gaat om motivatie vanuit zichzelf, wil natuurlijk niet zeggen, wat wel eens gedacht wordt, dat er alleen gewerkt moet worden met gemotiveerde deelnemers. Het is juist aan de CMV'er om deze intrinsieke motivatie te bewerkstelligen. De CMV'er heeft de taak om leerprocessen te organiseren en programmeren en op zo'n manier te begeleiden dat er een animerende werking vanuit gaat. (Berkers 2000). De intrinsieke motivatie neemt toe naarmate het plezier groter is. Dit versterkt op zijn beurt de beleving en we hebben net gelezen dat dit bijdraagt aan het leerproces. Voor de CMV'er ligt hier behalve een begeleidende en faciliterende rol, ook een belangrijke functie als stimulator. Als een activiteit behalve zinvol ook nog een leuk en plezierig is, vergemakkelijkt dit het stimuleren.

3.7 Kunst en cultuuranimatie

Met animeren bedoelen we onder andere enthousiasmeren, stimuleren, activeren. Letterlijk betekent animeren bezielen wat verwijst naar het intrinsieke en toerustende aspect van animatie. We zouden kunnen stellen dat animeren het stimulerend mogelijk maken van leren voor en door participatie is. Giesecke stelt dat animeren is 'de poging anderen ertoe te bewegen in een gegeven situatie mogelijke kansen om te leren ook te benutten' (Spierts, 1990, 87). Het gaat hier niet alleen om het stimuleren van deelname, maar ook dat de deelname als plezierig wordt ervaren en dat dus ook hier een stimulerende werking vanuit gaat. Berkers (2000, 99) wijst erop dat het bezielen van mensen om kunst en cultuur als zinvolle en aangename vrijetijdsbesteding te beleven wel 'een programmering naar inhoud, vorm en voorwaarden, waarbij vermaak en vorming, resultaat en activiteit, extrinsieke en intrinsieke waarden worden gekoppeld' vergt en dat juist deze mix en wisselwerking mensen enthousiast maakt en aanzet tot participatie aan het culturele leven.

Om dit te bereiken legt de CMV'er behalve verbindingen tussen het leren het vermaak, intrinsieke en extrinsieke waarden en resultaat en activiteit, ook verbindingen tussen de behoeften en interesses van de doelgroep en het aanbod of de mogelijkheden van instellingen of andere aanbieders van kunst en cultuur. De CMV'er heeft dus op verschillende terreinen een rol als intermediair of bemiddelaar en zoekt hierin steeds naar de juiste balans.

3.8 Samenvatting

Onze omgeving levert ons betekenissen en geeft zin aan ons bestaan. Cultuur is de leefstijl van een samenleving en omvat normen en waarden, maar ook wetenschap, geloof en de kunsten. Dit vormt samen het referentiekader van onze sociale omgeving, onze culturele identiteit, en geeft houvast aan degenen die er deel van uitmaken. Het deelhebben en deelnemen aan de maatschappij wordt bedoeld met sociaal culturele participatie. Als we spreken van kunst en cultuurparticipatie, dan wijst hierbij de toevoeging van kunst op een specifiekere invalshoek bij culturele activiteiten. Binnen kunst en cultuurparticipatie kan onderscheid worden gemaakt tussen actieve en receptieve participatie.

Bij het bevorderen van sociaal-culturele participatie gaat om een combinatie van ondersteuning en interventie, waardoor ruimte voor interactie ontstaat. Ervaringsleren is een proces van betekenisgeving, een proces van ervaren, reflecteren, conceptualiseren en experimenteren van nieuw gedrag. Het beleven wordt versterkt door intrinsieke motivatie welke kan ontstaan of kan worden versterkt naarmate het plezier toeneemt. Intrinsieke motivatie is bovendien van belang in het uitlokken van creatieve processen waarin door middel van culturele werkvormen ervaringen kunnen worden opgedaan.

Culturele werkvormen kunnen worden ingezet als middel om creativiteit uit te lokken, om betekenis te geven aan de werkelijkheid of om reflectief naar het eigen handelen te kunnen zijn. Zowel verhaal als ook humor kunnen op verschillende manieren vorm krijgen als culturele werkvorm.

Animeren is het stimulerend mogelijk maken van leren voor en door participatie. Om dit te bereiken is het van dat er verbindingen worden gelegd en de balans wordt gevonden tussen het leren of de vorming en het vermaak, het resultaat en het proces en extrinsieke en intrinsieke waarde.

Het volgende hoofdstuk gaat over jongeren en op welke manier deze doelgroep zich verhoudt tot het voorgaande.

4.1 Inleiding

In de vorige hoofdstukken ging het al over sociale binding, maatschappelijke participatie, humor en verhaal. In dit hoofdstuk ga beschrijf ik hoe het voorgaande zich verhoudt tot de doelgroep. Jongeren. Jongeren, omdat dit een doelgroep is waarbij de maatschappelijke ontwikkelingen al snel duidelijk te zien zijn en die hier bovendien als vanzelf mee omgaan. Deze flexibiliteit maakt jongeren krachtig en kwetsbaar tegelijk. Als ik het heb over jongeren, dan bedoel ik jongeren in de leeftijd van 15 tot en met 22 jaar. Van der Wal (1996) noemt deze leeftijd de midden en late adolescentie. De leeftijdsfase waarin jongeren experimenteren met nieuwe keuzemogelijkheden, het ontwikkelen van een persoonlijke levensstijl en het opbouwen van goede relaties met de sociale omgeving (de Wit, 1995). In dit hoofdstuk ga ik in op de identiteitsvorming van jongeren, hun leefwereld in de huidige beeldcultuur en het belang van het verhaal en humor hierin.

4.2 Jongeren en hun ontwikkelingsfase – identiteitsvorming

Zoals het hierboven beschreven staat lijkt het proces van ontwikkeling in de adolescentiefase heel eenduidig, maar het mag duidelijk zijn dat jongeren stuk voor stuk anders omgaan met deze ontwikkelingen en dat ook de leeftijden waarop dit gebeurt binnen deze marge verschillen. Dat er sprake is van veel ontwikkelingen in deze leeftijdsfase mag duidelijk. Zo krijgen jongeren meer mogelijkheden tot zelfreflectie, worden ze zich meer bewust van hun achtergrond en hebben ze de neiging zich kritisch op te stellen tegenover datgene wat ze van huis uit hebben meegekregen. Jongeren zijn in deze periode van hun leven op zoek zijn naar hun eigen persoonlijkheid, en hoewel dit in deze leeftijd nog niet vastgelegd kan worden, voelt het als noodzaak om antwoord te vinden op vragen als: "Wie ben ik?", "Wat kan ik?" en "Wie wil ik zijn?"

Jongeren rekenen in deze adolescentieperiode af met de aangenomen waarheden in het milieu waarin ze zijn opgevoed en zetten alles op losse schroeven. Er wordt afstand genomen van de ouders, en er is het besef dat er een eigen positie in de maatschappij moet worden veroverd. De ruimte tussen de waarheden uit het opvoedingssysteem waar het kind tot dan toe deel van uitmaakte en het eigen aandeel in de samenleving. Het is dus logisch dat de zoektocht naar een eigen identiteit vaak niet zonder slag of stoot gaat. De zekerheden die vooralsnog bestonden, ervaren jongeren niet meer als zodanig. In deze periode speelt de leeftijdsgroep en de jongerencultuur een grote rol. De gevoelens van eenzaamheid die in deze leeftijd ontstaan kunnen worden opgevangen door contact te hebben met leeftijdsgenoten en onderdeel uit te maken van een leeftijdsgroep waaraan voorlopig een identiteit kan worden ontleent en waarbinnen kan worden geëxperimenteerd met eigen gedrag en relaties tot anderen, grenzen en mogelijkheden van de samenleving. (Traas, 2003)

Engel (2005, 12) noemt in haar vooronderzoek de volgende beschrijving van Van Riet: "Aan de identiteit werken betekent een persoonlijk levensverhaal creëren over wie men is, waar men vandaan komt en waar men naar toe wil."

Identiteit refereert naar het beeld dat we van onszelf hebben. Een definitie van identiteit: 'Een min of meer volledig beeld dat iemand van zichzelf heeft en dat enigermate overeenkomt met het beeld dat anderen van deze persoon hebben' (Traas, 2003, 75). Het proces van zoeken naar identiteit in de adolescentiefase wordt identiteitsontwikkeling genoemd. Jongeren zijn in deze periode op zoek naar hun identiteit, of zoals Erikson (Van der Wal, 1996) het nauwkeuriger omschrijft: 'Het gevoel van identiteit'. Het gevoel van identiteit bestaat uit het gevoel een uniek en samenhangend persoon te zijn, ondanks alle veranderingen die worden doorgemaakt. Bovendien slaat het zoals ook in de definitie naar voren komt op het besef dat anderen hem of haar ook herkennen (en erkennen) als deze unieke en samenhangende persoon. Het gevoel van identiteit ontstaat en ontwikkelt zich dus in relatie tot anderen.

Jongeren zoeken naar nieuwe mogelijkheden en grenzen. Ze gaan de confrontatie aan met hun eigen beperkingen, wat soms een gevoel van machteloosheid of minderwaardigheid met zich mee brengt. Hieraan kan door de omgeving worden bijgedragen door acceptatie van deze mogelijkheden en beperkingen.

In deze periode worden ook doelen en idealen ontwikkeld. Dit maakt dat er vol verwachting naar de toekomst en het volwassen zijn, wordt gekeken. Het hebben van doelen en idealen geeft het gevoel dat de toekomst zinvol is.

