

# Convergenties tussen overheid, markt en kunstwereld

**Ton Bevers** Niet alleen in de brede betekenis van het woord krijgt cultuur meer aandacht, ook als het gaat om de verbijzondering ervan in de vormen van kunst. Wat hierbij opvalt is vooral de toenadering tussen twee in de verzorgingsstaat voor langere tijd ideologisch uit elkaar gegroeide sferen: het bedrijfsleven en de kunstwereld.\*

Op een breed front, bij bestuurders, bedrijfsleven, wetenschappers, publicisten en publiek, is in de jaren tachtig de belangstelling voor alles wat met het woord cultuur te maken heeft gegroeid. In veel sectoren tegelijk zien we dat vanouds bekende vraagstukken in een culturele context worden geplaatst. Sociaal-economische ongelijkheid en inkomensverschillen worden steeds vaker als cultureel probleem gedefinieerd en vervangen door de term culturele ongelijkheid, waarmee op verschillen in scholings- en vormingsniveau gedoeld wordt; de internationalisering van de cultuur bezorgt politici en commentatoren veel stof tot discussie en retoriek over het vraagstuk van de culturele identiteit; bedrijven hebben het alsmaar over hun bedrijfscultuur en steden over hun stadscultuur. Het uiterlijk van mens en omgeving getuigt van een levensstijl waarin de nadruk meer op vorm dan op functie is komen te liggen. En ik heb een filosoof al horen zeggen dat de jaren tachtig een nieuw

tijdperk hebben ingeluid: dat van 'de esthetisering van de leefwereld'.

Niet alleen in de brede betekenis van het woord krijgt cultuur meer aandacht, ook als het gaat om de verbijzondering ervan in de vormen van kunst. Wat hierbij opvalt is vooral de toenadering tussen twee in de verzorgingsstaat voor langere tijd ideologisch uit elkaar gegroeide sferen: het bedrijfsleven en de kunstwereld.

Mijn stelling is dat de recente banden tussen bedrijven en kunstinstellingen, tussen economie en cultuur ofwel kunst en commercie, symptoom zijn van een toenemende integratie van de private en collectieve sector. Gewend als we zijn aan de verworvenheden van de verzorgingsstaat wil niemand er echt meer van af of een forse uitbreiding van de voorzieningen. Er wordt nog wel gestreden om de verdeling van de welvaart, maar de ideologische strijdbijl is van tafel.

De private en collectieve sector kunnen ook moeilijk zonder elkaar. Als gevolg van een groeiende wederzijdse afhankelijkheid en toenemende verstrengeling van belangen gaan mentaliteit en gedrag van de functionarissen, of zij nu werkzaam zijn in de private dan wel in de collectieve sector, meer en meer op elkaar lijken. Dit proces is op veel terreinen zichtbaar. Het bedrijfsleven heeft meer belangstelling gekregen voor andere dan de louter economische waarden van kunst, stelt de creativiteit en vernieuwingsdrang van kunstenaars ten voorbeeld en wenst dat de onderneming met nog iets meer dan alleen maar met winststreven en nut geassocieerd wordt; de kunstwereld op zijn beurt is niet langer vies van geld verdienen, men spiegelt zich aan de waarden van succesvol ondernemerschap, in het bijzonder wordt de rationaliteit van beleid en organisatie sterker benadrukt, en men is meer gebruik gaan maken van marktonderzoek en professionele marktstrategieën om de afzet van cultuurproducten te vergroten en meer publiek te winnen.

Dat is allemaal wel eens anders geweest. In de zwart-wit opstelling van de jaren zestig en zeventig zagen bedrijfsleven en kunstwereld elkaar als model voor de twee kampen waarin de wereld ideologisch kon worden opgedeeld: aan de rechterkant het kapitalistische bedrijfsleven, symbool van de macht, autocratisch bestuurd, behoudzuchtig van aard en uit op winstmaximalisatie. Aan de linkerkant de antikapitalistische kunstwereld, gezagsondermijnd, socialistisch gezind, progressief en voor uitbreiding van de staatszorg. Die uitbreiding kwam er, want politici en ambtenaren waren zich in die jaren druk aan het bezinnen op de expansie en consolidering van het cultuurbeleid onder het motto dat kunst maatschappelijk relevant

moest zijn, dat wil zeggen voor iedereen beschikbaar en geschikt.

