

Investeren in kennis voor een rendabel kunstbeleid

Miranda Boorsma*

Summary

Investing in knowledge to make arts policy pay

The primary concern of Dutch arts policy in the nineties is the relationship between art and society. Part of the responsibility for this relationship is delegated to the individual art producers. This article presents a selection of the major publications in the field of arts production and reception within society. A connection is made between these publications and the various contemporary views on Dutch arts policy. It is argued that the latest view indicates a need for theoretical development and new research. Suggested criteria for new theories are: the inclusion of a specific function of art, a network approach and adequate micro-macro transitions. Research should concentrate on the development of specific marketing concepts for the arts, that also serve the collective purpose of arts participation.

1. Inleiding

Sinds mensenheugenis wordt er door mensen kunst voortgebracht. De binnen een maatschappij aan kunst toegekende betekenissen kunnen zeer sterk uiteenlopen. Kunst kan bijvoorbeeld dienen als ruilmiddel en als middel van vermaak, maar ook als symbool bij rituelen of bij de uitdrukking van prestige. Een maatschappij zonder kunst lijkt ondenkbaar. Daar de meest ongunstige omstandigheden kunstenaars en kunstminnaars niet definitief van de kunsten hebben

* Miranda Boorsma is universitair docent van de Vakgroep Markt en Onderneming van de Faculteit Bedrijfskunde van de Rijksuniversiteit Groningen. De auteur bedankt Hans van Maanen voor de inspirerende gesprekken die hebben bijgedragen aan de totstandkoming van dit artikel. Correspondentieadres: Rijksuniversiteit Groningen, faculteit Bedrijfskunde, Postbus 800, 9700 AV Groningen.

kunnen afhouden, zou men zich zelfs kunnen afvragen of een maatschappij wel zonder kunst kan voortbestaan.

Er is in Nederland sinds de Tweede Wereldoorlog sprake van een structurele overheidsbemoeienis met de kunsten. De verantwoording van deze bemoeienis heeft een problematisch karakter en staat daarom voortdurend ter discussie. In de loop der tijd zijn er verschillende beleidsvisies de revue gepasseerd. Er is steeds met wisselende redeneringen getracht om het kunstbeleid van een legitimering te voorzien. Men heeft zich hierbij veelal beroepen op factoren buiten het wezen van de kunsten, zoals internationaal prestige, afname van de criminaliteit en economische groei. Dergelijke doelen kunnen ook op een andere, misschien betere, wijze worden nagestreefd, wat de verantwoordingsproblematiek nogmaals heeft bemoeilijkt.

Overheidsbeleid komt voort uit tal van verschillende maatschappelijke processen en brengt zelf ook weer maatschappelijke processen op gang. Bij de beleidsvoering wordt niet alleen gebruik gemaakt van kennis uit de maatschappelijke en bestuurlijke praktijk, maar er wordt ook veelvuldig een beroep gedaan op wetenschappelijke kennis. Op hun beurt kunnen het overheidsbeleid en de daarmee samenhangende maatschappelijke ontwikkelingen een aanleiding vormen voor nieuwe wetenschappelijke onderzoeksvragen, waarbij het initiatief zowel door de overheid als door de wetenschappelijke wereld zelf kan worden genomen. Het is, in het licht van de voortdurende discussies over het kunstbeleid, dan ook niet verwonderlijk dat gedurende de laatste jaren het aantal wetenschappelijke publikaties dat betrekking heeft op het raakvlak tussen kunst en maatschappij, sterk is toegenomen. In dit artikel wordt aan de hand van een selectie uit een reeks van veel aangehaalde publikaties, geattendeerd op de convergenties tussen maatschappelijke, wetenschappelijke en beleidsontwikkelingen.

Medio 1992 is, afgezien van enkele aanpassingen, de Nota Cultuurbeleid 1993-1996, *Investeren in cultuur* door de Tweede Kamer goedgekeurd. De overheid heeft hiermee wederom een nieuwe visie op het kunstbeleid geïntroduceerd. Het Nederlandse kunstbeleid kan globaal worden getypeerd als een voorwaardenscheppend beleid. De overheid tracht, voornamelijk door subsidiëring, de kunstproductie en -distributie te stimuleren, waarbij de artistieke vrijheid van kunstenaars als een principieel uitgangspunt wordt beschouwd en het kwaliteitsoordeel wordt uitbesteed aan onafhankelijke specialisten. Verder probeert de overheid om de cultuurdeelname of de publieksparticipatie te bevorderen, onder andere door distributiebeleid, kortingsregelingen en vormingsbeleid. De huidige beleidsvisie is in die zin vernieuwend, omdat de overheid voor het eerst sinds de Tweede Wereldoorlog expliciete sancties wil koppelen aan de verantwoordelijkheid van kunstenaars en kunstinstellingen voor de be-

vordering van de publieksparticipatie. De Nota Cultuurbeleid 1993-1996 stelt dat gesubsidieerde kunstinstellingen in de toekomst niet meer alleen beoordeeld zullen worden op basis van de artistieke kwaliteit, maar ook op basis van de relatie die zij met het publiek of de maatschappij weten op te bouwen (pagina 51). De minister meent dat het hoog tijd is geworden om de prioriteit te geven aan een investering in de versterking van de relatie tussen kunst en maatschappij om te voorkomen dat het kunstaanbod in een isolement zal geraken.¹ Het welslagen of anders gezegd de 'rentabiliteit' van dit beleid zal afhangen van de gekozen en de in de toekomst te ontwerpen beleidsmaatregelen, alsook van de medewerking en mogelijkheden van de kunstinstellingen en het publiek. In dit artikel wordt, aan de hand van de bovengenoemde, geselecteerde publikaties, een indicatie gegeven van de mate waarin de bestaande wetenschappelijke kennis toereikend is voor het denken, handelen en evalueren, gegeven de huidige beleidsvisie. Tevens worden er suggesties gedaan voor de richting die nieuwe theorievorming en toekomstig onderzoek in zouden moeten slaan. Aangezien naast de overheid ook de individuele kunstinstellingen belanghebbend zijn, zal hierbij een onderscheid gemaakt worden naar het macroniveau van de Nederlandse samenleving en het microniveau van de kunstinstellingen.

De kern van dit artikel wordt gevormd door de paragrafen 4, 5 en 6. In deze paragrafen wordt een korte schets van de ontwikkelingen in de naoorlogse overheidsvisie op het kunstbeleid gegeven; de convergenties tussen beleids- en wetenschappelijke ontwikkelingen komen aan de orde, en er worden suggesties gedaan voor kennisontwikkeling in het kader van de nieuwste beleidsvisie. Hieraan voorafgaand zal in paragraaf 2 aandacht worden besteed aan de functies van kunst en zullen in paragraaf 3 de verschillende actoren in het kunstenveld en hun interdependenties aan de orde komen.

2. Functies van kunst

Het is in zekere zin paradoxaal om te spreken over de functie van kunst. Kunstproducten krijgen hun waarde primair op basis van vormaspecten en worden gekenmerkt door het feit dat functionele aspecten ontbreken of van ondergeschikt belang zijn. Toch wordt er in de wetenschappelijke literatuur en in beleidsnota's regelmatig, soms impliciet, verwezen naar één of meer functies van kunst, veelal in verband met de maatschappelijke legitimering van het kunstbeleid of met het oog op de verklaring van de individuele consumptie of productie van kunst. Het gaat daarbij niet om de functionele aspecten van afzonderlijke kunstwerken, maar om het belang van kunstproductie en -consumptie in algemene zin. Hierbij kan onderscheid worden gemaakt tussen het belang vanuit

een maatschappelijk en vanuit een individueel perspectief. Veelvuldig aangehaalde functies op maatschappelijk niveau zijn: opvoeding van de bevolking, economische groei, afname van de criminaliteit, en dergelijke. Voorbeelden van functies op het individuele niveau zijn vermaak, opwindend, tijdsverdring en sociale status voor kunstconsumenten, en een bron van inkomsten voor kunstenaars. Veelal wordt er verwezen naar functies die buiten-artistiek, ofwel niet-kunstspecifiek, van aard zijn en dus ook door andere producten dan kunstproducten kunnen worden vervuld.

In verband met de toenemende druk op een doelmatige en doelgerichte besteding van overheidsmiddelen, kan men het zich momenteel niet langer permitteren om bij de legitimering van kunstsubsidies voornamelijk te refereren aan verschillende niet-kunstspecifieke functies. Deze kunnen immers ook op een andere, vaak meer adequate wijze, eventueel in de particuliere sfeer, worden vervuld. Om tegenwicht te bieden aan een mogelijke aantasting van de continuïteit van bepaalde kunstvormen, zou bij het zoeken naar legitimeringen van het kunstbeleid in de toekomst meer nadruk gelegd moeten worden op kunstspecifieke functies, i.e. functies die uniek zijn voor kunstwerken. Uiteraard blijven de buiten-artistieke functies ook van belang.