Erikson (Van der Wal, 1996) onderscheid vier aspecten die van invloed zijn op de identiteitsontwikkeling of op het hebben van gevoel van identiteit. Ten eerste wijst Erikson op de rol van het *besef van continuïteit*. De adolescent moet leren omgaan met de vele rollen die hij of zij speelt. Met dit leren omgaan wordt bedoeld dat ondanks de vele rollen die er in verschillende situaties worden gespeeld, de adolescent wel een en dezelfde persoon blijft. Het betekent de zoektocht naar een eigen persoonlijke levensstijl, voor hemzelf herkenbaar en kloppend. Hierin kan door de omgeving worden bijgedragen door bijvoorbeeld het stimuleren van zelfbeeldverheldering, door jongeren de mogelijkheid te bieden om vragen te stellen als; 'wat vind ik leuk?', 'wat kan ik?' en 'hoe ga ik om met?', waardoor ze worden uitgedaagd om over zichzelf na te denken.

Het tweede aspect is het *besef van herkenning en erkenning*. Hiermee wordt bedoeld dat het beeld wat anderen van de adolescent hebben overeenkomt met het beeld dat hij zelf heeft, of waar hij of zij zich in ieder geval in kan vinden. Ik wil hier aanvullen dat er rekening moet worden gehouden met de juistheid van de (h)erkenning. Erkent worden om iets waarin de jongere zichzelf niet herkent, of er bij nadere toetsing achter komen dat iets toch niet klopt met de werkelijkheid, brengt alleen maar meer verwarring en onzekerheid met zich mee. Deze herkenning en erkenning vindt de jongeren voornamelijk bij zijn leeftijdsgenoten. Hierin kan worden bijgedragen door het creëren van een veilige omgeving, waarin

niemand wordt buitengesloten en waar door de begeleider het goede voorbeeld wordt gegeven.

Het derde aspect wat Erikson noemt is het *beseft van vrijheid in afhankelijkheid*. Jongeren zijn op zoek naar grenzen, ze zoeken naar de begrenzing van hun vrijheid. Hieraan kan een bijdrage worden geleverd door speelruimte te bieden in combinatie met duidelijke regels.

Als laatste wijst Erikson op het *beseft van een zinvolle toekomst*. Tijdens de adolescentie ontstaan doelen en idealen die het leven op dat moment sturen en acceptabel of zinvol maken. Deze vier invloedrijke aspecten van de identiteitsontwikkeling gaan stuk voor stuk over "het beseft van" de jongeren zelf.

De sociale omgeving kan deze ontwikkeling op verschillende manieren ondersteunen of bevorderen. Twee manieren om dit te doen zijn volgens Van der Wal (1996) 'activering' en 'bevestiging'. Onder activering wordt hier bedoeld het prikkelen en in staat stellen tot een zelfstandige activiteit en tot het nemen van initiatief. Activering bevordert het zelfstandig worden waardoor jongeren zelf hun mogelijkheden en voorkeuren kunnen ontdekken. Van bevestiging is sprake als pogingen van jongeren om zelfstandig te leren functioneren door de omgeving positief gewaardeerd en serieus genomen worden. Ook kan een veilig en ondersteunend emotioneel klimaat gecreëerd worden, waarin jongeren mogen experimenteren en waarin positieve en negatieve ervaringen kunnen worden opgedaan.

Zoals hierboven al genoemd, is het belangrijk voor jongeren om erachter te komen wat de samenhang is in zijn of haar persoonlijkheid is. Dit wordt bemoeilijkt doordat er in onze maatschappij van je wordt verwacht dat je in vele verschillende situaties uit de voeten kunt. Door alle rollen die er in de verschillende situaties worden gespeeld wordt het vinden van een continuïteit hierin erg lastig. Voor de tweede- en derdegeneratie jongeren kan identiteitsvorming nog moeilijker zijn door de mogelijk enorme verschillen tussen hun gezin, de thuisbasis en de maatschappij waarin ze leven. Dit kan een soort spagaat betekenen. Enerzijds de loyaliteit naar hun afkomst, met hierin de bescherming en bevestiging van hun etnische identiteit, maar waarin ze zich niet meer helemaal kunnen vinden. Anderzijds de Nederlandse omgeving waarin de vrijheden overweldigend kunnen zijn en waar er tegelijkertijd ineens kan worden gewezen op hun 'anders zijn' door de omgeving. Voor jongeren met een andere culturele achtergrond dan de dominante cultuur, geldt bovendien dat ze moeten nagaan welke aspecten van beide culturen hen het meest aanspreken. (de Wit, 1995). Dit laatste geldt echter ook in mindere mate voor autochtone jongeren. Door de steeds normaler wordende grote verscheidenheid aan culturen in onze samenleving, zijn voor jongeren ook culturele aspecten aan keuzevrijheid onderhevig. In de volgende paragraaf ga ik hier verder op in.

4.3 De leefwereld van jongeren, jongeren in de beeldcultuur

In de huidige maatschappij is er een verschuiving te zien tussen in wat men onder jongerenculturen verstaat, of eigenlijk meer een verandering in welke leeftijdsgenoten jongeren opzoeken. Jongeren leggen niet meer alleen contact met jongeren uit dezelfde buurt of van dezelfde school, maar jongeren gaan met behulp van de digitale mogelijkheden op zoek naar gelijkgestemden op wat voor vlak dan ook. Dat kan bijvoorbeeld gaan over sociale klasse, over interesses en opvattingen of over etnische achtergrond. De groep waartoe ze behoren bepaalt in deze leeftijd in grote mate hun referentiekader. Het contact tussen de jongeren kan bijzonder intensief zijn. Deze groep leeftijdsgenoten wordt ook wel 'peergroup' genoemd.

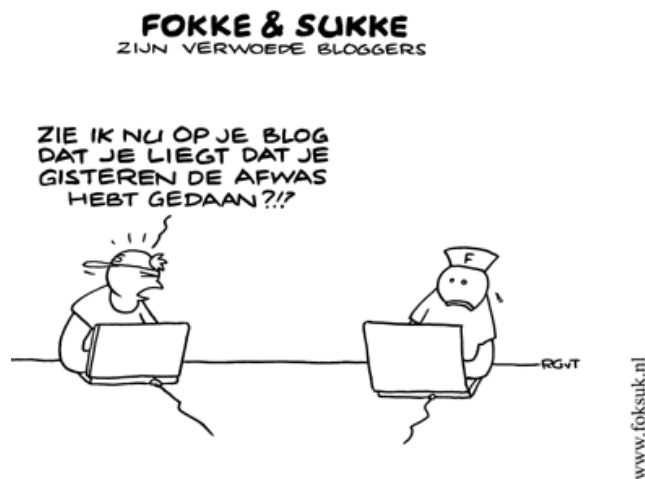
Jongerengroepen onderscheiden zichzelf op veel verschillende manieren. Een ervan is de taal die onderling wordt gesproken, de zogenoemde straattaal. Straattaal onderscheidt zich door subtiele verschillen en aanpassingen van de 'normale' meerderheidstaal. Deze straat- of groepstaal verbindt jongeren met elkaar en zorgt tegelijkertijd voor een onderscheidende functie. Anderen die niet hun taal spreken, horen er niet bij.

Giessen (1999) zegt dat een reden waarom jongeren zich niet graag bezig houden met politiek, wetenschap en journalistiek is dat deze onderwerpen sterk gericht zijn op het woord, op uitwisseling van argumenten. Jongeren leven echter veel meer in de cultuur van het beeld en de zintuiglijke ervaring. De jongeren van nu geloven niet direct wat er gezegd wordt, jongeren zijn mediaslim. Woorden zijn maar woorden, en zelfs vaak woorden die ze al vaker gehoord hebben, waardoor de woorden mogelijk hun kracht verliezen. Jongeren zijn niet langer naïef, maar begrijpen al heel jong hoe de wereld in elkaar steekt. Jongeren hoeven niet te worden overtuigd, ze moeten worden geïnformeerd, waarna ze prima in staat zijn zelf de juiste keuzes te maken. (Boschma [e.a.], 2006)

Door de individualisering en digitalisering van onze samenleving zijn keuzes niet meer vanzelfsprekend en de mogelijkheden enorm. Door de digitale mogelijkheden die er echter in de afgelopen jaren zijn ontstaan zou je ook kunnen stellen dat jongeren het individualisme inmiddels voorbij zijn (Blanken, 2001). Jongeren zijn volgens hem knopen in een netwerk en bovendien beweert hij dat ze "Even vlot van merk en mening verwisselen als van beltoon". Jongeren leven in de breedte en zouden door de enorme hoeveelheid van dagelijkse prikkels geen tijd meer hebben voor diepgang.

Traas (2003) geeft aan dat jongeren die gewend zijn aan televisie, in hun communicatie met anderen over bepaalde gebeurtenissen of situaties vaak moeite hebben om duidelijk te maken wat er precies gebeurd is en dan vaak vervallen in vaagheid. Ze vinden het moeilijk zich in woorden te uiten of in woorden iets uit te leggen of te omschrijven, omdat ze veelal werken met beelden. Een verhaal hoeft niet meer tot in detail verteld te worden, want: ik laat het wel even zien.

Jongeren in deze tijd kunnen zich heel goed afsluiten voor "ruis", zoals bijvoorbeeld hun huiswerk maken, terwijl er muziek opstaat. Wel kost het ze veel meer moeite om lang te luisteren of te lezen. Een nieuwe en zeer belangrijke plaats waar vrije tijd wordt besteed is het internet. Mensen van alle leeftijden, maar vooral de jongere generaties surfen per dag uren op het internet op zoek naar vermaak en contact. Interesses en hypes worden razendsnel verspreid, omdat jongeren constant met elkaar in verbinding staan. Dat wat ze meemaken wordt direct per sms of chat besproken met hun "peers" en jongeren hebben vluchtige, korte contacten. Dat is ook goed te zien aan de taal waarmee ze communiceren. De geschreven jongerentaal van nu bestaat uit afgekapte en verkorte zinnen en symbolen, die gemakkelijk en snel zijn te communiceren. Het internet is bovendien een plaats waar de werkelijkheid niet hoeft te zijn zoals je denkt dat deze is. Het internet is voor iedereen toegankelijk en daardoor door iedereen maakbaar.



