

# Kunstspreiding of kunstmarketing? (I)

**Hans van Maanen** De plaats van de kunst in de Nederlandse samenleving is weer volop in discussie en daarbij gaat het vooral om de plaats van de gesubsidieerde toneelkunst. Als al die toneelvoorstellingen al voor iemand bedoeld zijn, voor wie dan? En, in het verlengde hiervan: als het beoogde publiek niet komt, moet het dan extra gestimuleerd, geoefend of vergeten worden? Of zijn er andere voorstellingen nodig, misschien minder? De publiciteit over ‘maatschappelijke respons’, de bezuinigingen in het kader van de Tussenbalans en de voorbereidingen voor het ministerieel *Kunstenplan 1993-1997* fungeren daarbij als evenzovele knuppels tussen de hoenders in de hof van WVC.

## Oude definities opnieuw bekeken

### Inleiding

In de discussie over het maatschappelijk functioneren van kunst speelt het begrip ‘markt’ een eigen rol, waarbij het vooral gezien wordt als instrument om vraag en aanbod op soepeler wijze bij elkaar te brengen dan door middel van het subsidiestelsel mogelijk zou zijn. Dit idee lijkt betrekkelijk nieuw; na veertig jaar subsidiënpolitiek is het pas in de tweede helft van de jaren tachtig tot ontwikkeling gekomen. Kijken we echter wat verder terug dan is het idee van de markt als intermediair tussen produktie en consumptie tamelijk oud. Vanaf de renaissance tot vijftig jaar geleden was de vrije markt verreweg het belangrijkste instrument voor de distributie van kunst.

In 1946 vonden toneelkunstenaars en overheid elkaar - na jarenlange voorbereidingen van de

kant van de kunstenaars - vrij gemakkelijk in een echt toneelplan.<sup>1</sup> Voor de overheid ging het daarbij vooral om het verheffen van het zedelijk peil van de Nederlandse arbeidersbevolking. Voor de kunstenaar was het toneelplan vooral van belang voor het maken van ‘echte kunst’. De afhankelijkheid van de markt zou daarmee in principe afnemen en men was niet langer gedwongen tot het produceren van kassuccessen. Heel illustratief in dit verband is de manier waarop Defresne in ‘het grijze boekje’ de motieven van toneelkunstenaars verwoordde om tot een toneelbestel te komen: ‘A. Geen enkele directeur of artistiek leider, die, toegerust met het juiste inzicht omtrent het wezen van toneel, trachtte het zijn culturele functie te doen vervullen, kon zich handhaven. Allen zonder uitzondering gingen failliet, of moesten hun waardevolle arbeid door gebrek aan steun staken. B. Alleen zij, die door gebrek aan inzicht of door verloochening van een,

overigens toch niet in ernst te nemen culturele bedoeling in staat waren het toneel als bedrijf te leiden en te behandelen, konden stand houden. Het spreekt vanzelf, dat op dezen meer de term, exploitant, dan artistiek leider past, hoewel zij zich zonder uitzondering met de laatste sieren. C. Een hoogst enkele der goedwillenden en goedwetenden trachtte, noodgedwongen en tegen de verlangens van zijn kunstenaarsschap in, een compromis te sluiten tussen kunstinstelling en bedrijfsexploitatie, een compromis, dat uit de aard der zaak, hoe betreurd en bevochten door de betrokkenen dan ook, toch steeds fnuikend was voor zijn artistieke aspiraties en voor de betekenis, die hij krachtens zijn kunstenaarsschap in het geestelijk leven van het volk moest en wenste te hebben.’<sup>2</sup>