Hieronder zal een functie van kunst worden beschreven die als specifiek kan worden aangemerkt, waarbij het uitgangspunt is gehanteerd dat kunstspecifieke functies gerelateerd zouden moeten zijn aan de vorm-aspecten van kunstwerken. Daarvoor moeten eerst de volgende vragen worden beantwoord. Wat betekent de omgang met vorm-aspecten voor mensen en welke rol speelt de kunst daarbij?²

De cultuur van een maatschappij, een land of een sociale groep brengt een zekere orde tot stand die mensen in staat stelt om de wereld beter te begrijpen en om zich daarin te kunnen bewegen. Deze ordening ontstaat door de natuur, de verhouding van mensen tot elkaar en hetgeen zich in de geest afspeelt te benoemen, vorm te geven en in vormen onder te brengen. Cultuur vormt de verbinding tussen individu en zijn of haar sociale omgeving en tevens de verbinding tussen het heden en het verleden van die omgeving. Cultuur uit zich onder andere in materiële en immateriële producten, en wordt op haar beurt ook weer beïnvloed door nieuwe creaties. Cultuurproducten symboliseren gemeenschappelijke opvattingen, zienswijzen en betekenissen, en spelen een belangrijke rol bij de overdracht, instandhouding en ontwikkeling van een cultuur. De kunsten vormen een specifieke sector binnen deze verzameling van symboliserende producten.

Culturele symbolen bevatten zowel een esthetische als een functionele dimensie. Bij kunstproducten gaat het in de eerste plaats om de esthetische symbolisering, terwijl bij andere symbolen de functionele symbolisering veelal

voorop zal staan. In het eerst geval gaat het primair om de werking van het symbool in het domein van de menselijke waarneming in letterlijke zin, ofwel de prikkeling van de zintuigen. In het tweede geval gaat het voornamelijk om de toepasbaarheid van het symbool om het betrokken fenomeen te representeren.³ De esthetische symbolisering kan als een belangrijke functie van kunst worden beschouwd, maar is niet uniek voor de kunsten. Produkten van amusement, reclame, en dergelijke kunnen een vergelijkbare functie vervullen. Het verschil bestaat hierin dat de kunsten betrekking hebben op het doorbreken en vernieuwen van esthetische symboolsystemen of in het verleden een belangrijke doorbraak hebben bewerkstelligd, terwijl amusement en dergelijke betrekking hebben op de toepassing van gevestigde symbolen (Abbing, 1989). Bovendien worden kunstprodukten gekenmerkt door het feit dat er sprake is van opzettelijke bedoelingen van de kunstenaar om een vernieuwing te entameren. De specifieke functie van kunst die uit het voorgaande kan worden afgeleid is: *het doorbreken en vernieuwen van esthetische symboolsystemen ten behoeve van de ontwikkeling van een cultuur en/of het representeren van historisch relevante doorbraken, op authentieke wijze of via nieuwe interpretaties in de vorm van perfectie of experimentele modificatie, ten behoeve van het behoud en de overdracht van een cultuur.*⁴ Deze omschrijving is vergelijkbaar met de formulering die door Goodman (1969) en Abbing (1989) wordt gehanteerd.

Naast deze kunstsPECIEKE functie op het macrosociale niveau, kunnen ook functies op het microniveau van de individuele producenten of recipiënten worden gespecificeerd. Aansluitend bij het voorgaande zouden kunstsPECIEKE functies op het individuele niveau als volgt kunnen luiden: *het doorbreken en vernieuwen van de individuele esthetische expressiemogelijkheden van kunstproducenten of het doorbreken en vernieuwen van de esthetische interpretatiekaders of waarnemingssystemen van recipiënten.*

In het recente kunstbeleid duiken er zo nu en dan aanwijzingen op, waaruit blijkt dat er belangstelling begint te ontstaan voor grootheden die gekoppeld zijn aan het eigene van de kunsten en kunnen bijdragen aan de legitimering van het kunstbeleid. De in de laatste beleidsnota gehanteerde omschrijving van de functie van kunst en cultuur als betekenisverlenend in het sociale verkeer, moge hier een illustratie van zijn.⁵

3. Actoren en interdependenties in het kunstenveld

In de inleiding is reeds aangeroerd dat in het Nederlandse kunstbeleid de artistieke vrijheid van de kunstenaar als een essentiële voorwaarde wordt beschouwd; termen als staatskunst en consumentenkunst hebben bijvoorbeeld

een zeer negatieve connotatie. De achtergrond van dit uitgangspunt wordt gevormd door het autonomiseringsproces in de kunsten, een ontwikkeling die in Europa weliswaar al sinds de Renaissance gaande is, maar pas in de negentiende eeuw daadwerkelijk zijn beslag krijgt. In samenhang met de opkomst van de markt voor kunst is de invloed die uitging van kerk, staat en rijke opdrachtgevers op de voorstelling en de vormgeving van kunstwerken, steeds verder afgebrokkeld.⁶ Williams (1979) signaleert dat gedurende de negentiende eeuw het denkbeeld opgang heeft gemaakt dat de kunstenaar als een bijzonder soort mens moest worden beschouwd: een onafhankelijke schepper, enerzijds ten opzichte van een anonieme markt en anderzijds ten opzichte van andere ambachtslieden.

Het idealiseren van de artistieke autonomie van de kunstenaar kan tot gevolg hebben dat men uit het oog verliest dat kunstenaars en kunstinstituten ook sociale en economische actoren zijn. Hierdoor kan een eenzijdige of beperkte kijk op de produktie, distributie en receptie van kunst ontstaan. Bovendien kan een te letterlijke interpretatie van het begrip 'autonomie' onduidelijkheid scheppen. Het begrip 'artistieke autonomie' betekent in feite dat er geen directieve invloeden uit mogen gaan van overheidsbelangen, consumentenbelangen of andere niet-kunstzinnige belangen op de keuzes van de kunstenaars aangaande de voorstelling en de vormgeving van kunstwerken. Dit impliceert echter niet dat kunstenaars geheel los staan van de sociale context waarin hun kunstwerken tot stand komen. Kunstenaars worden niet alleen geïnspireerd door hun sociale omgeving, maar interacteren, met het oog op de produktie en receptie van hun kunstwerken, met tal van verschillende sociale actoren, onder andere publieke en private geldverschaffers, smaakspecialisten en de beoogde recipiënten.

In het huidige kunstbeleid wordt de versterking van de relatie tussen kunstenaars en publiek centraal gesteld. Vanuit deze optiek is het wenselijk om produktie-, distributie- en receptieprocessen niet autonoom maar geïntegreerd als één kunstproces te benaderen. De kern van dit kunstproces bestaat uit de gedragingen en interacties van kunstenaars en recipiënten. Verder zijn er tal van actoren, activiteiten en middelen te onderscheiden, die deel uitmaken van het netwerk van produktie, distributie, consumptie, beoordeling, subsidiëring en stimulering van de kunsten. De hiermee samenhangende belangen, doelen, mogelijkheden en/of beperkingen beïnvloeden het verloop van het kunstproces. De percepties en de interpretaties van de betrokken actoren komen niet autonoom tot stand, maar zijn het produkt van sociale interactie. Binnen het kader van de huidige bestuurlijke en maatschappelijke ontwikkelingen op het vlak van de kunsten, lijkt het voor het denken en handelen niet adequaat om van deze interdependenties te abstraheren. Het ligt meer voor de hand om als uitgangspunt een interactie- en netwerkperspectief te kiezen. Het door Becker (1982) geïn-

roduceerde begrip kunstwereld kan in dit verband zinvolle aanknopingspunten bieden. Een kunstwereld is het netwerk van actoren, dat direct bij de handhaving en ontwikkeling van de kunsten of een bepaalde kunstvorm is betrokken. Conventies spelen hierin een centrale rol. Conventies zijn afspraken en normen over wat kunst is en wat niet, wie kunstenaar is en wie niet en wat tot de eigen kunst behoort.

Naast de directe interacties binnen de kunstwereld zijn er ook talrijke indirecte factoren van invloed op het kunstproces, zoals het gebruik en het aanbod van substituuatprodukten of van commerciële toepassingen, maar bijvoorbeeld ook het beleid van de overheid op andere maatschappelijke terreinen. De maatschappelijke verwevenheid van de kunsten of van een bepaalde kunstvorm komt onder andere tot uiting in dergelijke indirecte verbanden. Deze verwevenheid kan per kunstvorm, maar bijvoorbeeld ook per land verschillen. Wil men de maatschappelijke verwevenheid van kunst of een kunstvorm in de beschouwing betrekken, dan zullen (indirecte) relaties tussen de kunstwereld de maatschappelijke context gespecificeerd moeten worden. Bestudeert men de gesubsidieerde kunsten in Nederland, dan zal het hierbij vooral gaan om de specificatie van de samenhang met bepaalde kenmerken en belangen van de Nederlandse samenleving vanuit een macroperspectief.⁷ Wanneer men een beeld wil geven van de collectieve gedragingen en belangen van actoren in en rondom het kunstenveld en de maatschappelijke effecten daarvan, dan kan dat beeld niet zonder meer worden afgeleid uit de simpele aggregatie van individuele gedragingen en belangen. Bovendien loopt het individuele eigenbelang niet altijd parallel met het collectieve belang. Bij de legitimering, analyse en evaluatie van overheidsmaatregelen, die bedoeld zijn om het individuele gedrag te sturen in de richting van het maatschappelijke belang, is het dan ook uiterst belangrijk dat er adequate transities worden geëxpliciteerd om van het individuele niveau naar het collectieve niveau te gaan en omgekeerd.⁸

In het voorgaande is vooral geredeneerd vanuit een macro-optiek. Volledigheidshalve moet worden opgemerkt dat het denken vanuit een interactie- en netwerkperspectief ook voor de individuele kunstproducenten van toenemend belang wordt, daar de continuïteit van kunstproducenten tegenwoordig steeds meer afhankelijk wordt van de relatie die zij weten op te bouwen met het publiek.