In deze tijd ziet het er naar uit dat het woord het gaat verliezen van het beeld. De papieren krant wordt in afnemende mate gelezen en steeds meer mensen bekijken het nieuws online (Bakker, 2005). Brieven worden nauwelijks nog geschreven, inmiddels kunnen we e-mailen of zelfs chatten en msn-en, waarbij we direct antwoord kunnen krijgen van de ontvanger. Dagboeken worden steeds minder beschreven, het wordt steeds normaler om online je openbare dagboek bij te houden; je zogenoemde blog. Bovendien is het met de opkomst van UMTS-frequenties op je mobiele telefoon mogelijk om bewegende beelden op je mobiel te ontvangen en om digitaal een boek te lezen.

Volgens van Dijck (2002) zijn er verschillende reacties op deze ontwikkelingen. Angstige; zo zou volgens Postman "de cultuur vervlakken" en "de jeugd corrumperen", maar ook zeer positieve reacties. Zo zou Stephens de elektronische videotaal juist zien als 'nieuwe mogelijkheid tot intellectuele expressie'. Van Dijck relateert in haar essay echter beide reacties op de ontwikkeling van onze beeldcultuur. Zij wijst erop dat beeld en picturale expressie

eigenlijk altijd relatief dominant zijn geweest in de westerse cultuur en dat verschillende media elkaar slechts afwisselden in de productie en verspreiding van beelden.

De opmerking dat het woord het gaat verliezen van het beeld wijst Van Dijk in haar essay (in "de plaatjesmaatschappij", 2002) ook van de hand. Volgens haar ontstaan de digitale beelden te midden van gesproken en geschreven taal (en te midden van geluid en muziek). Zij stelt dat de beeldcultuur niet zonder geschreven taal kan, omdat de beeldcultuur zelf deels voortkomt uit een combinatie van schrift- en orale cultuur en zegt vervolgens dat woord en beeld, gesproken en geschreven taal, geluid en muziek historisch gezien voortdurend met elkaar in beweging zijn. Door ontwikkelingen krijgen ze slechts steeds een andere plaats toebedeeld.

4.4 Jongeren en verhaal

Uit de vorige paragraaf blijkt dat jongeren in deze tijd steeds meer gericht zijn op beeld en dat beeld ook een steeds groter deel uitmaakt van hun leven. Voorhoeve (2002) stelt dat film en televisie tegemoet komen aan de behoefte van jongeren aan beelden en dat deze behoefte aan beelden hierdoor niet gestild wordt. Waar werkelijk behoefte aan is, is aan de innerlijke beelden die ons bewustzijn verruimen en de werkelijkheid helpen begrijpen. Als we zelf verhalen vormen (wat overigens best met behulp van media kan) worden we bovendien minder afhankelijk van de media en leren we deze doorzien doordat we zelf ook "beeldschepper" zijn. Dit kunnen we, zeker in een tijd waarin computerspellen levensecht zijn, foto's zelden onbewerkt blijken en de werkelijkheid door het internet door iedereen maakbaar, naar mijn mening goed gebruiken.

Jongeren willen hun verhaal kwijt, ze willen gehoord worden. In de adolescentie ondergaan jongeren een sociaal cognitieve ontwikkeling. Deze nieuwe cognitieve vaardigheden maakt dat zij kritischer en afstandelijker naar hun sociale omgeving kijken (Delfos, 2004). In deze leeftijd draait het om de jongere zelf. Dit egocentrisme zorgt ervoor dat jongeren graag hun eigen verhaal vertellen en door alle ontwikkelingen die ze doormaken, hebben ze nogal wat te vertellen.

Het communiceren via het internet gaat in grote mate ook via woorden. De blogs die worden bijgehouden zijn de manier van jongeren om hun verhaal met de anderen te delen. Hier kunnen bovendien plaatjes, foto's en filmpjes worden toegevoegd om te verduidelijken wat er bedoeld wordt, wat aansluit bij de tijdsgeest en de behoefte van jongeren zich uit te drukken in meer dan alleen woorden. Tegelijkertijd is er via het internet de mogelijkheid voor anderen om hierop te reageren, waardoor persoonlijke verhalen worden getoetst aan de mening van anderen en waar bovendien verdieping plaatsvindt in de relaties met anderen. Het internet is echter ook een medium waar het aanbod enorm is en de gebruiker wil dan ook in een enkele oogopslag de boodschap kunnen lezen.

Aandacht is er maar kort en hierdoor moet de boodschap ook nog eens aanspreken, nieuwsgierig maken.

Verhalen kunnen worden gebruikt om gedachten, gevoelens en twijfels te delen met anderen. Hierdoor voelen jongeren zich minder alleen in de fase in hun leven waarin ze zich relatief erg onbegrepen voelen. Het is soms moeilijk om ervaringen en gevoelens onder woorden te brengen, zeker als deze, zoals in de adolescentiefase veelvuldig voorkomt, niet altijd stroken met het verstand. Het gebruik maken van beeld kan het voor jongeren makkelijker maken om zichzelf te uiten. Zie culturele werkvormen, paragraaf 4.6.

Is het vertellen van verhalen in zijn oorspronkelijke vorm nog wel vanzelfsprekend? De moderne lezer heeft leren wantrouwen en verdraagt meerduidige teksten. Hij kan reflecteren, is geïnteresseerd in de constructie van de tekst en waardeert een dieper plot (Boschma, 2006). Jongeren vragen dus om nieuwe uitdagingen in verhalen. De andere kant is dat door het leren kennen van geschiedenis en het ontdekken van vergelijkbare situaties, het eigen gedrag in een bepaalde context kan worden geplaatst. Hierdoor komen jongeren erachter dat ze niet alleen zijn, niet de enige in hun ervaring.

Er wordt in deze leeftijd nogal wat gefilosofeerd. De zin van het bestaan, levenswaarheden, bij alles kunnen vraagtekens worden gezet. Er wordt gedacht over mogelijkheden, in plaats van over waarheden en dit gaat dus verder dan het overdenken van de huidige werkelijkheid. Hierdoor worden jongeren niet altijd even serieus genomen. Men is nu eenmaal gewent alles in perspectief te zien en dus niet mee te gaan in dit soort 'overdreven' filosofie. Zoals eerder genoemd is het echter belangrijk dat jongeren bevestiging krijgen van hun sociale omgeving. Ze zijn trots op hun nieuw verworven intellect en willen dat delen met en toetsen aan hun sociale omgeving.



4.5 Jongeren en humor

'Dat ik zoveel humor gebruik is te vergelijken met een moeder die van een lepel een vliegtuigje maakt. Je krijgt de inhoud er een stuk makkelijker in'. (Isolde Hallensleben, voormalig lid van de Jakhalzen in het artikel 'De Lamaficering van Nederland')

In de titel verwijs ik naar twee eigenschappen van humor: onderscheiden en verbinden. Het laat zich geen verrassing zijn dat ik als CMV'er me meer zal richten in het gebruik van de verbindende functie van humor, dan van het onderscheidende. Dit omdat als we spreken van participatie we het automatisch hebben over het leggen van verbindingen. Toch is ook de onderscheidende functie van humor niet te verwaarlozen. Juist voor bepaalde doelgroepen kan de onderscheidende factor een bindend effect hebben. Als we het hebben over jongeren die bijvoorbeeld een punk kapsel hebben, dan doen zij hun best om zich te onderscheiden van anderen. Toch trekken ze naar elkaar toe en ontmoeten ze elkaar op feesten waar iedereen er soortgelijk uitziet. De onderscheidende factor verbindt. In humor werkt dat hetzelfde.

Jongeren houden van humor. Tv-programma's als 'De Lama's' en 'Dit was het nieuws' zijn onder jongeren de best bekeken programma's. Jongerenomroep BNN heeft als motto: 'Leuk en brutaal'. Het op extreme wijze verleggen van grenzen in programma's als 'Try before you die' en 'Spuiten en slikken', de goede kijkcijfers van deze programma's en de authenticiteit van de nieuwe generatie jonge presentatoren op televisie, geven een bepaalde behoefte aan onder jongeren. Het verleggen van grenzen op een het liefst zo provocerend mogelijke manier. Hoewel er vraagtekens kunnen worden gezet bij de authenticiteit van deze jonge presentatoren, aangezien het om televisie gaat en hier met regelmaat wordt uitgegroot en getypeerd, zijn het de persoonlijke overeenkomsten met de doelgroep wat het gevoel van echtheid geeft. Hoewel ik verwacht dat er een moment komt dat jongeren het gebrek aan werkelijke authenticiteit zullen doorzien en de 'leukigheid' een flater zal slaan, is er vooralsnog wel degelijk sprake van vermaak en aansluiting bij de doelgroep en de tijdsgeest.

Een manier waarop jongeren onderling humor gebruiken en uiten heb ik ervaren bij een open podium in Rotterdam. Na deze talentenjacht onder amateurs ontstonden zogenaamde "battles". Deze battles werden tot uiting gebracht in hiphop en dansen. Een battle bestaat uit twee personen, of groepen, die het al dansend of rappend tegen elkaar opnemen. Hierin gaat het om wie het beste kan dansen of rappen, maar nog belangrijker is de humor. Humor wint het in deze battles altijd, ook al is de andere partij wellicht 'beter'. Door de ander of zichzelf op de hak te nemen (te 'dissen' zoals ze het zelf noemen) ontvangen ze het grootste applaus en aanzien. De 'gediste' heeft geen keus en zal op zijn beurt de ander op een nog betere manier moeten terugpakken. Hoewel, vooral in de woorden van het rappen, de jongeren elkaar voor alles uitmaken en de teksten zeker niet even aardig zijn, is het zelden pijnlijk. Het zijn nu eenmaal de spelregels,

en de humor geeft het een knipoog. Het is dan ook niet zelden dat juist vrienden het tegen elkaar opnemen en daarna ook samen, lachend, vertrekken.