Er is naast het bedrijfsleven en de kunstwereld inderdaad een derde partij in het spel betrokken: de overheid. Dat kan ook niet anders, want in de Nederlandse verzorgingsstaat worden de meeste werknemers in de kunstwereld - kunstenaars en kunstbemiddelaars - betaald uit subsidies van de overheid. Veel kunst maakt deel uit van de collectieve sector, omdat zij het object van zorg en beleid geworden is. Dat alleen al schept een band tussen twee van de drie partijen, die immers permanent met elkaar overleggen, elkaar informeren en ook wel belangen met elkaar delen in de fase van voorbereiding, besluitvorming en uitvoering van het cultuurbeleid. Het is daarom niet zo verwonderlijk dat in de jaren zestig en zeventig de politiek en de kunstwereld elkaar vonden in de cultuurpolitieke strijd tegen de kapitalistische consumptiemaatschappij. Evenmin wekt het verbazing als in de daaropvolgende periode van bezinning op de grenzen van de verzorgingsstaat diezelfde twee partijen elkaar weten te vinden en hun aandacht meer gaan richten op het marktmodel. Maar deze koerscorrectie heeft tot gevolg dat de tegenpolen elkaar naderen: aan de ene kant de door de overheid gesteunde kunstwereld en aan de andere kant het van de markt afhankelijke bedrijfsleven.

Mijn tweede stelling is dat deze convergentie alles te maken heeft met de aard en positie van een snel groeiende klasse van deskundigen, van wie er velen werkzaam zijn bij de overheid, de kunstwereld en in de marktsector, en die in de literatuur de leden van de nieuwe middenklasse, de *new class professionals*, worden genoemd. Deze deskundigen hebben tot op zekere hoogte veel met elkaar gemeen: hun opleiding en

opleidingsniveau, hun positie van loonafhankelijken, de aard en invloed van hun expertise, namelijk symbolische in plaats van technische kennis, en de daarmee samenhangende beroepswerkzaamheden, hun beroepshouding en meer in het algemeen hun levensstijl en de daarbij horende waardenoriëntaties.

Mijn derde stelling is dat culturele interesse en cultureel gedrag verondersteld worden deel uit te maken van de levensstijl van deze nieuwe klasse van overwegend in de alfa- en gammawetenschappen opgeleide kennisspecialisten. Dit gedeelte kenmerk van de levensstijl bevordert de convergentie tussen de bezitters ervan, werkzaam in overheidsdienst, bij het bedrijfsleven en in de kunstwereld.

De getalsmatig sterke, goed geschoolde en welvarende middenklasse levert de kunstwereld zijn publiek. Dat reservoir is groter geworden door meer dan een verdubbeling sinds 1960 van het aantal mensen dat hoger beroepsonderwijs of een universitaire opleiding heeft genoten (CBS 1984). Het aantal hoger opgeleiden is gestegen tot 26 procent van de bevolking. Zij vormen voor ongeveer tweederde deel het publiek van de podiumkunsten (SCP 1989). Deze middenklasse vormt de sociale laag die niet alleen om cultuurproducten vraagt, maar deze ook voornamelijk zelf voortbrengt, getuige de grote toeloop naar het kunstvakonderwijs van leerlingen uit de middengroepen. Zo groeide het beeldende kunstonderwijs uit van acht instellingen met tweeduizend leerlingen in de jaren vijftig naar zestien academies met elfduizend studenten in de jaren tachtig. Op middelbare scholen waar sinds kort beeldende vakken en/of muziek als eindexamenvak worden aangeboden blijkt een op de vijf leerlingen daarvoor te kiezen.

Te voorspellen valt dat de cultuursector nog

wel verder zal groeien vanwege de professionalisering van het kunstbedrijf waardoor specialisten doelgericht op zoek gaan naar publiek.