4. Het naoorlogse kunstbeleid in Nederland

In de Nederlandse politiek bestaat er een brede overeenstemming over de noodzaak van een kunstbeleid. Hieraan ligt vooral de opvatting ten grondslag dat de

markt voor kunst niet goed functioneert en dat kunst voor de maatschappij essentieel wordt geacht. Abbing (1989) heeft vijf soorten kunstbeleid onderscheiden: allereerst een cultuurspreidingsbeleid, dat betrekking heeft op het weg nemen van drempels die de burgers bij cultuurdeelname belemmeren; ten tweede een algemeen produktiebeleid, dat vooral neer komt op een werkgelegenheidsbeleid; en tenslotte als laatste drie een innovatiebeleid, een conserveringsbeleid en een overheidsconsumptiebeleid. In de naoorlogse periode heeft het spreidingsbeleid steeds centraal gestaan. Verder zijn de andere vier soorten beleid in die periode met afwisselende prioriteiten terug te vinden.

De filosofie van waaruit de overheid vorm heeft gegeven aan het kunstbeleid heeft een zichtbare evolutie doorgemaakt. De verschillende naoorlogse beleidsvisies zullen hierna in chronologische volgorde worden besproken.⁹ Bij de typering is uitgegaan van de centrale positie van het spreidingsbeleid.

Het traditionele spreidingsbeleid (± 1945-1975). Het naoorlogse kunstbeleid had in eerste instantie tot doel om brede lagen van de bevolking, vooral de arbeidersklasse en de lagere strata van de middenklasse, in aanraking te brengen met kunst die in hogere kringen als belangrijk werd beschouwd. Dit had zijn wortels in de gedachte dat culturele volksopvoeding zou leiden tot een betere samenleving en een hogere welvaart. Een tweede onderdeel van het beleid bestond uit steunverlening aan kunstenaars gericht op stimulering van de kunstproductie en behoud van werkgelegenheid.

Het pluralistische spreidingsbeleid (± 1975-1980). De initiële steunverlening aan noodlijdende kunstenaars schiep precedënten, zodat ook andere kunstrichtingen een beroep op de overheid konden doen. Er werd naar hartelust geëxperimenteerd en gedifferentieerd. Het idee van één officiële kunstcollectie voor iedereen verloor vaste grond en moest wijken voor de opvatting dat er, aansluitend bij de verscheidenheid in de maatschappij, vele gedifferentieerde kunstvormen bestaan. Deze brede opvatting van kunst vormde de basis voor een pluralistisch spreidingsmodel, waarbij vernieuwing en vorming centraal stonden. Voordat dit beleid tot volle bloei heeft kunnen komen vond er alweer een verschuiving plaats naar een nieuwe beleidsvisie.

Het 'natuurlijke' spreidingsbeleid (± 1980-1990). Als reactie op een zekere mate van culturele wildgroei is het kunstbeleid in de jaren tachtig in het teken komen te staan van de artistieke kwaliteit. De spreiding van kunst onder brede lagen van de bevolking werd als een utopische wens beschouwd, met als gevolg dat de spreidingsdoelstelling werd omgezet in het streven naar een natuurlijke spreiding binnen het circuit waar reeds een zekere belangstelling voor kunst bestond, onder het motto 'goede waar verkoopt zichzelf'.

Het spreidingsbeleid 'nieuwe stijl' (± 1990-heden). Het kunstbeleid van de jaren negentig wordt gekenmerkt door de oriëntatie op de relatie tussen kunst

en maatschappij. Uit klassiek sociologische beschouwingen (Elias, 1939; Durkheim, 1964) kan worden afgeleid dat een belangrijke component van de burgerlijk-kapitalistische ontwikkeling wordt gevormd door de professionalisering en differentiatie van verschillende functies die aanvankelijk in familieverband werden uitgeoefend, zoals opvoeding, scholing, verpleging en vrijetijdsbesteding. In de loop van de negentiende eeuw tekent een dergelijke ontwikkeling zich ook af in de kunstwereld, wat ertoe heeft geleid dat de beoefening en appreciatie van kunst steeds meer het terrein van specialisten is geworden (Elias, 1935).¹⁰ De afstand tussen de specialistenkunst en de smaak van de 'massa' is sindsdien steeds groter geworden. Daarnaast heeft men de waarborging van de artistieke autonomie tot op heden als een essentieel uitgangspunt van het kunstbeleid beschouwd. Deze verschijnselen vormen een goede voedingsbodem voor het vermoeden dat de betrokkenheid van de professionele kunstbeoefening en de maatschappij op elkaar, versterking behoeft. Het spreidingsbeleid 'nieuwe stijl' heeft tot doel om de kloof tussen kunst en maatschappij te overbruggen, met behulp van maatregelen die de kunstproducenten moeten aansporen om meer aandacht te besteden aan publiekswerving, of beter gezegd aan marketing, en eventueel aan de verspreiding van kunst via audiovisuele media.¹¹ In feite betekent dit een impliciete relativering van het primaat van de artistieke autonomie.

5. Kunstbeleid en wetenschap

Overheidsbemoeienis met de kunsten behoeft verklaring, legitimering, evaluatie en voorbereiding. Hierbij wordt regelmatig een beroep gedaan op de wetenschap. De beleidsvorming kan aanhaken bij nieuwe wetenschappelijke bevindingen of een aanleiding vormen voor nieuw onderzoek, maar kan daarentegen ook teruggrijpen op veel eerder verworven wetenschappelijke kennis. Sommige publikaties kunnen bijdragen aan de ondersteuning van een bepaalde beleidsvisie, terwijl andere publikaties juist aanleiding vormen of hebben gevormd tot de ontzenuwing daarvan.

In de tabellen 1 tot en met 5 wordt een selectie gepresenteerd van tweeëntwintig bekende wetenschappelijke theorieën en onderzoeksresultaten die betrekking hebben op het raakvlak tussen kunst en maatschappij. Deze theorieën en onderzoeksresultaten zijn gegroepeerd op basis van de convergenties met het naoorlogse kunstbeleid. Aangezien de tabellen op een beperkt aantal waarnemingen berusten, hebben zij in dit kader slechts een attenderende waarde. Bovendien zijn de verschillende visies op het kunstbeleid niet onafhankelijk van elkaar, waardoor de convergenties tussen overheidsbeleid en wetenschap

niet eenduidig zijn. Er is een keuze gemaakt voor het meest in het oog springende verband. In de tabellen is ook telkens aangegeven welke functie van kunst en welke actoren als de centrale uitgangspunten zijn gehanteerd. Hierop wordt in paragraaf 6 nader ingegaan.

In tabel 1 staan de argumenten die aanvankelijk werden gebruikt om het overheidsingrijpen in de kunstsector te legitimeren. Het was vooral Boekman (1939) die de aanzet heeft gegeven tot het traditionele spreidingsbeleid, dat gedurende lange tijd een overheersende rol heeft gespeeld. Daarnaast werd, om de subsidieverlening te verantwoorden, veelal een beroep gedaan op economische theorieën. De economische argumenten die hiervoor werden aangehaald, hadden vooral betrekking op het behoud van de werkgelegenheid en/of de imperfectie van het marktmechanisme, zoals de relatief ongunstige ontwikkeling van de arbeidsproductiviteit, de positieve externe effecten en het 'merit'-argument.¹²

Tabel 2 vermeldt verscheidene publikaties die pleiten voor een pluralistisch spreidingsmodel. Deze publikaties zijn gebaseerd op de uitgangspunten dat kunst alleen betekenis heeft wanneer er aansluiting is met iemands belevingswereld en dat de individuele identiteit moet worden gerespecteerd.