Een plaats waar dit onderlinge 'dissen' en de huidige beeldcultuur samenkomen, is YouTube*. Hier wordt gekeken naar filmpjes van extreme gebeurtenissen, maar is er ook sprake van filmpjes met een wat subtielere humor. Een voorbeeld van een subtielere vorm van humor en het 'dissen' onder jongeren zijn filmpjes op YouTube waarin jongeren met verschillende sociale en culturele achtergronden allemaal reageerden op een eerder vertoond filmpje. In dit eerste filmpje is een jongen in beeld die spreekt, over zijn nieuwe jas die hij fantastisch vindt. Hij doet dit op een manier die typisch is voor een bepaalde jongerencultuur in deze tijd. In de honderden filmpjes die hierop een reactie vormden en dus door verschillende jongeren werden opgenomen, werd telkens het onderwerp, de locatie of de taal aangepast, wat een komisch effect tot gevolg had. Deze filmpjes werden gewaardeerd en de grappigste filmpjes kregen de meeste sterren en werden dus ook het meest bekeken. De reactie in de vorm van deze filmpjes laat zien dat jongeren wel degelijk gevoel voor humor hebben en de mogelijkheid hebben elkaars en daarmee hun eigen gedrag te relativiseren.

"Het maken van de juiste grappen op het juiste moment vereist een grote culturele kennis. Iemand die niet lacht als andere lachen, onmaskert zichzelf als buitenstaander: hij geeft er blijk van de codes, gewoontes en regels niet te kennen; hij hoort er niet bij" (Kuipers, 2001)

Het programma 'Couscous en cola' is twee seizoenen lang uitgezonden op BNN. In het programma wordt een groep VMBO-leerlingen uit Amsterdam acht weken gevolgd. De jongeren hebben allemaal een andere afkomst en zijn een aantal jaren in Nederland. In dit programma reist deze groep af naar een ander land. Het eerste jaar waren dit de Verenigde Staten, het tweede jaar waren dit Ghana en Marokko. Allen een geboorteland van een van de jongeren. In de afleveringen werden meningen uitgewisseld en in een speciale aflevering gingen de jongeren op bezoek bij De Lama's. In deze ontmoeting werd duidelijk hoe humor per groep en cultuur verschilt, hoe moeizaam geloof en humor samen kunnen gaan en in welke mate humor soms kwetsend kan zijn.

4.6 Samenvatting

In de adolescentiefase zijn jongeren bezig met het zoeken naar hun (gevoel van) identiteit. Belangrijk in deze fase zijn leeftijdsgenoten, de peer group, waaraan een voorlopige identiteit kan worden verleend en waarbinnen kan worden geëxperimenteerd met eigen gedrag en de relaties tot anderen, grenzen en mogelijkheden van de samenleving.

Door alle rollen die er in de verschillende situaties in onze huidige samenleving moeten worden gespeeld, kan het vinden van continuïteit erg lastig zijn. Voor de tweede- en derdegeneratie jongeren kan identiteitsvorming nog moeilijker zijn

door de mogelijk enorme verschillen tussen hun familie, de thuisbasis en de maatschappij waarin ze leven.

De sociale omgeving kan de identiteitsontwikkeling op verschillende manieren ondersteunen of bevorderen. Twee manieren om dit te doen zijn 'activering' en 'bevestiging'.

Jongeren leven in de cultuur van het beeld en de zintuiglijke ervaring. Jongeren geloven niet direct wat er gezegd wordt, in deze tijd ook niet direct wat ze lezen, zien of horen. Jongeren zijn mediaslim.

Door de individualisering en digitalisering van onze samenleving zijn keuzes niet meer vanzelfsprekend en de mogelijkheden enorm. Jongeren die gewend zijn aan televisie hebben in hun communicatie met anderen over bepaalde gebeurtenissen of situaties vaak moeite om duidelijk te maken wat er precies gebeurd is, en om zich in woorden uit te drukken, dit omdat ze gewend zijn om iets 'wel even te laten zien'.

Jongeren hebben behoefte aan innerlijke beeldvorming die het bewustzijn verruimen en hen helpen om de werkelijkheid te begrijpen. De beelden uit de media stillen deze behoefte niet, aangezien het gaat om het eigen maken en dus om het eigen verhaal. Jongeren willen bovendien hun verhaal kwijt. Verhalen kunnen worden gebruikt om gedachten, gevoelens en twijfels te delen met anderen. Hierdoor voelen jongeren zich minder alleen in de fase in hun leven waarin ze zich relatief erg onbegrepen voelen.

Jongeren hebben relatief een korte spanningsboog. Het vertellen van verhalen in zijn oorspronkelijke vorm is te saai en zal de aandacht van deze snelle generatie waarschijnlijk niet vasthouden. Verhalen blijven echter wel hun waarde behouden, alleen vragen jongeren nieuwe uitdagingen in verhalen.

Humor onder jongeren is een 'hot item' en kan hierdoor een manier zijn, het kader, waarmee inhoud kan worden gepresenteerd. Humor maakt bovendien populair en degene met de meeste humor is in krachtmetingen op welk vlak dan ook vrijwel altijd de winnaar. Bovendien kan humor het eigen gedrag en de omgeving helpen te relativeren en helpen afstand te nemen en op deze manier bijdragen aan de identiteitsvorming.

5.1 Inleiding

Voorbeelden van humor in de praktijk zijn er meer dan we misschien wel zouden willen. Voorbeelden waarin humor wordt ingezet in het sociaal-cultureel werk zijn echter op een hand de tellen. Er wordt niet zelden geroepen dat humor belangrijk is en uitspraken over de sociale en maatschappelijke functies die humor zou kunnen hebben, zijn we in hoofdstuk een al tegengekomen. We kennen de professionele en vaak commerciële vormen waarin met humor wordt gewerkt en we hebben geconstateerd dat humor 'hot' is. Ik was dan ook enigszins verbaasd dat er zo weinig projecten te vinden zijn waarin het gebied van sociaal werk en humor elkaar ontmoeten. Het project dat ik uiteindelijk ben tegengekomen is dan ook wel heel erg de moeite waard. In dit hoofdstuk beschrijf ik dit relevante project waarin humor, jongeren, ontwikkeling en sociaal-culturele participatie elkaar raken, en zal ik ook enkele projecten beschrijven met interessante en in dit kader relevante facetten.

5.2 Des Bishop

Des Bishop is een stand-up comedian. Hij werd geboren in New York, en verhuisde zo'n tien jaar geleden naar Ierland. Hier bleef hij succesvol als comedian, wat een prestatie op zich is, als je bekijkt hoe verschillend Amerikaanse en Ierse humor zijn. In Ierland werkte hij onder andere aan het project 'Joy in the Hood'. In dit project gaat Des Bishop achterstandswijken in om met verschillende soorten mensen toewerkt naar een comedy night waarbij de deelnemers zelf op het podium zullen staan. Het is hem met dit project voornamelijk te doen om het inbrengen van positiviteit.

In het project werkte Bishop vier weken lang met groepen van vier a vijf personen. Deze mensen hadden vooraf auditie moeten doen en waren dus geselecteerd tot deelname. Des Bishop leerde ze in deze vier weken de kneepjes uit het stand-up vak. De dingen die je wel en juist niet moest doen. En hoe ze hun eigen verhaal grappig(er) konden maken. In de serie bijeenkomsten waren er verschillende moeilijkheden. Zo kwamen er regelmatig mensen niet opdagen en hadden de deelnemers wel een grote mond, maar zeker geen groot zelfvertrouwen. Bishop kwam er dus achter dat het niet alleen ging om het aanleren van 'grappig zijn', maar ook en misschien wel vooral op het geven van zelfvertrouwen en stimuleren van doorzettingsvermogen. Hierdoor werd het project in grote mate een sociaal project, misschien wel meer dan er van te voren werd verwacht.

Een van de plaatsen waar Des Bishop het project Joy in the Hood uitvoerde was Southill, Limerick. Een plek in Ierland die niet al te best bekend staat. Het wonen in Southill schept een band, hoewel het uit twee delen bestaat. Het ene deel vind

zichzelf sjieker dan het andere deel en vice versa. De vooroordelen over dit deel van Ierland zijn: Iedereen scheldt en is brutaal, mensen zijn grof, vijandig en asociaal. Als er over deze onderwerpen grappen worden gemaakt, dan is het zeker dat de meesten uit de omgeving hier hartelijk om kunnen lachen, omdat het zo herkenbaar is. Het samen hierom lachen, relateert en schept een band.

Van dit project in Southill is een filmpje gemaakt. Deze is te zien op:
http://www.youtube.com/watch?v=XH8tO6_AHq8&feature=related

5.3 Stand-up comedy

Voorbeelden van comedy evenementen in bijvoorbeeld een stad als Den Haag zijn het jaarlijkse evenement 'Night of Comedy', waar bekende comedians twee dagen hun kunsten vertonen en het Paard van Troje, waar driemaal per jaar 'The Comedy Explosion' georganiseerd wordt. Hier wisselen bekende en onbekende comedians elkaar af. Het publiek dat deze evenementen trekken, en overigens ook andere vergelijkbare comedy events, zijn over het algemeen hoger opgeleide, blanke twintigers en dertigers. Redenen zouden hiervoor kunnen zijn dat de locaties niet laagdrempelig zijn voor andere doelgroepen, dat de shows te prijzig zijn of dat bijvoorbeeld jongeren niet geïnteresseerd zijn. Deze laatste reden is echter zo goed als uit te sluiten, aangezien comedy onder jongeren zeer populair is (paragraaf 3.5), wel is het mogelijk dat de vorm waarop comedy hier wordt aangeboden niet aanspreekt.