Zoals uit het vele publieksonderzoek telkens opnieuw blijkt, is de groeiende belangstelling voor kunst hoofdzakelijk een groei in de breedte. De afnemers behoren tot de uitdijende middenklasse, waar culturele interesse en betrokkenheid in de vorm van lezen, luisteren en kijken deel uitmaken van de levensstijl. Dit publiek is in het netwerk van relaties tussen overheid, kunstwereld en markt een belangrijke factor. Kunstambtenaren en kunstdeskundigen hebben immers belang bij gunstige publiekscijfers, want daarmee kunnen zij hun beleid legitimeren en aanspraak maken op handhaving en uitbreiding van de culturele voorzieningen. Maar ook voor de marktsector is het publiek belangrijk. Men wil weten waar consumenten van houden, in hoeverre cultuur deel uit maakt van iemands levensstijl, hoe specifieke publieksgroepen bereikt kunnen worden met reclame, hoe men zich als bedrijf het beste kan profileren in de concurrentiestrijd om de gunst van de klanten en welke rol de cultuur hierin kan spelen. Het bedrijfsleven vaart ook wel bij een groeiende publieke belangstelling voor cultuur, omdat culturele voorzieningen de woon- en werkomgeving aantrekkelijker maken, wat doorgaans ook tot meer economische activiteiten leidt en gunstig is voor het vestigingsklimaat voor bedrijven.

De convergentie tussen overheid, kunstwereld en markt is ook merkbaar aan de onderwerpen die in het eigen en onderlinge overleg onder de aandacht komen. Dat zijn in de eerste plaats kwesties waarover de *professionals* van de drie partijen het woord voeren en waarover zij elkaar het beste kunnen verstaan; inhoudelijke discussies blijken steeds weer plaats te moeten

maken voor ingewikkelde kwesties van beleid, beheer en bestuur. Het *Sociaal en cultureel rapport* van 1988 meldt in dit verband dat de discussies harder en zakelijker zijn geworden en dat de specialisten op financieel, economisch en bestuurskundig gebied de boventoon voeren. Deze groep van deskundigen dringt aan op meer zelfstandigheid en benadrukt de eigen verantwoordelijkheid van de door de overheid gesubsidieerde instellingen en individuele kunstenaars.

De kunstwereld in Nederland is de laatste jaren naarstig op zoek gegaan naar wegen om de eigen inkomsten te vergroten; hier en daar wordt de prijs van het toegangskaartje verhoogd, men begint een theaterwinkel, richt een steunfonds op of klopt aan bij het bedrijfsleven. Was het entameren van dit soort activiteiten eertijds nog de persoonlijke hobby van een particuliere museumdirecteur of zakelijk leider van een orkest, nu behoren deze taken tot het reguliere beleid van de culturele instellingen en worden voor dit doel ook specialisten aangetrokken. De komst van kunstmanagers heeft ertoe geleid dat activiteiten als fondsenwerving, *merchandising*, *marketing* en sponsorwerving professioneel worden aangepakt. En de educatieve diensten uit de jaren zestig en zeventig heten voortaan afdeling *public relations* en communicatie. Vooral de kunstsporing begint in Nederland, in navolging van hetgeen in Amerika en Engeland al veel langer praktijk is, tot ontwikkeling te komen.

Tegelijkertijd wenst de overheid meer afstand te nemen door te streven naar vormen van privatisering. Om voor de marktsector meer ruimte te scheppen worden overheidstaken beperkt of afgestoten en krijgen gesubsidieerde instellingen meer vrijheid en eigen verantwoordelijkheid voor bestuur en beheerstaken en meer prikkels tot bedrijfsmatig en marktgericht handelen,

bijvoorbeeld om meer publiek en eigen inkomsten te verwerven. Deze ontwikkeling speelt zich overigens ook op andere sectoren af. Op terreinen waar het particuliere initiatief en de markt van oudsher een grote rol spelen - de woningbouw, de media, de zorgsector - wordt, aldus het genoemde SCP-rapport, de vraag welke essentiële rol de overheid moet behouden, van steeds groter belang (SCP 1988).

Als politici en ambtenaren die geen beoordelaars van kunst willen zijn, steeds meer afstand nemen van een cultuurpolitiek waarin de kunst tot inzet wordt gemaakt van een beleid gericht op maatschappijhervorming en welzijnsbevordering, wat blijft er dan nog aan gemeenschappelijks over, dat de relatie tussen overheid en kunstwereld rechtvaardigt en motiveert?

Voor een aanzienlijk deel blijven de banden tussen beide partijen natuurlijk nog voortbestaan op basis van historisch gegroeide verhoudingen en praktijken, maar de recente veranderingen in mentaliteit en gedrag van beide partijen luiden toch een nieuwe fase in en de discussie concentreert zich vooral op datgene wat overheid en kunstwereld aan gedeelde waarden resteert: rationalisering van organisatie, bestuur en beleid. Voor kunstspecialisten en kunstambtenaren staan onderwerpen van economie en cultuur, naast problemen van management en cultuur, hoog op de agenda. De idealistische maakbaarheidsfilosofen van weleer hebben plaats moeten maken voor de realistische maakbaarheidstechnocraten van nu.