Overheidsbeleid moet in principe geëvalueerd worden. Dit geldt vooral wanneer blijkt dat de doelstellingen niet of slechts gedeeltelijk worden gerealiseerd. Het culturele aanbod is, evenals de publieksbelangstelling, in de jaren na de oorlog aanzienlijk gestegen. Deels is dit te verklaren door de gestegen welvaart, maar ook het kunstbeleid heeft hier aan bijgedragen. Het spreidingsbeleid kan in zekere zin succesvol worden genoemd, omdat er veel is bereikt ten aanzien van de verlaging van drempels door de geografische spreiding, de kortingsregelingen, et cetera. Wat de sociale spreiding van cultuur betreft is het beeld heel wat minder rooskleurig. Het is gebleken dat, alle maatregelen ten spijt, de cultuurdeelname van de lagere sociale klasse niet is toegenomen en dat er voornamelijk mensen met een bovenmodaal inkomen profiteren van de kunstsubsidies. In voorzichtige termen kan worden gesproken van een relatieve mislukking van het spreidingsbeleid. Voor veel onderzoekers is dit aanleiding geweest om het cultuurparticipatiegedrag van de Nederlandse bevolking te analyseren. Een selectie uit de in dit verband meest relevante concepten en onderzoeksresultaten staan vermeld in tabel 3. Deze concepten en onderzoeksresultaten hebben in grote lijnen betrekking op de relatie tussen de cultuurdeelname en de sociale klasse of de culturele kennis van de betrokkenen, en op de wijze waarop mensen omgaan met substituuutprodukten en alternatieve presentatievormen, zoals de televisie. Een belangrijke mijlpaal is gezet door het werk van de sociologen Bourdieu en De Swaan (tabel 3, no. 11). De prominente rol van de goede smaak bij het streven naar sociale distinctie impliceert dat de boven- en onder-

Tabel 1. Ondersteuning van het traditionele sociale spreidingsbeleid en van de subsidiëring van kunst

no.	Omschrijving theorie/onderzoek	Auteur(s)	Perspectief	Centrale actoren ¹⁹	Functie van kunst	Relatie met kunstbeleid
1.	<i>Humanistisch idealisme.</i> Er bestaat een zekere samenhang tussen de afname van sociale tegenstellingen en de culturele volksopvoeding (ofwel nivellering van cultureel gedrag, smaak en voorkeuren). Cultuurpolitiek behoort een onderdeel te vormen van een ruimere sociale politiek. De overheid moet aanmoedigen en opvoeden. Het kunstpubliek vormt in het ideaalbeeld (van Boekman) één geheel.	Boekman (1939)	sociologie	overheid en maatschappij	Verhoging van het zedelijk peil van de arbeidersbevolking en vermindering van sociale tegenstellingen (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Legitimering van het traditionele cultuurspreidingsideaal.
2.	<i>Arbeidsproductiviteitstheorie.</i> De arbeidsproductiviteit in de culturele sector blijft achter bij de andere sectoren in de economie. Dit bedreigt de continuïteit en verzwakt de concurrentiepositie van deze sector en vormt een reden voor overheidssteun aan de kunsten.	Baumol en Bowen (1956)	economie	aanbodzijde van de kunstmarkt	Productie van kunst vormt een bron van inkomsten voor een specifieke maatschappelijke sector (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Productiebeleid: legitimering van subsidiëring van de kunstsector in verband met het stimuleren van de productie en behoud van werkgelegenheid.
3.	<i>Positieve externe effecten.</i> Het marktmechanisme is ongeschikt om de positieve externe effecten tot gelding te brengen. Deze lopen uiteen van vergroting van inkomsten uit toerisme en positieve effecten op andere economische sectoren tot verhoging van de kwaliteit van de samenleving.	bijv. Galbraith (1960); Pen (1982a)	economie	maatschappij	Bijvoorbeeld: economische groei, internationaal prestige, bijdrage aan de welvaart, afname van criminaliteit (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Legitimering van kunst-subsidiëring en spreading.
4.	<i>'Merit'-benadering.</i> Individuele burgers zijn geneigd om het belang van kunst te onderschatten. Kunst is goed en beschaafd en houdt mensen af van lager vermaak. De interactie tussen producenten en consumenten van kunst vergt tijd. Deze tijd kan door middel van subsidie overbrugd worden.	bijv. Pen (1982b)	economie	maatschappij en individuele recipiënten	Beschaving en opvoeding van de bevolking, of eventueel ontplooiing en bewustwording van het individu (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Legitimering van spreading en subsidiëring van kunst ter bescherming van de lange termijn belangen van maatschappij en individu.

Tabel 2. *Preferentie voor het pluralistische spreidingsmodel en voor een ruime opvatting van kunst*

no.	Omschrijving theorie/onderzoek	Auteur(s)	Perspectief	Centrale actoren	Functie van kunst	Relatie met kunstbeleid
5.	<i>Ontwikkeling van symbooltalen.</i> De productie en consumptie van kunst berust op de ontwikkeling en interpretatie van esthetische symbooltalen (i.e. specifieke communicatie-systemen). Centraal bij de symbolisering staat de metafoor. Kunst heeft betrekking op het zoeken naar nieuwe metaforen die zowel breken met als aansluiten bij een bestaand taalbegrip. Om kunst te kunnen begrijpen is specifieke taalkennis vereist. Kunst is tijd- en groepsgebonden als gevolg van het bestaan van diversiteit in individuele (voor)kennis en belangen. Naast de algemene kunsttalen bestaat er een grote variatie aan specialistische kunsttalen.	Goodman (1969); Abbing (1989)	micro-sociologie	(interactie tussen) producenten en receptanten	Het ontwikkelen en onderzoeken van esthetische symboolsystemen (<i>kunstspecifiek</i>).	Laat zien dat het kunstaanbod gedifferentieerd van aard is. Legitimering van een ruime opvatting van kunst. Benaadrukt ook het belang van innovatiebeleid, want nieuwe metaforen trekken aan maar stoten tevens af.
6.	<i>Pluralistisch spreidingsbeleid.</i> De overheid wordt geconfronteerd met 3 grenzen aan het spreidingsbeleid: 1. Culturele vernieuwingen verlopen traag door de natuurlijke weerstand tegen verandering. 2. Spreiding kan makkelijk omtaarden in het opdringen van het burgerlijke cultuur-ideaal. Mensen moeten autonome keuzes kunnen maken uit een zo'n breed mogelijk ongecensureerd kunstaanbod. 3. Spreiding vereist een passende ecologie, d.w.z. inbedding in een sociale en culturele context (onderwijs, media, e.d.).	Kassies (1983)	cultuur-filosofie	overheid en maatschappij	Kunst heeft een positieve werking op het morele en culturele peil van de bevolking, mits er aansluiting bestaat bij de eigen belevingswereld (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Evaluatie van het traditionele spreidingsbeleid van de overheid. Pleidooi voor een pluralistisch spreidingsmodel en een ruime opvatting van kunst.
7.	<i>De autonomie van het individu.</i> De westerse maatschappij heeft zich ontwikkeld tot een individueel georiënteerde samenleving waarin kunst en cultuur niet langer deel uitmaken van een collectieve mythe en waarin culturele keuzeprocessen en preferentie-ontwikkeling zoveel mogelijk aan de zelfcontrole van het individu moet worden overgelaten.	Campbell (1987)	cultuur-filosofie	maatschappij	Functie van kunst is niet geëxpliciteerd.	Legitimering van het streven naar verscheidenheid in de kunsten.

Tabel 3. Analyse van de kunstparticipatie in verband met de relatieve mislukking van het spreidingsbeleid

no.	Omschrijving theorie/onderzoek	Auteur(s)	Perspectief	Centrale actoren	Functie van kunst	Relatie met kunstbeleid
8.	<i>Conservatisme t.o.v. nieuwe reproductietechnieken.</i> In intellectuele kringen bestaat er over het algemeen een initiële afkeer tegen innovatieve reproductietechnieken voor de presentatie van cultuurprodukten. Dat met name de intellectuele elite vasthoudt aan de traditionele presentatievormen, zoals het theater, kan verklaard worden uit de hoge investeringen die men heeft gedaan in de bijbehorende vaardigheden en sociale relaties.	Hirschman (1970)	sociologie	recipiënten	Functie van kunst is niet geëxpliciteerd.	Analyse van het participatiegedrag m.b.t. het gebruik van alternatieve presentatievormen.
9.	<i>Hedonistische informatie-theorie.</i> De waardering van kunst en cultuur en het plezier dat men daaraan ontleent is een functie van de culturele competentie van het individu (de kunstzinnige verwerkingscapaciteit) en de complexiteit van de aangeboden informatie. Recipiënten streven bij cultuurparticipatie via stimulering van de zintuigen naar een optimaal niveau van psychische activering.	Berlyne (1971); Scitovsky (1976); Ganzeboom (1989); Maas (1990)	economische psychologie	recipiënten	Vermaak en opwinding; bevredigen van hedonistische behoeften (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Analyse van het participatiegedrag. Verklaring van de relatie tussen kunstparticipatie en opleidingsniveau.
10.	<i>Substitutie-theorie.</i> De schaarste verhouding tussen vrije tijd en besteedbaar inkomen is schief in het voordeel van het inkomen. De sterke produktiviteitsstijging in hooggeïndustrialiseerde samenlevingen heeft ertoe geleid dat de diversiteit in activiteiten en goederenbezit sterker is toegenomen in verhouding tot de toename van de beschikbare vrije tijd. Hierdoor is een voorkeur ontstaan voor tijd-extensieve vormen van cultuurparticipatie (bijv. via audiovisuele media).	Linder (1971); Scitovsky (1976)	economisch-sociologisch	recipiënten	Kunstparticipatie is een mogelijke vorm van vrijetijdsbesteding (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Analyse van het participatiegedrag en substitutieprocessen m.b.t. vrijetijdsbesteding.