In stand-up comedy wordt er onder andere gesproken over wat de comedians hebben meegemaakt en in hoeverre dit bizar of belachelijk is. De samenleving en bestaande stigma's worden regelmatig op de hak genomen. Sommige comedians kunnen echter ook zichzelf of zelfs anderen goed voor schut zetten. Interessant aan de vorm van stand-up comedy is dat er altijd in bepaalde mate afstand wordt genomen van dat waarover gepraat wordt. Hierdoor is het mogelijk de werkelijkheid onder de loep te nemen en de waanzin die er soms in schuilt te tonen.

5.4 Spoorzoeken

Het project Spoorzoeken is een project waarin oudere jongeren door het verzamelen van onder andere foto's, verhalen uit de geschiedenis van hun leefomgeving of culturele achtergrond achterhalen. Door het verzamelen van deze verhalen doen ze nieuwe ontdekkingen en maken ze zich de geschiedenis eigen, het wordt een stukje van henzelf. In het project Spoorzoeken is het de bedoeling dat de deelnemers het verzamelde 'verhaal' presenteren aan anderen. Verhaal staat hier tussen aanhalingstekens omdat het niet zoals het woord doet vermoeden om een geschreven verhaal gaat, maar in een film, of fotoverhaal is weergegeven. De eigen manier van presenteren en de eigen selectie van waardevolle elementen in het verhaal, zorgen dat het verhaal een stukje van de

jongere zelf is. Het verhaal wordt eigen gemaakt door het te vertellen (zie paragraaf 2.2).

In het project Spoorzoeken met Scholen is het uitgangspunt hetzelfde; het verzamelen van verhalen uit de geschiedenis van de eigen leefomgeving. Hier gaan echter jongere jongeren (12-18) op pad met een filmcamera om de geschiedenis op deze manier in kaart te brengen. Jongeren maken hun eigen documentaire. De staart van dit project is een première, waar alle deelnemers hun documentaire laten zien en de beste een gewilde prijs in ontvangst neemt.

Door het koppelen van iets wat binnen de motieven van de jongeren valt (in dit geval onder andere de gebleken interesse voor media) en iets wat je ze wilt meegeven (in de eerste plaats het vergroten van de binding met de wijk) is er zowel sprake van lering als van vermaak. Dit is een voorbeeld van een project waarin gestimuleerd wordt voor en door participatie en waarvan een animerende werking uitgaat.

5.5 Open Podia

Door heel het land worden vaak open podia georganiseerd. In het groot, op professioneel en commercieel niveau (Idols, X-factor, Hollands got talent enzovoorts), maar ook op amateur en lokaal niveau, zoals in buurtcentra. Hier zijn grote verschillen in aanpak te herkennen. Als relevant voorbeeld van een initiatief neem ik Fanatics. Fanatics is een open podium in Rotterdam waar jongeren met welke kunst dan ook de mogelijkheid krijgen te laten zien wat ze in huis hebben. Het is een voorbeeld van een project waarin jongeren gestimuleerd worden om deel te nemen aan een kunst en cultuur activiteit. Fanatics wordt grotendeels georganiseerd en gepresenteerd door jongeren zelf. Initiatiefnemer van dit open podium en ondersteuning wordt geboden door de SKVR, stichting kunst voor Rotterdammers. De SKVR biedt op de meest veelzijdige kunstzinnige gebieden cursussen en lessen aan en geeft aan jongeren op het open podium de kans zichzelf te laten zien. Verschillende kunstdisciplines ontmoeten elkaar en in de 'jam'-tijd krijgen de jongeren de kans te 'battle-en' door middel van dans of rap. Het gaat om de deelname, maar omdat er wel een wedstrijdelement in zin, wordt de deelname serieus genomen. Toch staat het plezier voor. Het ontmoeten van leeftijdsgenoten en het hebben van een leuke tijd, zijn de redenen waarom jongeren naar Fanatics toekomen. De doelen van de SKVR zijn het bevorderen van kunstparticipatie en het aanbieden van een vrijplaats. Een ander doel is talentontwikkeling. Door het aanbieden van leertrajecten en het aanstellen van een jury die aan de winnaar een geldprijs uitkeert, in de vorm van materiaal, opnamemogelijkheden of verdere ontwikkeling, wordt er ondersteuning geboden in het ontwikkelen van talent.

Fanatics is een voorbeeld van een project waar een vrijplaats is gecreëerd waar ruimte is voor de creatieve uitingen van jongeren. In deze of vergelijkbare vormen kennen we velen open podia. In de praktijk blijkt dit erg goed te werken voor

'energieke' disciplines als muziek of dans. Met energiek bedoel ik hier bijvoorbeeld de aanwezigheid van hard geluid, en veel impulsen. Voor 'meer ingetogen' disciplines als comedy lijkt een andere, rustigere sfeer wenselijk.

Stichting Kwaliteitsimpuls Podiumkunsten (KIP) in Emmen organiseert maandelijks zo'n open podium. Een Comedy Night waar amateurs waaronder cabaretiers, stand-up comedians, en komische muzikanten hun kunsten aan publiek kunnen tonen. Individuele deelnemers kunnen zich hiervoor opgeven, deze Comedy Night heeft geen binding met cursussen of projecten.

5.6 Samenvatting

Uit het project 'Joy in the Hood' blijkt dat er hartelijk gelachen wordt om grappen over de negatieve vooroordelen die bestaan over de gemeenschappelijke wijk en dat dit bovendien relativeert en een band schept. Bovendien blijkt uit dit project dat het van belang is dat er gewerkt wordt aan het zelfvertrouwen en de persoonlijke ontwikkeling van de deelnemers.

Het publiek van comedy evenementen zoals we deze in Nederland kennen, bestaat vooral uit hoger opgeleide, blanke twintig en dertigers. Er worden in Den Haag vooralsnog geen manieren gezocht om comedyprojecten op te zetten voor een jonger en gemengder publiek.

Het project Spoorzoeken is een voorbeeld van een project waarin het inspelen op de interesse van de doelgroep, hen stimuleert deel te nemen aan een project dat hun binding met de eigen leefomgeving vergroot.

Fanatics is een voorbeeld van een project waarin jongeren gestimuleerd worden om deel te nemen aan een kunst en cultuur activiteit. Het is een project voor en grotendeels door. Het ontmoeten van leeftijdsgenoten en het hebben van een leuke tijd, zijn de redenen waarom jongeren naar Fanatics toekomen. De doelen van de SKVR zijn het bevorderen van kunstparticipatie en talentontwikkeling.

In dit hoofdstuk zijn enkele voor deze scriptie interessante projecten, dan wel enkele interessante facetten van projecten naar voren gekomen. Met de theorie uit deze scriptie en de genoemde voorbeelden hiervan in de praktijk, zal ik in het volgende hoofdstuk antwoord geven op de vraagstelling.

Hoofdstuk 6 Jongeren en humor: Een programmavoorstel

6.1 Inleiding

Jongeren van 15-22 jaar; een veelzijdige doelgroep midden in zijn ontwikkeling, met nog vele leerprocessen in het verschiet. Een leeftijd waarin het voelt alsof de wereld en de eigen identiteit op losse schroeven staan en waar het relativeren van zichzelf en de omgeving de pijn zou kunnen verzachten. Het werken met humor is onder andere oefenen met dit relativeringsvermogen, met het aanbrengen van nuances. Humor kan een vaardigheid zijn die het leven makkelijker en aangenameer maakt. Humor kan bovendien activiteiten leuker en aantrekkelijker maken. Of het nu gaat om humor in beeld om een activiteit onder de aandacht te brengen, of om een humoristische invulling van een programma. Humor is vrijwel altijd, mits 'gepast', en hierom afhankelijk van het 'fingerspitzengefühl' van de agogisch dienstverlener, van meerwaarde. Wat betekent dit in de praktijk en op welke manier is dit als CMV'er te realiseren?

'Hoe kan ik als CMV'er door middel van de culturele werkvorm verhaal, humor inzetten om met jongeren te werken aan hun identiteitsvorming en sociaal-culturele participatie?'

In deze scriptie ben ik op zoek gegaan naar antwoorden op deze vraag en zijn deelvragen zoals deze in de inleiding beschreven zijn. Door de hoofdstukken heen zijn er antwoorden gevonden en nieuwe vragen ontstaan. In dit hoofdstuk geef ik aan de hand van een programmavoorstel antwoord op de vraagstelling.

Humor werkt bij jongeren. Waar ze een muur optrekken als het gaat om ellende in wereld, daar stellen ze zich open als het gaat om positiviteit en humor. Humor komt eerder binnen omdat het een positieve emotie betreft. Tegelijkertijd is humor in deze tijd onder jongeren een hype. Omdat humor op zich van maatschappelijke waarde kan zijn, en ik heb beschreven op welke manier humor en verhalen voor jongeren van belang kunnen zijn, is het voor mij logisch dat ik hier uitkom op het werken met jongeren aan hun gevoel voor en gebruik van humor. Aan het opzoeken en ontdekken van de verschillen in en de mogelijkheden van werken met humor. Een manier om dit te doen is om een programma op te zetten waarin met een groep jongeren wordt gewerkt en waarin humor en hun eigen verhaal centraal staan. Samen inventariseren wat grappig is, wanneer er wordt gelachen, maar ook wanneer aandacht verslapt. Hiermee werken we tegelijkertijd aan het vertellen van een eigen verhaal, aan het ontdekken van het eigen gevoel voor humor, maar direct ook hoe dit zich verhoudt tot anderen, wat het voor anderen interessant maakt en wat anderen grappig vinden. Humor gebruik ik hier dus tweeledig. Enerzijds om aan te sluiten bij de doelgroep en om een aantrekkelijk programma op te zetten (jongeren willen grappig zijn, humor is een rage). Anderzijds door de jongeren te leren humor te gebruiken met als doel hun eigen verhaal te vertellen en humor te gebruiken dit eigen verhaal te begrijpen en te relativeren. Het streven is om op

een manier waarin ze gestimuleerd worden tot deelname aan het sociale en culturele leven, jongeren humor als handvat mee te geven.