Het feit dat de vooroorlogse kassuccessen door de politici en hun achterban veelal als zedebedervend werden ervaren, verklaart mede het gemak waarmee het ‘monsterverbond’ tot stand kwam.<sup>3</sup> Tot het begin van de jaren zeventig stond het subsidiestelsel niet of nauwelijks onder druk. De oorspronkelijke bedenkingen tegen de vermaaksindustrie - de voornaamste legitimeringsgrond voor subsidiëring - en de aan de gesubsidieerde kunsten toegedichte positieve invloed op de ontwikkeling van het zedelijk peil van de bevolking, waren al lang achterhaald. De algemene en wat vagere motieven om kunst te subsidiëren - bij voorbeeld het belang van de kunst voor de samenleving als geheel, of het recht van ieder individu om van kunst te genieten - werden in de jaren zeventig en tachtig regelmatig getoetst op hun houdbaarheid en gaven tot dan toe weinig krimp. Na oorlogs nieuw in de huidige situatie lijkt een groeiend vertrouwen in het idee dat de kunsten zich gemakkelijker laten spreiden via het marktmechanisme dan op basis van overheidsbemoeienis; een vertrouwen dat

gevoed wordt door een aantal publikaties waarin het mislukken van het spreidingsbeleid van de overheid wordt benadrukt en/of aan kunst een tamelijke elitair karakter wordt toegeschreven. Mede door de gegroeide belangstelling en steun van het ministerie van WVC voor de studie van kunst als maatschappelijk verschijnsel, kan er de laatste twee jaar gesproken worden van een publicatie-explosie op dit terrein; een explosie die in korte tijd geleid heeft tot een grote hoeveelheid actuele kennis op het gebied van de kunstparticipatie en de achtergronden daarvan. De kern van deze onderzoeken wordt, naar mijn mening, gevormd door de publikaties van de econoom en beeldend kunstenaar Hans Abbing en de sociologen Wim Knulst, Harrie Ganzeboom en Ineke Maas.<sup>4</sup> Daarnaast is er een aantal polemieken gaande waarin opnieuw gezocht wordt naar maatschappelijke betekenissen die aan kunst kan worden toegeschreven. Deze discussies zijn op dit moment grotendeels terug te voeren tot uiteenlopende receptiewijzen van het werk van de Franse socioloog Bourdieu, die benadrukt dat verschillende soorten kunst door middel van ‘smaak’ gebonden zijn aan specifieke maatschappelijke strata en dat daardoor een distinctieve betekenis aan kunst kan worden toegekend. Deze discussie is sinds 1985 ook in Nederland in een bredere belangstelling komen te staan - onder meer door de bijdrage van De Swaan met *Kwaliteit is Klasse* - en daarna onder andere in het *Boekmancahier* voortgezet.

Tijdens het congres *Podiumkunsten en Publiek* in maart van dit jaar in Rotterdam ter gelegenheid van de presentatie van het gelijknamige onderzoek van Maas, Verhoeff en Ganzeboom, werd regelmatig de opvatting gehoord dat het onderzoek te weinig betekende voor de praktijk van de podiumkunsten en het beleid dienaangaande. Een soortgelijk standpunt kan gelezen worden bij Jan Knopper, de voorzitter van de Vereniging van

Schouwburg- en Concertzaaldirecteuren. In zijn recensie over het proefschrift van Ineke Maas schreef hij: ‘De dissertatie van Ineke Maas kan wellicht voor sociologen die zich op het onderhavige terrein ophouden een aanvulling betekenen op hun theoretische inzichten, ik kan dat niet beoordelen. Voor diegenen die zich met de podiumpraktijk bezighouden, biedt het boek echter geen handvatten voor (wijziging) van dagelijks handelen.’<sup>5</sup>

Dit soort opmerkingen doet te weinig recht aan de betekenis van de betreffende onderzoeken. De reacties zijn overigens voorstelbaar doordat de besproken onderzoekers zelf niet al te veel moeite doen - wat overigens ook niet hun opdracht of doel was - om hun resultaten te operationaliseren. Vooral echter door een te gesoleerde en misschien te ‘dagelijkse’ beschouwing van deze uitgebreide studies belemmert de criticus zichzelf in de mogelijkheid om er een optimaal rendement uit te halen. De pogingen om niet alleen de publieksparticipatie in kaart te brengen maar ook om een aantal achtergronden daarvan bloot te leggen, verdienen het om geïnterpreteerd te worden in het licht van de stand en discussiepunten die in deze zelfde periode in het kunstsociologische debat ontwikkeld worden. Meer in het algemeen lijkt het - zeker nu de discussie tussen Verdaasdonk en Blokland over de exegetische van Bourdieu is verzaand<sup>6</sup> - nuttig om de uitkomsten van het empirisch onderzoek te toetsen op hun operationele kwaliteit en wel in het licht van enkele resultaten van het kunsttheoretisch debat. Als uitgangspunt voor deze exercitie acht ik de volgende drie vragen het meest relevant<sup>7</sup>:

- Is *spreiding* van kunst nodig en mogelijk;
- In hoeverre is de *markt* een bruikbaar en/of geschikt instrument om kunst te spreiden;
- Welke invalshoeken biedt het recente *participatieonderzoek* om de

‘maatschappelijke respons’, al dan niet door middel van de vrije markt, te vergroten?

De eerste twee vragen zullen in het eerste deel van deze bijdrage worden uitgewerkt. In het tweede deel van het artikel dat in het volgende nummer van het *Boekmancahier* verschijnt, worden de resultaten samengevat en in relatie gebracht met de discussie omtrent de ‘maatschappelijke respons’ in het bijzonder met betrekking tot het gesubsidieerde toneel. Daarbij staat de vraag centraal wat het recente publieksonderzoek van Maas, Verhoeff en Ganzeboom in dit kader te bieden heeft.

#### Is spreiding van kunst nodig en mogelijk?

Zeven woorden en een vraagteken, waarachter een jarenlange - volgens sommigen een eeuwigdurende - discussie schuil gaat over het maatschappelijk belang van dat wat men kunst pleegt te noemen. Typisch is dat mét de opkomst van het begrip *marketing* in de kunst, het kunstmanagement nauwelijks meer over het begrip ‘kunst’ lijkt na te denken. Wordt de discussie uit de weg gegaan, wordt de ondefinieerbaarheid van kunst geaccepteerd of is er voldoende consensus bereikt op dit punt?

#### de kunsttheoretische discussie

Van de socioloog Wim Knulst kan zeker niet gezegd worden dat hij deze discussie uit de weg gaat. Zijn dissertatie *Van vaudeville tot video* gaat over de ontwikkeling van het vermaak en hij onderneemt een ernstige poging om te achterhalen wat het kenmerkende is van dit fenomeen. Daarbij maakt hij veelvuldig gebruik van kunstsociologische en kunstpsychologische inzichten. Dit is mogelijk omdat Knulst de term ‘vermaak’ in een zeer neutrale zin gebruikt; namelijk als algemene categorie voor alle soorten receptieve activiteit die leiden tot ‘genoeglijke belevenissen’. Daarom komt kunstzinnig genot bij Knulst ook

niet tegenover vermaak te staan, maar wordt het een subcategorie. Juist langs die weg ontdekt hij wat vermaak tot vermaak maakt: ‘een nieuwe sensatie, een prikkeling die het contrast aangeeft tussen het gewone en het buitengewone’.<sup>8</sup> Wat binnen de algemene categorie vermaak typisch is voor de subcategorie kunst wordt door Knulst niet uitgewerkt, maar duidelijk is dat het ook hierbij gaat om een nieuwe sensatie en een contrast tussen het gewone en het buitengewone. Hij plaatst zich hiermee in een kunsttheoretische discussie die zich gedurende de twintigste eeuw door heel Europa heen voltrekt, in een voortdurende poging het denken over kunst in overeenstemming te brengen met de zich krachtig ontwikkelende kunstpraktijk. De lijn loopt van het Russische formalisme en het Praagse structuralisme, via de Duitse kunsttheorieën van de Republiek van Weimar en de Frankfurter Schule, naar het ‘Denken in Parijs’ en het werk van het Centre for Contemporary Cultural Studies in Birmingham. Bijna willekeurig kunnen vertegenwoordigers van deze stromingen, maar ook andere auteurs die zich in de twintigste eeuw gebogen hebben over de vraag wat de kern van de kunstzinnige ervaring zou kunnen zijn, geciteerd worden, om te constateren dat steeds hetzelfde element als wezenlijk beschouwd wordt voor kunst, namelijk dat de gewone, bestaande, gegeven waarneming door de confrontatie met een kunstwerk wordt ‘vernieuwd’. Zo schrijft Sjklowiskij, grondlegger van het Russisch formalisme, in *Kunst als procédé*: ‘Welnu, om de mens weer in staat te stellen het leven bewust te ervaren, om de objecten te laten voelen, om steen weer tot steen te maken, bestaat datgene wat wij kunst noemen. De kunst heeft tot doel de mens een ervaring van het object te geven, het hem te laten zien in plaats van te laten herkennen.’<sup>9</sup> Wat Althusser een kleine vijftig jaar later aan