Tabel 3. (Vervolg)

no.	Omschrijving theorie/onderzoek	Auteur(s)
11.	<i>Sociale reproductie-theorie.</i> Centrale these: personen dragen hun sociale status onwillekeurig uit in hun esthetische smaken en cultuurparticipatie-gewoonten. Sociale status heeft een economische en culturele (intellectuele) dimensie. Het streven naar sociale distinctie door de elite uit zich in de toonzetting en monopolisering van hetgeen tot kunst wordt gerekend. De culturele elite heeft voorkeur voor onconventionele avantgardistische kunst en de economische elite voor dure gevestigde kunst.	Bourdieu (1979); De Swaan (1986)
12.	<i>Sociaal-psychologische beïnvloedingstheorieën.</i> Esthetische oordelen zijn meer sociaal beïnvloedbaar naarmate de artistieke kwaliteit onduidelijker is. Het streven naar onzekerheidsreductie en sociale gedragsbevestiging speelt hierin een rol. Directieve beïnvloedingspogingen werken meestal niet of juist tegendraads.	Temme (1983, 1988)
13.	<i>Vertrossingstheorie of cultuurpessimisme.</i> Naarmate de consumenten beschikken over meer keuzemogelijkheden zullen zij meer en meer kiezen voor direct aansprekende stimuli (zoals sensationele informatie en gemakkelijk toegankelijke vormen van amusement) ten nadele van die stimuli welke een beroep doen op intellectuele vermogens. Door de overvloed bestaat het gevaar dat het criterium van amusementswaarde ook toegepast gaat worden op de appreciatie van zaken, zoals onderwijs en politiek.	Postman (1986); Bloom (1988)

Perspectief	Centrale actoren	Functie van kunst	Relatie met kunstbeleid
sociologie	culturele en economische statusgroepen in de maatschappij	Kunstparticipatie is een middel om sociale distinctie of status te tonen (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Analyse van het traditionele spreidingsbeleid. Subsidiering ofwel waardering van erkende kunst levert distinctie-winst voor de elite en werkt in het nadeel van het spreidingsbeleid.
sociale psychologie	recipiënten	Functie van kunst is niet geëxpliciteerd.	Analyse van het spreidingsbeleid. Pleidooi voor niet-directieve kunst-informatie via onderwijs en media.
cultuurfilosofie	maatschappij en recipiënten	Kunst draagt bij aan de beschaving van individuen en de bevolking (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Analyse van participatiegedrag; legitiemerings van de traditionele spreiding; afwijzing van een ruime opvatting van kunst.

Tabel 3. (Vervolg)

no.	Omschrijving theorie/onderzoek	Auteur(s)	Perspectief	Centrale actoren	Functie van kunst	Relatie met kunstbeleid
14.	<i>Neo-klassieke verklaring voor de behoefte aan nieuwe kunst.</i> De snelle opeenvolging van nieuwe stijlen in de kunstwereld kan grotendeels worden verklaard door een aanhoudende vraag naar nieuwe prikkels door kunstkopers. Het inkomen van kunstkopers is zo hoog dat zij regelmatig hun voorkeuren moeten veranderen om voldoende bevrediging te krijgen. Het marginale nut van 'nieuwe' kunst is t.o.v. gevestigde kunst relatief hoger. Niet alleen de aanbodzijde, maar ook de vraagzijde draagt bij aan de autonomisering van de kunst.	Grampp (1989)	neo-klassieke economie	kunstkopers (en kunst-aanbieders)	Individuele bevrediging van behoeften op basis van het streven naar nuts-maximalisatie (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Analyse van het participatiegedrag en van het ingrijpen door de overheid. Pleidooi voor minder subsidies en meer ruimte voor de vrije markt.
15.	<i>Zelfbedieningstheorie.</i> De ontwikkelingen in de cultuurparticipatie tijdens de opmars van de elektronische media kunnen als volgt worden gekenmerkt: een sterke groei van cultuurparticipatie in de huiskamer, de opkomst van het individualisme in het vermaak, en de opmars van de zelfbediening (door o.a. video).	Knulst (1989)	sociologie	recipiënten	Cultuurparticipatie is een vorm van vermaak, vertier en tijdverdrijf (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Analyse van het participatiegedrag m.b.t. de verschuivingen in het uitgaan en mediagebruik.

laag van de maatschappij vrijwel onmogelijk tot consensus kunnen komen ten aanzien van hetgeen dat als 'mooi' wordt beschouwd. Vanuit dit gezichtspunt is het traditionele spreidingsideaal in feite failliet verklaard.

In de vorige paragraaf is reeds aangeroerd dat er in de jaren tachtig een koerswijziging van het kunstbeleid heeft plaatsgevonden. De nadruk kwam te liggen op het streven naar een artistiek hoogwaardig kunstaanbod, ook wanneer in bepaalde gevallen een brede publieke belangstelling niet realiseerbaar blijkt te zijn. Daarbij werd de spreidingsdoelstelling vervangen door het streven naar het vergroten van het publieksbereik. Voor het artistieke kwaliteitsproduct moest een publiek worden gevonden, waarbij de sociale herkomst van dat publiek ondergeschikt was (zie Bevers, 1988). Aanleidingen voor de koerswijziging waren onder andere: de opkomst van de gedachte dat een brede spreiding van kunst onhaalbaar was, en de onmogelijkheid en onwenselijkheid om alle subsidieverzoeken te honoreren. Dit werd nogmaals versterkt door de toenemende behoefte van de overheid om in het algemeen de collectieve uitgaven te beperken. Bij het al dan niet honoreren van subsidieverzoeken werd de prioriteit verleend aan het criterium van de artistieke kwaliteit boven het bevorderen van de cultuurdeelname. In tabel 4 zijn enkele publikaties opgenomen waarin de beleidsoriëntatie op kunstzinnige kwaliteit wordt gelegitimeerd of geanalyseerd. Deze beleidsoriëntatie gaf vooral aanleiding tot onderzoeksvragen die betrekking hadden op de totstandkoming van kwaliteitsproducten en kwaliteitsoordelen.

Het streven naar artistieke kwaliteit als primaire doelstelling van het kunstbeleid sluit goed aan bij het uitgangspunt dat kunstenaars ruimte moeten hebben om in autonomie hun eigen richting te kunnen bepalen. Deze beleidsdoelstelling heeft echter als keerzijde dat ook het negatieve effect van de autonomiseringstendens in het licht van de schijnwerpers komt te staan. In de vorige paragraaf is reeds opgemerkt dat door Elias (1935) wordt gesignaleerd dat in de loop van de negentiende eeuw de produktie en receptie van kunst steeds meer een specialisme voor deskundigen is geworden.¹³ Het risico bestaat dat de kloof tussen de kunsten en het maatschappelijk leven nog groter wordt, wanneer de nadruk op de artistieke kwaliteit ten koste gaat van de aandacht voor de betrokkenheid van het publiek.

Een onderzoek naar de amateuristische kunstbeoefening in Nederland heeft uitgewezen dat er sprake is van een redelijk evenwichtige spreiding van deze vorm van actieve kunstbeoefening over alle lagen van de bevolking (Van Beek & Knulst, 1991). Dit opmerkelijke resultaat heeft er mede toe bijgedragen dat in de Nota Cultuurbeleid 1993-1996 de doelstelling van het publieksbereik wederom is bijgesteld. De amateurkunst staat model voor wat mogelijk moet zijn ten aanzien van de gesubsidieerde professionele kunst. In plaats van te spreken

Tabel 4. Legitimering en analyse van de oriëntatie op kunstzinnige kwaliteit als richtlijn voor een 'natuurlijke' spreiding

no.	Omschrijving theorie/onderzoek	Auteur(s)	Perspectief	Centrale actoren	Functie van kunst	Relatie met kunstbeleid
16.	<i>Evolutie van kwaliteitsnormen.</i> Iedere zich enigszins ontwikkelde cultuur produceert normen van voortreffelijkheid, geeft zulke normen door en ontwikkelt deze. Een dieper begrip, alsook de produktie, van eigentijdse kunst vereist kennis van het geëvolueerde kunstrepertoire, alsmede van de normen.	Gombrich (1979)	kunst-historisch	maatschappij	Kunst betreft de ontwikkeling en vernieuwing van individuele en sociale expressiemogelijkheden (<i>kunstspecifiek</i>).	Legitimering van de oriëntatie van het kunstbeleid op de door deskundigen te beoordelen kwaliteit.
17.	<i>Van reciprociteit naar autonomie.</i> Opdrachtverhoudingen hebben een belangrijke rol gespeeld in de beroepsvorming van kunstenaars. Historisch gezien speelde kunst een belangrijke rol bij de symbolische uitdrukking van macht en prestige. In de moderne maatschappij is dit overgenomen door fotografie, film, e.d. Kunst heeft deze functie verloren, maar heeft het prestige behouden. De vrije kunst vond hierin een goede voedingsbodem. De beoordeling van kwaliteit is daardoor het alleenrecht van deskundigen en kunstenaars zelf geworden.	Kempers (1987)	kunst-historisch	(interdependie tussen) opdrachtgevers, staat, mecenaat en kunstenaars	Overdracht van visuele informatie, in het verleden veelal t.b.v. de uitdrukking van macht en prestige (<i>nier-kunstspecifiek</i>).	Inzicht in de relatie tussen de sociale context en de totstandkoming van erkende oordelen over de kwaliteit van kunst.
18.	<i>Legitimerings- en toewijzingsproblemen van het kunstbeleid.</i> De achtergrond van deze problemen wordt gevormd door het autonomiseringsproces in de kunsten, dat wordt gekenmerkt door een toenemend belang van esthetische normen ten koste van ethische normen. Daarnaast ontbreekt er tegenwoordig een dominerende vormtraditie (stijlvercheidenheid). Dit resulteerde in smaakonzekerheid, d.w.z. dat wat kunst is en wat goede kunst is, discutabel is geworden.	Oosterbaan Martinius (1990)	sociologie	overheid en smaakdeskundigen	In het naoorlogse kunstbeleid lag aanvankelijk de nadruk op volksopvoeding, vervolgens op welzijn en ten slotte op kunstzinnige kwaliteit (<i>alleen de laatste is kunstspecifiek</i>).	Analyse van de oriëntatie op kwaliteit en van de rol van erkende smaakspecialisten.

over het publieksbereik wordt er nu weer gesproken over de participatie door de bevolking. In tegenstelling tot het traditionele spreidingsbeleid gaat het nu niet om de opvoeding van burgers, maar om de 'opvoeding' van kunstproducenten. Zij worden gewezen op hun verantwoordelijkheid voor de relatie tussen kunst en maatschappij. Een belangrijke aanzet voor de bestudering van de relatie tussen kunstproducenten en publiek is gegeven door de socioloog Becker (1982). Deze invalshoek en enkele publikaties die de hernieuwde belangstelling voor de cultuurparticipatie ondersteunen, zijn beschreven in tabel 5.