Het is dan ook niet zo verwonderlijk dat deze nieuwe klasse van deskundigen in dienst van het staatsapparaat en de van staatswege gesteunde kunstinstellingen zo gemakkelijk aansluiting hebben weten te vinden bij de representanten van de nieuwe klasse in de marktsector, waar rationaliteit en zakelijkheid tot de belangrijkste voorwaarden worden

**Ton Bevers**

was in 1990 professor Kunst- en Cultuurwetenschappen aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam

gerekend voor succesvol handelen. Niet langer meer staat de nieuwe klasse van kunstspecialisten vijandig of afwijzend tegenover de eens door hen zo verguisde oude deugden van het kapitalisme. De wending naar de markt of liever gezegd, naar erkenning door overheid en kunstwereld van waarden die gelden in de private sector, heeft op zijn beurt ertoe geleid dat ook van de kant van het bedrijfsleven de banden met de kunstwereld worden hersteld en versterkt.

De Amerikaanse socioloog Daniel Bell legt in zijn boek *The cultural contradictions of capitalism* de nadruk op de tegenstellingen en spanningen tussen de sferen van economie, politiek en cultuur. Maar naarmate technologische vooruitgang, toenemende graad van organisatie en concurrentie steeds sterker het maatschappelijke beeld gaan bepalen, nemen de verschillen af en gaan de drie sferen sterker op elkaar lijken, zeker in kwesties van beleid, bestuur en organisatie. Dat is bij uitstek het kennisdomein van de nieuwe klasse van deskundigen in dienst van de overheid, de kunstwereld en het bedrijfsleven.

De convergentie in houding en gedrag van de leden van de nieuwe klasse in deze drie sferen wordt bevorderd door een soort standaardprofessionaliteit die zij door hun opleiding en positie delen. Het accent in de relaties tussen overheid, kunstwereld en private sector komt daardoor hoofdzakelijk te liggen op datgene wat hen onderling bindt en dat zijn kwesties die in termen van doelrationaliteit te vangen zijn.

De ondernemer een uitbouter, de kunstenaar een *bohémien* en de ambtenaar een penneliker in stofjas: van deze stereotypen is weinig meer over. De grenzen vervagen en het verschil tussen deze specialisten is doorgaans zelfs niet meer uiterlijk zichtbaar.

Betekent dit nu dat de spanningsverhouding tussen kunst, politiek en commercie aan het verdwijnen is? Dat ligt niet voor de hand. Integendeel, hoe meer kunstwereld, overheid en markt in elkaar grijpen, hoe groter de behoefte bij elk van de partijen zal worden om de eigen positie ten opzichte van de ander te bepalen en te beschermen. We mogen daarbij verwachten dat de kunstwereld de autonomie van de kunst zal benadrukken en het monopolie zal verdedigen om over kunst het laatste woord te hebben.

\* Ingekorte versie van een voordracht, gehouden op 21 december 1989 tijdens het symposium *Bedrijfskunst, beleid of kunstje?* Technische Universiteit Eindhoven.

**Literatuur**

1. Bell, D. (1976) *The cultural contradictions of capitalism*.
2. Centraal Bureau voor de statistiek (1984) *CBS, 1899-1984: vijftientig jaren statistiek in tijdreeksen*. Den Haag: Staatsuitgeverij.
3. Centraal Bureau voor de statistiek (1988) *Sociale en culturele verkenningen 1988: statistiek van het vrijwilligerswerk*. 's-Gravenhage: Centraal bureau voor de statistiek.
4. Collins, R. (1979) *The credential society: an historical sociology of education and stratification*. New York.
5. DiMaggio, P. (1987) 'Classification in art'. In: *American sociological review*, vol. 52, pp. 440-455.
6. Freidson, E. (1986) *Professional powers*. Chicago/London.
7. Gouldner, A. (1979) *The future of intellectuals and the rise of the new class*. New York.
8. Sociaal en Cultureel Planbureau (1988) *Sociaal en cultureel rapport 1988*. 's-Gravenhage: Sociaal en Cultureel Planbureau.

**Bibliografische gegevens**

Bevers, T. (1990) 'Convergenties tussen overheid, markt en kunstwereld'. In: *Boekmancahier*, jrg. 2, nr. 3, 79-83.