zijn vriend André Daspre schrijft, sluit hier op verrassende wijze bij aan: ‘Ik geloof dat het bijzondere van kunst is dat ze “ons iets te zien geeft”, “ons iets laat waarnemen”, “ons iets doet voelen” dat zinspeelt op de werkelijkheid.’<sup>10</sup>

Intussen heeft zich, naast de kunstfilosofische benaderingswijzen, vanuit Noord-Amerika een psychologische bestudering van het ‘probleem’ kunst aangediend. Arnheim en Berlyne hebben zich bijvoorbeeld al vanaf het begin van de jaren zestig afgevraagd hoe bij de consumptie van een kunstwerk de kunstzinnige ervaring tot stand komt.<sup>11</sup> In het kader hiervan ontwikkelde Berlyne een *arousal*-theorie die hij mede van toepassing achtte op de receptie van kunst. De theorie komt erop neer dat als iemands waarnemingsstelsel op een bepaalde manier wordt aangesproken, dit resulteert in een fysiologisch-cognitieve prikkeling. ‘De relatie [tussen stimuli en waardering daarvoor - hvm] wordt weergegeven door de omgekeerde U-curve van Wundt. Deze laat zien dat een zeer gering activeringsniveau (verveling) door mensen onplezieriger wordt gevonden dan een gematigd activeringsniveau terwijl ook een zeer hoog activeringsniveau (overstimulering) negatief wordt ervaren. (...) Een positieve waardering komt voort uit veranderingen van het activeringsniveau in de richting van het optimum.’<sup>12</sup> De betekenis van deze waarnemingspsychologische noties voor de analyse van een kunstzinnige ervaring wordt zeer algemeen erkend en ook de recente Nederlandse literatuur die in dit artikel centraal staat maakt er in positieve zin gewag van.

Opvallend is dat de psychologische en de filosofische benadering elkaar bevestigen en versterken, zodat er weinig reden is om te volharden in het standpunt dat niet gedefinieerd zou kunnen worden wat kunst is. In grote lijnen en op een tamelijk concreet niveau bestaat er onder kunsttheoretici een brede consensus:

kunst is een vorm van vermaak waarbij het waarnemingssysteem van de gebruiker zodanig wordt geprikkeld door de confrontatie met een tekenstelsel dat het zich moet vernieuwen ter wille van de receptie van dit stelsel.

Het zal duidelijk zijn dat in de kunstzinnige ervaring het waarnemingssysteem als zodanig verrast wordt; óf doordat een *hiertoe* geconstrueerd tekensysteem zijn doel bereikt, of doordat een willekeurig - door mensen voortgebracht - tekensysteem als kunst gerecipieerd wordt, dat wil zeggen door een consument gebruikt wordt om het eigen waarnemingssysteem te laten verrassen. Juist doordat kunst ingrijpt in en verwerkt wordt binnen het waarnemingssysteem, strikt genomen dus uitsluitend dit systeem aanspreekt en niet het denksysteem of het gedragsysteem van de consument, onderscheidt de kunstzinnige ervaring zich zowel van de vernieuwing die door kennis in het domein van het denken tot stand gebracht kan worden, als van de schok die het gevolg kan zijn van sociale gebeurtenissen en die verwerkt wordt in het gedragsysteem. Juist het feit dat de kunstzinnige ervaring zich binnen het domein van de waarneming afspeelt, maakt het typisch kunstzinnige genot mogelijk. Overigens dient hierbij wel in het oog gehouden te worden dat de waarneming niet los van de beide andere systemen functioneert. Zoals in het algemeen de waarneming het denk en het gedragsysteem kan activeren, zo organiseren deze twee systemen op hun beurt mede de waarneming.