De nieuwste beleidsvisie is zo jong dat de uitwerking zich nog in een beginstadium bevindt. Voorts zullen ook de kunstproducenten hun beleid moeten herzien omdat zij meer marktgericht moeten gaan werken. Zowel de overheid als de kunstproducenten zullen bij de operationalisering van hun beleid gebaat zijn bij de ondersteuning door wetenschappelijk onderzoek en theorievorming. Vanuit de Nederlandse kunstwereld is er vrij veel kritiek geuit op de nieuwe wending in het kunstbeleid. Degenen die vraagtekens zetten bij het kunstbeleid zullen ook behoefte hebben aan wetenschappelijk onderzoek, zodat de evaluatie kan worden bespoedigd. In de volgende paragraaf wordt voor de tabellen 1 tot en met 5 nagegaan in hoeverre de betrokken publikaties in dit kader actueel zijn en worden er suggesties gedaan voor nieuwe onderzoeksvragen en voor theorievorming.

6. Onderzoek en theorievorming 'nieuwe stijl'

In de paragrafen 2 en 3 is betoogd dat de huidige maatschappelijke en bestuurlijke ontwikkelingen, zoals het bezuinigingsbeleid van de overheid en de toenemende belangstelling voor het herstel van de relatie tussen kunst en maatschappij, aanleiding vormen om bepaalde eisen te stellen aan onderzoek en theorievorming op het gebied van de kunsten. Er is gesuggereerd dat er aansluiting gezocht moet worden bij een specifieke functie van kunst, dat een interactie- en netwerkperspectief de voorkeur verdient, en dat er adequate transities tussen het individuele en het maatschappelijke niveau gespecificeerd moeten zijn. Het belang van deze criteria wordt, gegeven de recente wending van het kunstbeleid en de operationalisering daarvan, nader uitgewerkt in deze paragraaf. Verder wordt voor de publikaties die zijn beschreven in de tabellen 1 tot en met 5 nagegaan in hoeverre er wordt voldaan aan deze criteria, zodat een indicatie kan worden gegeven van de mate waarin er behoefte is aan nieuwe theorievorming en onderzoek.

De legitimeringsproblemen van het kunstbeleid hangen onder andere samen met het feit dat er steeds wisselende redeneringen worden gehanteerd, alsook

Tabel 5. Aanleidingen voor de spreiding 'nieuwe stijl' gericht op het overbruggen van de kloof tussen kunst en publiek

no.	Omschrijving theorie/onderzoek	Auteur(s)	Perspectief	Centrale actoren	Functie van kunst	Relatie met kunstbeleid
19.	<i>Het civilisatie- of professionaliseringsproces.</i> Aanvankelijk waren de productie en de consumptie van kunst nauw verbonden en maakten deel uit van de beschavingsnorm. In de loop van de burgerlijk-kapitalistische ontwikkeling van de maatschappij zijn er steeds meer tekenen waarneembaar van de voortschrijdende professionalisering en differentiatie van de kunsten. Excellerende prestaties werden steeds belangrijker dan navolgbare. De beoefening en de appreciatie van kunst werden geleidelijk het terrein van specialisten.	Elias (1935, 1939)	cultuur-sociologie	(inter-)dependentie tussen) de maatschappij en individu	Kunstbeoefening en aanschouwing spelen een prominente rol in de civilisatie van de maatschappij (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Verklaring van de afstand die geleidelijk is gegroeid tussen kunst en maatschappij.
20.	<i>Verarming van het openbare leven.</i> De hang naar functionele rationaliteit en consumptief hedonisme verdringt de culturele en kunstzinnige interesse. Belangrijke oorzaken zijn: de kapitalistische productiewijze en secularisatie. Communicatie d.m.v. spel en presentatie is een aangelegenheid geworden voor professionele acteurs, politici, e.d.	Sennett (1976); Huizinga (1985)	sociologie; cultuur-historisch	maatschappij	Kunst heeft een communicatieve functie in het sociale leven (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Verklaring van de ontstane kloof tussen kunst en maatschappij.
21.	<i>Netwerkenadering 'Art worlds'.</i> Processen van kunstproductie, consumptie of distributie kunnen niet autonoom worden bestudeerd. De totstandkoming, handhaving en vernieuwing van kunstvormen vindt plaats in een sociaal netwerk, waarbinnen conventies, afspraken en normen t.a.v. kunst een centrale rol spelen. Elke concrete kunstvorm heeft een eigen specifiek netwerk.	Becker (1982)	sociologie	alle actoren binnen het kunstnetwerk zoals critici, publiek, opleiders, sponsors en kunstenaars	Kunstwerelden vervullen een functie, die te vergelijken is met de functie van andere sociaal-economische sectoren (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Meer aandacht voor de relatie tussen kunst en publiek. Levert tevens een bijdrage aan de acceptatie van de gedifferentieerde aard van kunst.
22.	<i>Amateurische kunstbeoefening.</i> Beoefening van amateurkunst is een actieve vorm van cultuurparticipatie die, in tegenstelling tot de receptieve participatie van professionele kunst, veel evenwichtiger gespreid is over alle lagen van de bevolking. Daarnaast is de belangstelling voor amateurkunst in de naoorlogse periode opmerkelijk stabiel gebleven.	Van Beek en Knulst (1991)	sociologie	receptieve en actieve cultuurparticipanten	Cultuurparticipatie is een vorm van vermaak, vertier en tijdverdrijf (<i>niet-kunstspecifiek</i>).	Projectie van de feiten over de amateurkunst op de professionele kunst, indekt dat een scheve spreiding niet geaccepteerd hoeft te worden.

met de neiging om zich te beroepen op verschillende niet-kunstspectifieke functies, zoals verhoging van de welvaart. Voor een structurele legitimering van het kunstbeleid is het nodig dat er aansluiting wordt gezocht met een kunstspectifieke functie (zie paragraaf 2). Ook bij theorievorming op het microniveau van de kunstproducenten, vooral op het gebied van kunstmarketing, zouden kunstspectifieke aspecten in acht moeten worden genomen.¹⁴ Hoewel bepaalde niet-kunstspectifieke functies zoals het statusaspect en het vermaaksaspect goede aanknopingspunten kunnen bieden voor het marketingbeleid, vormt de nadruk op deze buiten-artistieke functies slechts een wankel basis voor het opbouwen van een sterke concurrentiepositie ten opzichte van substituutprodukten en voor het bewerkstelligen van een 'lange termijn'-relatie met recipiënten. Gegeven de relatief zwakke concurrentiepositie ten aanzien van deze functies, zou men moeten zien te voorkomen dat de unieke eigenschappen van kunst uit het oog worden verloren. Verwacht mag worden dat daarin juist de concurrentiekracht zal schuilen. Bovendien zal het eigen van de kunst voor bepaalde marktsegmenten altijd essentieel blijven.¹⁵

Een nadere beschouwing van de tabellen 1 tot en met 5 doet vermoeden dat het aantal bestaande wetenschappelijke publikaties dat een kunstspectifieke functie als uitgangspunt hanteert, beperkt is. Van de tweeëntwintig beschreven benaderingen voldoen eigenlijk alleen Goodman en Abbing (tabel 2, no. 5),¹ Gombrich (tabel 4, no. 16) en Oosterbaan Martinius (tabel 4, no. 18), ieder met een eigen invulling, aan dit criterium.¹⁶

Reeds eerder is erop gewezen dat het wenselijk is, wanneer men de relatie tussen kunst en maatschappij wil bestuderen, om de produktie en consumptie van kunst vanuit een interactieperspectief te benaderen. In feite is een benadering waarbij de gehele marktstructuur in beschouwing wordt genomen nog meer geschikt. Het belang van een netwerkperspectief kan met het volgende voorbeeld worden geïllustreerd. Het huidige kunstbeleid verwacht van kunstenaars een marktgerichte opstelling. In de podiumkunstsector tracht de overheid dit onder andere te beïnvloeden met behulp van inkomstenverhogende maatregelen. De podiumkunsten worden geconfronteerd met een algehele korting van 2,5 procent op de subsidiegelden, alsook met de verplichting om een minimum bedrag aan eigen inkomsten te realiseren (15 procent van de exploitatiekosten). Podiumkunstproducenten kunnen hier onder andere op reageren door hun beleid te richten op een verhoging van de publieke belangstelling en/of op het verkrijgen van sponsorgelden.¹⁷ Voor de publieke belangstelling is men afhankelijk van de theaters en voor de sponsorgelden van het bedrijfsleven. Dit impliceert dat de machtspositie van de distributeurs en/of de private geldverschaffers beduidend sterker wordt. Een interactie- en netwerkperspectief zorgt ervoor dat dergelijke aspecten ook in beschouwing worden genomen. Hetzelfde

voorbeeld laat tevens zien dat het ook voor de individuele kunstproducenten relevant kan zijn om vanuit een interactie- en netwerkperspectief te denken. Voor het marketingbeleid zal bijvoorbeeld een goede samenwerking met distributeurs steeds belangrijker worden.