Zoals gezegd leidt dit tot een programmavoorstel. Een programmavoorstel welke is ontstaan uit de in deze scriptie besproken theorie en praktijk en welke in de volgende paragraaf beknopt beschreven is. In de inleiding van de volgende paragraaf begin ik met het aangeven van de ruimte die er in Den Haag voor dit voorstel is. Vervolgens beschrijf ik kort de beginsituatie waarin ik mezelf als sociaal-cultureel werker positioneer. Hierna beschrijf ik mijn programmavoorstel waarin ik kort inga op de verschillende onderdelen. In de verantwoording zal ik vervolgens bepaalde keuzes binnen het voorstel uitleggen.

6.2 Beantwoording vraagstelling in praktijk: Een programmavoorstel

6.2.1 Uitgangssituatie

Den Haag doet zijn best om op het gebied van comedy mee te draaien, maar zoals genoemd in het vorige hoofdstuk zijn de shows vaak vrij kostbaar, en worden deze voornamelijk bezocht door blanke twintigers. Ook de comedians die ons land rijk is, en onder comedians bedoel ik ook diegene die maar af en toe met een microfoon op het podium staan, zijn over het algemeen hoger opgeleid, blank en tussen de twintig en de dertig. We kunnen hieruit concluderen dat een erg groot gedeelte van de maatschappij niet in zijn verhouding in het comedycircuit vertegenwoordigd is. Het succes van de comedians Najib Amhali, Rachid Laroux en Anuar, alledrie oorspronkelijk van Marokkaanse afkomst, is in dit opzicht dan ook niet verwonderlijk. Met de opkomst van deze nieuwe lichting comedians lijkt het dat ook de Marokkaanse bevolkingsgroepen beter vertegenwoordigd zijn. Toch zie je ook hier voornamelijk blanke twintigers en dertigers in het publiek zitten, die lachen om de grappen over bijvoorbeeld het Marokkaanse stigma.

Er lijkt dus ruimte te liggen voor jongeren. Waar vind hun humor een podium? Zoals in hoofdstuk twee al beschreven staat hebben jongeren wel degelijk hun eigen gevoel voor humor, per groep of subcultuur verschillend. Deze humor komt zoals gezegd tot uiting in onder andere dans, rap en filmpjes. Humor is dan dat wat het aantrekkelijk maakt om naar te kijken, wat het populair maakt, maar niet de werkvorm.

Waar er voor de muzikanten en dansers onder de jongeren regelmatig en veelvuldig open podia worden georganiseerd of workshops worden aangeboden, is op het gebied van comedy nog winst te behalen. Vaak is er binnen een open podium wel ruimte voor comedians, maar is deze plaats tussen het flitsende en overweldigende karakter van andere disciplines zoals muziek en dans, zelden een succes. Dit betekent niet dat jongeren niet geïnteresseerd zijn in comedy, het betekent dat er een andere meer passende plaats voor deze vorm van amateurcomedy moet komen.

6.2.2 Beginsituatie

Voor dit programmavoorstel situeer ik mezelf in de positie van vormingswerker binnen een externe projectaanbieder. Dit zou vanuit een grote welzijnsorganisatie kunnen gebeuren, maar ook vanuit commerciële instellingen zoals bijvoorbeeld productiebedrijf Night of Comedy productions.

Het project vindt plaats in Den Haag. De locaties zijn wijk- of jongerencentra in uiteenlopende wijken in de verschillende stadsdelen. In deze centra wordt contact gelegd met jongerenwerkers. De knowhow van de jongerenwerkers over hun wijk en buurt zal worden gebruikt om verschillende groepen jongeren te bereiken.

Het programma, deze comedy cursus kan een naam hebben als 'STA OP!'. De jongeren worden in zes bijeenkomsten klaargestoomd voor het grote podium waar ze alleen of in duo's hun kunsten mogen laten zien aan publiek. 'STA OP!' wordt aangeboden in de vorm van een cursus. Deelname is gratis en vrijwillig, echter niet geheel vrijblijvend. Starten met de cursus betekent voor de jongeren dat ze het gehele traject zullen doorlopen.

6.2.3 Het programma

Het programma bestaat uit zes bijeenkomsten, een grote finale en een evaluatie. De groepen jongeren uit de verschillende stadsdelen ontvangen op locatie een duo bestaande uit een bekende comedian en een sociaal-cultureel werker. In de zes bijeenkomsten werkt de comedian met de jongeren aan het ontwikkelen van eigen comedy materiaal. Het ontwikkelen van dit eigen materiaal bestaat uit het vinden van materiaal en het grappig maken van dit materiaal. Daarnaast wordt er ook gewerkt aan de vaardigheden die wenselijk zijn voor een stand-up comedian. De sociaal-cultureel werker begeleidt de jongeren door de verschillende processen en ondersteunt de jongeren in het vormen van hun eigen verhaal. Bovendien zijn er verschillende situaties denkbaar waarin het wenselijk is dat de werker interenieert. De werker creëert dan bijvoorbeeld ruimte voor discussie binnen en reflectie op de verschillende onderdelen. Humor is het kader waarbinnen ruimte kan ontstaan voor gesprek en discussie.

Eerste bijeenkomst

De eerste bijeenkomst staat in het kader van kennismaking, introductie en inventarisatie. Allereerst zal de comedian starten met een kort stukje uit zijn materiaal. Hierna zal er kennismaking plaatsvinden waarin de deelnemers, de comedian en de vormingswerker zichzelf voorstellen en waarin de laatste twee zullen uitleggen wat hun verschillende rol in het programma is. De introductie bestaat uit een oriëntatie op het programma van de komende weken; wat de bedoeling is en in welk kader het programma gezien kan worden en een introductie in de stand-up comedy. De comedian komt gaat hier in op de voorbeelden uit zijn materiaal en legt uit waarom dit grappig is of juist niet en

waaraan dat ligt. Vervolgens wordt aan de jongeren gevraagd wat zij humor vinden en wanneer zij humor niet als zodanig ervaren. Hieruit zal wellicht blijken dat er verschillen in kunnen zitten. Met behulp van de vormingswerker zullen de uitkomsten uit deze inventarisatie worden omgezet in regels en omgangsvormen die gedurende het project zullen gelden. Een voorbeeld: Misschien blijkt uit het gesprek tussen de jongeren dat iemand een grap als kwetsend ervaart. Een regel die hier uit voort kan komen is dat er tijdens de cursus rekening wordt gehouden met de gevoelens van anderen. Een andere mogelijkheid is dat er een regel wordt opgesteld waarin dit niet hoeft, maar waar wordt afgesproken dat deze grenzen juist worden verkent, natuurlijk onder begeleiding van de vormingswerker. Welke omgangsvormen en regels er ontstaan gaat in overleg met de jongeren zelf. Wel moet er worden gezorgd dat iedereen in de groep gehoord wordt en dat het gevoel van veiligheid in de groep waar mogelijk gewaarborgd is in de regels. De jongeren krijgen de opdracht voor de volgende keer om voorbeelden te verzamelen van wat ze grappig vinden, zonder dat er hierin een kader wordt gegeven.

Tweede bijeenkomst

In de tweede bijeenkomst wordt het meegenomen materiaal bekeken en besproken. Het meegenomen materiaal mocht van alles zijn en het kan dan ook gaan om voorbeelden van grappige situaties tot extreme filmpjes. Door van te voren geen grenzen aan te geven kan er zicht worden gekregen op de humor van de jongeren, maar ook op de sociale grenzen, de normen en waarden die er binnen de groep bestaan. Er wordt gekeken naar wat de jongeren als groep grappig vinden. In de eerste plaats wordt er gezocht naar de gemeenschappelijke delers in de groep. Hierin gaat het niet alleen om dat waar de hele groep om kan lachen, maar ook om onderwerpen of ervaringen die de jongeren delen. Bij gemeenschappelijke delers kan worden gedacht aan gebeurtenissen in de wijk, aan gebeurtenissen binnen de groep, aan meningen over de samenleving of aan vooroordelen over en in de groep. De opdracht voor de volgende keer is het verzamelen van enkele van deze onderwerpen.

Derde bijeenkomst

De verzamelde onderwerpen worden besproken en getoetst op hun gemeenschappelijkheid. Vervolgens wordt er gewezen op andere mogelijke gemeenschappelijkheden zoals aannames, emoties, routinematig denken of bijvoorbeeld de betekenis die we aan woorden geven. De comedian legt uit op welke manier er gespeeld kan worden met de betekenissen van deze gemeenschappelijkheden. De jongeren zullen in tweetallen aan de slag gaan met enkele genoemde gemene delers en zij zullen met behulp van de comedian met de betekenissen hiervan proberen te spelen. De taak van de werker ligt hier in het begeleiden van dit creatieve proces. Hij kan dit doen door het geven van waardering en bevestiging van de input van de jongeren. Dit stimuleert hen verder te gaan in het denken buiten de kaders. De uiteindelijke uitkomsten van dit experimenteren zijn echter afhankelijk van de nieuwsgierigheid, verwondering en intrinsieke motivatie van de jongeren. Aan het einde van deze bijeenkomst

presenteren de jongeren hun zelfontwikkelde materiaal aan de rest van de groep, waarmee ze ook oefenen in het spreken voor een groep.