Bij stuurmaatregelen in het kader van het kunstbeleid staat het collectieve belang voorop, ook wanneer deze maatregelen gericht zijn op het gedrag van individuele actoren. Het is daarom essentieel om bij het ontwerpen en analyseren van het kunstbeleid adequate transitie van het micro- naar het macroniveau te expliciteren, zodat de gevolgen voor de maatschappij zo goed mogelijk geëvalueerd kunnen worden. Ter illustratie kan worden teruggegrepen op het eerder genoemde voorbeeld. De podiumkunstproducenten kunnen op verschillende manieren invulling geven aan hun marketingbeleid. Het is vanuit een marketingperspectief veel moeilijker om een nieuw publiek over te halen tot cultuurodeelname dan om een publiek te bereiken dat reeds beschikt over een zekere belangstelling voor kunst. De kans is aanwezig dat de kunstproducenten de makkelijkste weg kiezen en daardoor indirect elkaars klanten zullen afpakken. Dit zal waarschijnlijk resulteren in een reallocatie van bezoekers, ten gunste van degene met de beste marketingstrategie en/of de beste contacten met de distributiekanaalen. In het ergste geval is het mogelijk dat er nauwelijks of geen bijdrage wordt geleverd aan de collectieve cultuurparticipatie. In dat geval schieten de stuurmaatregelen hun doel voorbij en kunnen de marketinginspanningen vanuit een maatschappelijke optiek grotendeels als verspild worden beschouwd. Deze situatie zal zich in de praktijk in deze extreme vorm niet voordoen, maar vormt wel een aanwijzing voor het vermoeden dat concurrentie met buiten-artistieke middelen waarschijnlijk weinig zal bijdragen aan het collectieve belang.

In een aantal bekende wetenschappelijk publicaties wordt reeds een centrale rol toegekend aan de interactie tussen producenten en consumenten van kunst. Voorbeelden hiervan zijn met name: Goodman en Abbing (tabel 2, no. 5), Kempers (tabel 4, no. 17), Elias (tabel 5, no. 19) en Becker (tabel 5, no. 21). De laatstgenoemde, de 'art world'-benadering van Becker, heeft zijn faam vooral te danken aan het feit dat de gehele marktstructuur in beschouwing wordt genomen. Onder de vier genoemde concepten bevinden zich ook enkele benaderingen die tevens transitie tussen het individuele niveau en het maatschappelijke niveau specificeren. Deze zijn de kunsthistorische benadering van Kempers en de civilisatietheorie van Elias.¹⁸

Hoewel de tabellen 1 tot en met 5 slechts een selectie bevatten uit de bestaande theorieën en onderzoeksresultaten op het raakvlak van kunst en maatschappij, levert de nadere bestudering hiervan toch een aanwijzing om te veronderstellen dat de bestaande wetenschappelijke kennis zinvolle aanknopingspunten

biedt voor het denken, handelen en evalueren, gegeven de huidige beleidsvisie. Er zijn verscheidene concepten die voldoen aan één of twee van de voorgestelde criteria. Anderzijds is er onder de tweeëntwintig bestudeerde concepten niet een benadering gevonden die tegelijk aan alle drie de criteria voldoet. Dit indi-ceert het belang van een verdere uitbouw van bestaande concepten of van nieuwe theorievorming. Goede aanknopingspunten voor een verdere uitbouw bieden onder andere: Elias (1935, 1939), Goodman (1969), Becker (1982), Kempers (1987) en Abbing (1989).

Ten slotte moet nog worden opgemerkt dat uit de voorgaande beschouwing een aantal suggesties kan worden afgeleid voor toekomstig onderzoek. Er is geconstateerd dat kunstmarketing niet altijd samengaat met het collectieve belang. Dit betekent dat het zinvol is om meer inzicht te krijgen in de wijze waarop kunstproducenten denken vorm te gaan geven aan het marketingbeleid en wat de collectieve effecten daarvan zullen zijn. In tegenstelling tot het recente verleden, waarin de receptie van kunst uitgebreid is belicht, zal nu het gedrag van de aanbodzijde object van studie moeten worden. Verder is het van belang om onderzoeksinspanningen te richten op de ontwikkeling van specifieke marketingconcepten die tevens een bijdrage leveren aan de participatiedoelstelling van het kunstbeleid.

7. Samenvatting en conclusies

In dit artikel is een overzicht gegeven van de verschillende naoorlogse visies van de overheid op het kunstbeleid. Aan de hand van een selectie van tweeëntwintig wetenschappelijke concepten die betrekking hebben op het raakvlak van kunst en maatschappij, is geattendeerd op de convergenties tussen beleids- en wetenschappelijke ontwikkelingen.

Het kunstbeleid van de jaren negentig stelt de versterking van de relatie tussen kunst en maatschappij als prioriteit en delegeert een deel van de verantwoordelijkheid voor het opbouwen en onderhouden van die relatie aan de individuele kunstproducenten. Deze beleidsfilosofie werpt een nieuw licht op de actualiteit van de bestaande wetenschappelijke kennis en vraagt in zeker opzicht om een theoretische herbezinning en nieuw onderzoek. Er is betoogd dat er bij de theorievorming meer nadruk gelegd zou moeten worden op specifieke functies van kunst. Dit geldt zowel als er geredeneerd wordt vanuit een maatschappelijk perspectief als vanuit de optiek van de individuele kunstproducenten. Verder is er betoogd dat een integrale benadering van de processen van produktie, distributie, receptie, stimulering en beoordeling de voorkeur geniet¹ boven een partiële benadering. Daarbij is er, met het oog op de maatschappelijk-

ke consequenties, gewezen op het belang van de specificatie van adequate transitie tussen het individuele niveau en het maatschappelijke niveau. Een nadere beschouwing van de tweeëntwintig geselecteerde benaderingen levert de aanwijzing dat bepaalde wetenschappelijke concepten redelijk goede aanknopingspunten bieden voor een theoretische uitbouw in de gewenste richting. De symbooltaal-theorie van Goodman (1969) en Abbing (1989) biedt bijvoorbeeld goede mogelijkheden daartoe, daar er zowel wordt uitgegaan van een interactieperspectief als van een kunstspecifieke functie.

Met het oog op de versterking van de relatie tussen kunst en maatschappij wordt een belangrijke rol toebedacht aan het marketingbeleid van kunstproducten. Aangezien de individuele marketinginspanningen niet altijd stroken met de collectieve participatiedoelstelling, is het wenselijk om wetenschappelijk onderzoek te richten op de ontwikkeling van specifieke marketingconcepten die tevens bijdragen aan de participatiedoelstelling.

Noten

1. Dit is door minister d'Ancona gesuggereerd in een toespraak op de conferentie 'Tussen elite-kunst en massacultuur' (Staatscourant, 26-5-92).
2. Voor een nadere beschouwing over de betekenis van vorm-aspecten in de sociale omgang wordt verwezen naar Bevers (1991).
3. Piet Mondriaans 'Broadway boogie-woogie' behoort bijvoorbeeld tot de categorie van esthetische symbolen, terwijl een organisatieschema (van bijvoorbeeld Mintzberg, 1983) tot de categorie van functionele symbolen behoort. Beide voorbeelden hebben echter gemeen dat zij betrekking hebben op de symbolisering van sociale relaties.
4. Het oordeel over de relevantie en de kwaliteit van een doorbraak blijft een subjectieve aangelegenheid, zodat met de vaststelling van de functie van kunst het begrip kunst nog niet is gedefinieerd. Van Maanen (1991) ondervangt dit probleem door kunst te definiëren aan de hand van de werking op het individuele niveau. Het criterium daarbij is de vernieuwing van iemands waarnemingssysteem.
5. Zie het voorwoord van de Nota Cultuurbeleid 1993-1996.
6. Kempers (1987) noemt als voorbeeld dat de indeling en opstelling van museale collecties in de loop van de negentiende eeuw steeds meer werden afgestemd op het nieuwe ideaal van de vrije kunst, terwijl de opdrachtgevers steeds verder uit het beeld verdwenen.
7. Een maatschappij, een land of een sociale groep kan eventueel worden opgevat als een supra-individuele actor (zie Coleman, 1990, p. 12).
8. Zie het hoofdstuk 'Metatheory' in Coleman (1990, p. 1-22).
9. Zie Oosterbaan Martinius (1990) voor een uitgebreide beschrijving van het Nederlandse kunstbeleid tot de jaren negentig.
10. Zie bijvoorbeeld ook Knulst (1989, p. 56-63), die in kort bestek een beschrijving geeft van de voortschrijdende differentiatie en de opkomst van de vrijhandel in het culturele leven na de middeleeuwen.
11. Dit blijkt uit het algemene deel van de Nota Cultuurbeleid 1993-1996, in het bijzonder uit de pagina's 42 en 51.

12. Bij een collectief goed is er ook sprake van een marktimpervie op basis waarvan de eventuele overheidsbemoeienis gelegitimeerd kan worden. Economen zullen kunst in het algemeen niet snel aanmerken als een collectief goed omdat het criterium van uitsluitbaarheid in de meeste gevallen wel opgaat.
13. Zie ook Sennet (1976) en Huizinga (1985) die erop wijzen dat kunstbeoefening geleidelijk is overgegaan van een spel voor iedereen naar een activiteit voor professionals.
14. Er is reeds een ruime hoeveelheid literatuur beschikbaar op het gebied van kunstmarketing. Deze literatuur heeft voornamelijk betrekking op de toepassing van concepten uit de non-profit- en dienstenmarketing. Verder zijn er enkele theorieën over het consumentengedrag ontwikkeld, die gerelateerd zijn aan receptie-theorieën (zie voor een overzicht Semenik, 1987).
15. Holbrook en Zirlin (1985) stellen dat de subjectieve verschillen die er tussen kunstconsumenten bestaan met betrekking tot de waarde die zij hechten aan utilitaire en esthetische aspecten, een goede basis vormen voor een strategie van marktsegmentatie.
16. Het is twijfelachtig of het leveren van artistiek hoogwaardige kwaliteit als functie moet worden gezien (tabel 4, no. 18). Volgens Abbing (1989, p. 34) is de legitimering op basis van kwaliteit in feite een spraakverwarring tussen doelstelling en functie.
17. Andere opties om de eigen inkomsten ten opzichte van de exploitatiekosten te verhogen zijn bijvoorbeeld: een verhoging van de toegangsprijzen en/of een vermindering van de produktiekosten.
18. Becker (1982) maakt wel een transitie naar het niveau van de kunstwereld, maar niet naar het maatschappelijke niveau doordat er geen onderscheid wordt gemaakt tussen de kunstsector en andere maatschappelijke sectoren.
19. Wanneer een theorie of onderzoek voornamelijk betrekking heeft op het maatschappelijke niveau, dan wordt dit in de tabellen 1 t/m 5 in de kolom 'centrale actoren' aangegeven met de term 'maatschappij' (zie ook noot 7).

Literatuur

- Abbing, H. (1989). *Een economie van de kunsten: Beschouwingen over kunst en kunstbeleid*, Historische Uitgeverij Groningen.
- Baumol, W.J. & W.G. Bowen (1966). *Performing arts – the economic dilemma*. The Twentieth Century Fund, New York.
- Becker, H.S. (1982). *Art worlds*. University of California Press, Berkely.
- Beek, P. van & W. Knulst (1991). *De kunstzinnige burger*. SCP/cahier 86, Rijswijk. VUGA, Den Haag.
- Berlyne, D.E. (1971). *Aesthetics and psychobiology*. New York.
- Beyers, A.M. (1988). Cultuurspreiding en publieksbereik. Van volksverheffing tot marktstrategie. In: H. van Dulken, A. Köbben, et al. (red.), *In ons diaconale land. Opstellen over cultuurspreiding, voor Jan Kassies*, Amsterdam, p. 64-98.
- Beyers, A.M. (1991). *Vorm en Functie: esthetiek van sociale relaties*. Boekmanstichting, Amsterdam.
- Bloom, A. (1988). *The closing of the American Mind*. New York.
- Boekman, E. (1939). *Overheid en kunst in Nederland*. Amsterdam (herdruk Utrecht, 1974).
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction; critique sociale du jugement*. Parijs (vertaling: *Distinction; a social critique of the judgement of taste*, London/New York, 1984).
- Campbell, C. (1987). *The Romantic ethic and the spirit of modern consumerism*. Oxford/New York.
- Coleman, J.S. (1990). *Foundations of social theory*. Belknap Harvard, Cambridge Mass.

- Durkheim, E. (1964). *The division of labor in society*. The Free Press/Collier Macmillan, New York/London (oorspronkelijke publikatie 1911).
- Elias, N. (1935). Kitschstil und Kitschzeitalter, *Die Sammlung*, 2, nr. 5, p. 252-63.
- Elias, N. (1939). *Über den Prozess der Zivilisation, Soziogenetische und psychogenetische Untersuchungen*. Basel (herdruk Frankfurt a/Main, 1980).
- Galbraith, J.K. (1960). *The liberal hour*. London.
- Ganzeboom, H.B.G. (1989). *Cultuurdeelname in Nederland: een empirisch theoretisch onderzoek naar de determinanten van deelname aan culturele activiteiten*, Van Gorcum, Assen/Maastricht.
- Gombrich, E.H. (1979). Art History & the Social Sciences. In: *Ideals and Idols*, Phaidon (oorspronkelijke publikatie 1973).
- Goodman, N. (1969). *Languages of art, an approach to a theory of symbols*. London (oorspronkelijke publikatie 1954).
- Gramp, William D. (1989). *Pricing the priceless: Art, artists and economics*. Basic Books, New York.
- Hirschman, A.O. (1970). *Exit, voice and loyalty: responses to decline in firms, organisations, and states*. Cambridge/Massachusetts.
- Holbrook, M.B. & R.B. Zirlin (1985). Artistic creation, artworks, and aesthetic appreciation: Some philosophical contributions to nonprofit marketing. *Advances in nonprofit marketing*, JAI Press Inc., vol. 1, p. 1-54.
- Huizinga, J. (1985). *Homo Ludens. Proeve ener bepaling van het spelelement der cultuur*. Wolters-Noordhoff, Groningen (oorspronkelijke publikatie 1938).
- Kassies, J. (1983). *Notities over een heroriëntatie van het kunstbeleid*. Den Haag.
- Kempers, B. (1987). *Kunst, macht en mecenaat. Het beroep van schilder in sociale verhoudingen 1250-1600*. De Arbeiderspers, Amsterdam.
- Knulst, W.P. (1989). *Van vaudeville tot video. Een empirisch-theoretische studie naar verschuivingen in het uitgaan en het gebruik van media sinds de jaren vijftig*. SCP/Samsom, Rijswijk/Alphen aan den Rijn.
- Linder, S. (1971). *Arme Elite! Toekomst en tijdgebrek*. Wolters-Noordhoff, Groningen.
- Maanen, H. van (1991). Kunstspreiding of kunstmarketing? (I). *Boekmancahier*, 10, p. 407-419.
- Maas, I. (1990). *Deelname aan podiumkunsten via podia, de media en actieve beoefening: substitutie of leereffecten*. Thesis Publishers, Amsterdam.
- Mintzberg, H. (1979). *Structure in fives*. Englewood Cliffs, New Jersey.
- Nota Cultuurbeleid 1993-1996 'Investeren in cultuur'. SDU/Ministerie van WVC (1992), Den Haag.
- Oosterbaan Martinius, W. (1990). *Schoonheid, welzijn en kwaliteit. Kunstbeleid en verantwoording na 1945*. Gary Schwartz/SDU, Den Haag.
- Pen, J. (1982a), Economische argumenten voor een royalere cultuurpolitiek. In: *De Kunst & het geld*, Hans van Dulken et al. (red.), Amsterdam: Boekmanstichting, p. 17-20.
- Pen, J. (1982b). De politieke economie van het Schone, het Ware en het Goede. *Economische statistische Berichten*, (sept.) p. 942-48.
- Postman, N. (1986). *Wij amuseren ons kapot. De geestdodende werking van de beeldbuis*. Het Wereldvenster, Houten.
- Scitovsky, T. (1976). *The joyless economy*. Oxford University Press, New York.
- Semenik, R.J. (1987). State of the art of arts marketing. *Advances in Nonprofit Marketing*, 2, p. 99-124.
- Sennett, R. (1976). *The fall of public man*. Faber and Faber, London/Boston.
- Swaan, A. de (1986). *Kwaliteit is klasse. De sociale wording en werking van het cultureel smaakverschil*. Amsterdam.

- Temme, J.E.V. (1983). *Over smaak valt te twisten. Sociaal-psychologische beïnvloedingsprocessen van esthetische waardering*. Utrecht.
- Temme, J.E.V. (1988). Sociaal-psychologische determinanten van het (niet) deelnemen aan culturele activiteiten. In: H. van Dulken, A. Köbben, et al. (red.), *In ons diaconale land. Opstellen over cultuurspreiding, voor Jan Kassies*. Amsterdam, p. 132-152.
- Williams, R. (1979). *Culture and society 1780-1950*. Penguin Books, Hammondsworth.