Vierde bijeenkomst

In het begin van de vierde bijeenkomst wordt er gesproken over of er nog geoefend is op anderen en of zich er wellicht iets is voorgevallen wat mogelijk materiaal zou kunnen zijn. Ook wordt er gesproken over eventuele (politieke) ontevredenheid, om de jongeren te wijzen op de mogelijkheden op het uiten van deze ontevredenheid door middel van humor. Vervolgens gaan de jongeren wederom in tweetallen aan de slag met het ontwikkelen van hun materiaal. Halverwege deze bijeenkomst doet de comedian een energizer waarin hij enkele trucs laat zien die bijna succes verzekerd zijn. Deze trucs geven extra handvaten en vergemakkelijken het voor de jongeren om in hun verhaal humor toe te voegen. Hierna gaan de jongeren weer zelfstandig aan de slag en presenteren ze als de bijeenkomst bijna ten einde is hun materiaal aan elkaar. Delen van dit materiaal zullen worden besproken en bovendien zal aan de jongeren worden gevraagd welk materiaal 'kan' en welk materiaal 'eigenlijk niet kan'. Tot hier waren de jongeren immers vrij en grenzeloos in het maken van hun materiaal. Dit is het moment waar wordt besproken wat leuk is in deze groep, en waarvan je vooral niet wilt dat bijvoorbeeld je ouders of grootouders het zien of horen. Hier zal eventueel ruimte moeten worden creëren voor discussie.

Vijfde bijeenkomst

In de eerdere bijeenkomsten is er voornamelijk gewerkt met gemeenschappelijke onderwerpen. Er vindt een gesprek plaats over wat deze gemeenschappelijkheden betekenen voor een individu en in hoeverre de meningen van anderen iemand uniek kunnen maken. Een voorbeeld hiervan: Een meisje houdt van het zingen van opera, maar haar vrienden weten dit niet, die houden allemaal van rap en vinden opera maar stom. Het gesprek dat er met de jongeren wordt aangegaan, is niet of het stom is dat haar vrienden opera stom vinden, of hoe belachelijk opera is, maar veel meer over de uniciteit van het meisje als operazangeres in deze context. Het is aan de werker om dit gesprek te leiden en te zorgen dat er niet in meningen wordt vervallen. Er worden meerdere voorbeelden besproken en vervolgens worden er persoonlijke en individuele onderwerpen geïnventariseerd. Hier kan gedacht worden aan opvallende uiterlijkheden, aan typerende karaktereigenschappen of bijzonderheden in de eigen gewoonten. Het gaat hier om de facetten die de jongere anders maken dan de anderen in de groep. Deze bijzonderheden worden omgezet in een persoonlijke troef. Het is aan de comedian en de werker er zorg voor te dragen dat de kwetsbaarheden die boven tafel komen met zorg en respect worden behandeld en te laten zien dat deze kwetsbaarheden juist de beste grappen voortbrengen. Vervolgens zal er met deze persoonlijkheden materiaal worden ontwikkeld. De jongeren krijgen als opdracht mee om voor de volgende keer individueel of in tweetallen al het verzamelde materiaal te bundelen en eventueel nog nieuw materiaal aan toe te voegen.

Zesde bijeenkomst

In deze zesde en laatste bijeenkomst presenteren de jongeren hun eigen materiaal aan de anderen uit de groep. De comedian geeft hier nog enkele laatste tips in het verbeteren van het materiaal en heeft bovendien, voor deelnemers die daar behoefte aan hebben, gezorgd voor enkele toepasselijke 'grappen' die de jongeren mogen gebruiken. Aan het einde van de bijeenkomst vindt de generale repetitie plaats. Er zullen waarschijnlijk jongeren zijn die niet kunnen wachten om op het podium te staan, maar misschien is het nog wel waarschijnlijker dat er jongeren zullen zijn die er tegenop zien. Ideaal gezien is er in de weken ervoor gewerkt aan het zelfvertrouwen en is er voldoende geëxperimenteerd, gereflecteerd en bevestigd, zodat de jongeren klaar zijn voor het podium. Het is wenselijk dat de sociaal-cultureel werker de jongeren in grote mate enthousiasmeert en ondersteunt zodat ze mogelijk over de streep worden getrokken. Mocht echter blijken dat iemand echt niet wil of durft, ook niet in een tweetal, dan is de positieve ervaring van het proces belangrijker en kan er gekeken worden naar een andere belangrijke taak, zodat hij wel onderdeel blijft van de groep en het gevoel van falen wordt voorkomen.

Finale

Iedere deelnemer doet, alleen of als tweetal, mee aan de finale. In deze finale ontmoeten de groepen uit de verschillende wijken elkaar in een echte theaterzaal. Hier krijgt iedere deelnemer drie minuten op het podium als echte stand-up comedian met de mogelijkheid hun kunsten ook buiten de groep te tonen. Deze finale wordt ingeleid en afgesloten door een bekende comedian. Hoewel het geen wedstrijd is, is er wel een jury die verschillende winnaars zal aanwijzen: Een prijs voor diegene die het publiek het hardst liet lachen, een prijs voor origineelste materiaal en een prijs voor het persoonlijkste materiaal. In deze finale delen alle deelnemers hun materiaal met elkaar en kunnen de verschillen, maar ook de overeenkomsten hierin kunnen worden herkend. Van groot belang is dat de jongeren trots zijn op zichzelf. Trots op hun materiaal, trots op het zijn van comedian, trots op het podium en misschien wel trots op hun groep, wijk of op het hele project. Deelnemers aan de finale hebben hun cursus hoe dan ook voldoende afgerond.

Evaluatie

De evaluatie heeft de vorm van een informele nabespreking van het project. Hier zal de sociaal-cultureel werker met de jongeren het gesprek aangaan over hoe ze het proces ervaren hebben en worden de jongeren uitgenodigd hierop te reflecteren. Hoe is het nu met het relativeringsvermogen? Ben je trots op jezelf? Hoe heb je het ervaren om dit met z'n allen te doen? In deze afsluitende bijeenkomst zal er bovendien met de jongeren worden gesproken over de finale. Waar ze om gelachen hebben en wat ze als minder grappig hebben ervaren en hoe ze denken dat dit komt. Waar de verschillen en overeenkomsten lagen. In dit gesprek zal de sociaal-cultureel werker alle deelnemers individueel aanspreken op hun prestatie, zodat ze een goed gevoel over houden aan het project.

6.2.4 Verantwoording

Dit programmavoorstel is enigszins ambitieus. Ambitieuus omdat er hoge eisen worden gesteld aan de vaardigheden van de sociaal-cultureel werker en de comedian in het anticiperen op en werken met jongeren. Omdat er hoge eisen worden gesteld aan de enthousiasmerende vaardigheden van de sociaal-cultureel werker; deze zal immers jongerencentra, bekende comedians en het eigen bedrijf moeten overtuigen van de grote waarde van het starten van en deelname aan dit project. Dit gezegd hebbende, is mijns inziens STA OP! een programma met vele mogelijkheden.

In het programmavoorstel heb ik ervoor gekozen om te werken met een duo. Een bekende comedian en een sociaal-cultureel werker. Werken met een bekende comedian omdat deze ten eerste het programma interessant en aantrekkelijk maakt voor jongeren, het trekt jongeren aan en ten tweede vanwege de technische kennis die nodig is om een comedycursus inhoudelijk te laten slagen. De sociaal-cultureel werker zorgt, behalve voor de organisatie, voor de juiste ondersteuning en begeleiding van de verschillende processen, en stimuleert bovendien de actieve deelname.

Door de jongeren op zoek te laten gaan naar gemeenschappelijke delers zoals gebeurtenissen in de wijk, gebeurtenissen binnen de groep, meningen over de samenleving of vooroordelen over en in de groep, denk ik het gevoel van binding met de sociale omgeving en met de groep te stimuleren.

Door de jongeren zelf op zoek te laten gaan naar wat zij onder humor verstaan, worden ze uitgedaagd het antwoord te vinden op vragen over wat ze als humor ervaren, waar de eigen grenzen liggen en waarin zich dat uit. Vragen over zichzelf dus. Doordat hier in eerste instantie geen grenzen in worden aangegeven, is het waarschijnlijk dat de jongeren met voor ons gevoel 'grenzeloze' voorbeelden komen. In dit programma kies ik hiervoor, zodat de jongeren zelf hun eigen grenzen zoeken. Later in het programma wordt er gediscussieerd over wat wel en wat niet 'kan', omdat ervan moet worden uitgegaan dat ook oma's het zullen zien. Door hierover te praten leren de jongeren hun eigen mening en de mening van anderen in hun sociale omgeving met elkaar te vergelijken. Dit draagt bij aan het besef van begrensde vrijheid binnen de identiteitsontwikkeling.

In het programma is ruimte voor discussie ingebouwd, om de jongeren hun meningen, gedachten en ideeën met elkaar te laten delen, waardoor er sprake is van spiegelen, reflectie en toetsing, welke op hun beurt weer bijdragen aan zelfbeeldverheldering.

Er wordt gewerkt met verschillende groepen uit verschillende stadsdelen. Hiervoor heb ik gekozen om in de verschillende groepen te werken vanuit gemeenschappelijk. Dit om de jongeren te laten ervaren wat hen als groep verbindt en waarin zij zich als individu onderscheiden. En uiteindelijk ook om

overeenkomsten en verschillen te ondervinden met andere groepen leeftijdsgenoten.

Het werken vanuit een combinatie van een cursus met een uiteindelijke finale is om jongeren het gevoel te geven dat ze kunnen leren zelf een comedian te zijn, ze krijgen de mogelijkheid zich te ontwikkelen in iets dat naar alle waarschijnlijkheid leuk is. Met de finale krijgt het project een kop en een staart. Op deze manier werken de jongeren ergens naartoe, hebben ze een vooraf bepaald doel, wat bijdraagt aan de motivatie tijdens het proces. Het theater waarin de finale wordt gehouden, is een plaats waar de jongeren normaal niet zo snel zullen komen. Door ze kennis te laten maken met het theater en door ze er bovendien zelf gebruik van te laten maken, hoop ik de drempel naar het theater in de toekomst, te verlagen en op deze manier ook een kleine bijdrage te leveren aan hun kunst en cultuurparticipatie in de toekomst.

In mijn programmavoorstel probeer ik jongeren te stimuleren om te leren, om deel te nemen aan een culturele activiteit, om op zoek te gaan naar eigen meningen, naar verhalen, naar gemeenschappelijkheid, naar eigenheid. Ik hoop jongeren enthousiast te maken voor comedy en verlaag daarmee misschien de drempel van cabaret en theater. Ik nodig jongeren uit om na te denken over facetten van zichzelf en anderen en de verhoudingen daartussen. Ik creëer mogelijk ruimte waarin jongeren kunnen experimenteren met hun relativeringsvermogen, met de vaardigheid humor en ik hoop ze bovendien humor als handvat mee te geven.

Met de genoemde uitgangspunten in het achterhoofd zijn vele uiteenlopende programma's en manieren waarop de culturele werkvormen verhaal en humor kunnen worden ingezet te bedenken. Dit voorstel is een suggestie en daarmee slechts een van de vele mogelijkheden.

Met dit voorstel hoop ik te hebben onderbouwd dat humor een plaats kent in het werkveld van Culturele en Maatschappelijke Vorming. Dat humor, net als verhaal goed kan worden ingezet als culturele werkvorm, waarmee gewerkt kan worden aan de sociale en culturele participatie en de identiteitsontwikkeling van jongeren. Dat humor bovendien een manier kan zijn om jongeren te bereiken, om aan te sluiten bij deze doelgroep. Met gebruik van humor kunnen jongeren worden uitgenodigd deel te nemen aan een activiteit waarin gezocht wordt naar verhalen. Verhalen waar samen deel van wordt uitgemaakt, verhalen die ons helpen de werkelijkheid te begrijpen.

Voor de CMV'er liggen er dus mogelijkheden op het gebied van humor en verhalen. Mogelijkheden met het vertellen van het eigen verhaal en humor als relativerende vaardigheid waarmee we mensen kunnen toerusten om het leven zinvoller en aangenamer te maken.

Hoe is het eigenlijk gesteld met ons eigen gevoel voor humor?

Literatuurlijst

- Bakker, P. (2005). *Trends in het mediagebruik van jongeren. Symposium MA Journalistiek*. Universiteit van Amsterdam, 3 februari 2005.
- Berkers, F. (1998). Inleiding kunst en cultuur. In: Spierts, M. [red.] *Beroep in ontwikkeling. Een oriëntatie op culturele en maatschappelijke vorming*. Maarssen: Elsevier De Tijdstroom.
- Berkers, F. en Henrichs, H. (2000). Kunst en Cultuur. In: Spierts, M. [red.] *Werken aan openheid en samenhang, een nadere verkenning van culturele en maatschappelijke vorming*. Maarssen: Elsevier.
- Blanken, H. (2001). *De Yahoo-generatie en het einde van de krant*. *De Volkskrant*, 16 juni 2001.
- Bolhuis, S. (1995). *Leren veranderen bij volwassenen. Een nieuwe benadering*. Bussum: Coutinho.
- Boschma, J, Groen, I. (2006) *Generatie Einstein. Slimmer, sneller en socialer*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.
- Bromberger, G. (2004). *De kracht van beelddenken. Een creatieve manier om koers te bepalen voor individu, team en organisatie*. Soest: Nelissen.
- Dekker, R. (1996). *Humor in geschiedenis en kunst*. Hilversum: Verloren.
- Delfos, M.F. (1999). *Ontwikkeling in vogelvlucht. Ontwikkeling van kinderen en adolescenten*. Lisse: Swets & Zeitlinger/ Harcourt Book Publishers.
- Dewulf, L. en Verheijen, L. (2003) *Ervaringsleren in een sociale context. Een praktijktheoretisch model*. *Opleiding en ontwikkeling*, nr. 10 p. 4-8
- Dijk, J. van (2002). Geen beelden zonder woorden. Continuïteit binneneen multimediale cultuur. In: Nederlands foto instituut (NFI) *De plaatjesmaatschappij. Essays over beeldcultuur*. Rotterdam: NAI uitgevers.
- Engel, A. (2005). *Werken met verhalen in de sociale sector. Vooronderzoek bij het project 'Sociaal Verhaal, digitale verhalen in het sociaal-agogisch onderwijs'*. Digitale Universiteit.
- Epskamp, C.P. (1984). *Humor en dwazen: een structurele analyse van grappen en grappenmakers*. Leiden: Instituut voor culturele antropologie en sociologie der niet-westerse volken.
- Giesen, P. (1999). *Laat me feesten*. Leuven: Uitgeverij Podium.
- Griend, R. van de, Wannet, K. (2007). *De lamaficering van Nederland*. *Vrij Nederland*, 15 december 2007.
- Grimhuijzen, T. van (1996). *Krijg ze maar groot*. Utrecht: SWP.
- d' Haenens, L., Summeren, C. van, Saeys, F., Koeman, J. (2004). *Integratie of identiteit? Mediamenu's van Turkse en Marokkaanse jongeren*. Amsterdam: Boom.
- Houten, D. van (2004). *De gevarieerde samenleving. Over gelijkwaardigheid en diversiteit*. Utrecht: De tijdstroom.
- Jungmann, B. (2008). *De overbruggende grap. Waar is de overbruggende humor gebleven*. *Volkskrant*, 28 maart 2008.
- Kuipers, G. (2001). *Goede humor, slechte smaak*. Amsterdam: Boom.
- Landelijk opleidingsoverleg CMV (1999). *Alert en Ondernemend. Opleidingsprofiel Culturele en Maatschappelijke Vorming*. Nijmegen

- Liekens, P. (1994). *Humor, inzicht dat verlicht*. Deventer: Ankh-Hermes.
- Merolla, Andy J. (2003) *Decoding Ability and humor production*. Communication Quarterly, nr. 54 p. 175-189.
- Nederlands foto instituut (NFI) (2002) *De plaatjesmaatschappij. Essays over beeldcultuur*. Rotterdam: NAI uitgevers.
- Rosmalen, J. van (1999). *Het woord aan de verbeelding. Spel en kunstzinnige middelen in het sociaal agogisch werk*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Pirandello, L. (1974). *On humor*. Chapel Hill, North Carolina: University of North Carolina Press.
- Procee, H. (1991). *Over de grenzen van culturen. Voorbij universalisme en relativisme*. Meppel: Boom.
- Sahadat, I., Smit, M. (2007). *Humor is een bindmiddel*. *Volkskrant*, 9 oktober 2007.
- Scholtens, W.R. (1988). *Humor raakt het wezen van de mens*. *Speling*, 40, 6-13.
- Spierts, M. (1994). *Balanceren en stimuleren, methodisch handelen in het sociaal-cultureel werk*. Maarssen: Elsevier.
- Spierts, M. [red.] (1998). *Beroep in ontwikkeling. Een oriëntatie op culturele en maatschappelijke vorming*. Maarssen: Elsevier De Tijdstroom.
- Spierts, M. [red.] (2000). *Werken aan openheid en samenhang, een nadere verkenning van culturele en maatschappelijke vorming*. Maarssen: Elsevier.
- Traas, M. (2003). *Opvoeding in verandering. Een veranderende maatschappij en de opvoeding van jongeren*. Baarn: HBuitgevers.
- Verhoeven, C. (1966). *Het grote gebeuren*. Utrecht: Ambo.
- Voorhoeve, B. (2002). *Beelden als inspiratiebron. Een werkboek*. Zeist: Christofoor.
- Vriens, L. (2001). *Vredeseducatie met een lach*. Amsterdam: SWP.
- Waal, V. de (2004). *Uitdagend leren, culturele en maatschappelijke activiteiten als leeromgeving*. Bussum: Coutinho.
- Wal, J. van der, Mooij, I. de, Wilde, J. de (2008). *Identiteitsontwikkeling en leerlingbegeleiding*. Bussum: Coutinho.
- Willems, W. (2004). *De kunst van het overleven. Levensverhalen uit de twintigste eeuw*. Den Haag: SDU.
- Wit, J. de, Veer, G. van der, Slot, (1995). *psychologie van de adolescentie*. Baarn: Intro.
- Zijderveld, Anton C. (1971). *Sociologie van de zothed. De humor als sociaal verschijnsel*. Meppel: Boom.
- Zijderveld, Anton C. (1983). *De culturele factor. Een cultuursociologische wegwijzer*. 's Gravenhage: VUGA.

Internet

Cultuurnetwerk Nederland, landelijke expertisecentrum voor cultuureducatie.
http://www.cultuurnetwerk.nl/cultuureducatie/begrippen_en_definities.html#Cultuur (21 april 2008)

Des Bishop. 'Joy in the Hood'.
http://www.youtube.com/watch?v=XH8tO6_AHq8&feature=related,
<http://desbishop.com> (7 juni 2008)

Stichting Beeldverhaal Nederland. <http://www.stichtingbeeldverhaal.nl/strips-en-onderwijs/2.htm>, <http://www.stichtingbeeldverhaal.nl/strips-voorlichting-en-communicatie/5.htm> (18 april 2008).

Website Martine F. Delfos. <http://www.mdelfos.nl/index-n.htm>, <http://www.mdelfos.nl/2004-postel-pubers.pdf> (1 mei 2008).

Website voor integratieve psychologie. Humor in de psychotherapie. <http://psy.cc/psy/wiki/pmwiki.php?n=Main.6810> (2 mei 2008)