Blijft over het onderscheid tussen de kunstzinnige en de niet-kunstzinnige prikkeling van de waarneming; ik doel op het verschil tussen kunst en andere vormen van vermaak waarvan de werking ook gebaseerd is op prikkeling van de waarneming als zodanig. Het is bekend dat men bijvoorbeeld bij het kijken naar sport een schoonheidservaring kan

ondergaan; talloze korte verhalen en uitingen van beeldende kunst hebben dit bevestigd. Hiermee wil aan de ene kant gezegd zijn dat een voetbalduel een voetbalduel is, zoals een bos een bos en een straat een straat; het heeft allemaal een eigen betekenis in een sociale of natuurlijke context. Maar aan de andere kant kunnen al deze 'objecten' hun plaats krijgen in een kunstzinnig vertoog, waarin de voorwaarden voor een andere, een nieuwe zienswijze worden geproduceerd. Het niet-kunstzinnige vermaak dat wel aan de waarneming appelleert, ontleent echter zijn betekenis niet aan het vermogen om de waarneming als zodanig te vernieuwen.

Voor een nadere uitwerking van dit onderscheid kunnen we het best bij Hans Abbing terecht; hij is de econoom die de meeste kunsttheorie in zijn boeken stopt en zich daarmee onderscheidt van zijn vakgenoten die niet verder komen dan de vraag of kunst een *meritgood* dan wel een collectief goed is en zich weinig gelegen laten liggen aan de eigen aard van het betreffende goed. Al in 1978 ontwikkelde Abbing de these dat kunstwerken de eigenschap hebben 'manieren van kijken' voort te brengen: 'We denken aan de "zienswijze" inherent aan elk kunstwerk. Dat wil zeggen: letterlijk de wijze, de manier, de procedure van waarnemen - niet alleen zien-met-de-ogen! - en tegelijk de waarnemingsinhoud, het feit dat het één "gezien" wordt, het ander niet.'<sup>13</sup> In zijn laatste boek, *Een economie van de kunsten* - dat bij herlezing een schat aan gedachtegoed blijkt te bevatten waaraan heel wat auteurs op het betreffende terrein te makkelijk voorbijgaan - onderbouwt Abbing zijn vroegere these door de esthetische kwaliteit van kunstwerken te zoeken in de *taalvernieuwing* die de kunstenaar in zijn werk creëert.

Ondanks het gebruik van de verwarrende, want tautologische, term 'symbooltaal' - gemakshalve door Abbing ingevoerd - wordt de lezer ervan overtuigd dat een kunstzinnige

ervaring ontstaat als effect van een taalvernieuwing; dat wil zeggen een nieuwe metaforische uitdrukking binnen een gegeven kunsttaal. De term 'kunsttaal' moet daarbij begrepen worden als een symboolsysteem dat in het domein van de waarneming opereert. Wat betreft het verschil tussen kunstzinnig vermaak en andere vormen van vermaak waarbij het waarnemingssysteem van de consument wordt aangesproken, kan worden opgemerkt dat in beide gevallen van dezelfde kunsttalen gebruik wordt gemaakt. Het appel is volgens Abbing echter niet kunstzinnig van aard als er geen sprake is van taalvernieuwing. Met het accent op de kunstzinnige ervaring als kern van kunst, zou ik willen zeggen dat het appel niet kunstzinnig van aard is als het waarnemingssysteem van de consument er niet door vernieuwd wordt. Amusement en reclame zijn bij Abbing twee van die categorieën die gebruik maken van kunsttalen zonder daarin noemenswaardige vernieuwingen aan te brengen. In dit verband dient dan ook de term 'amusement' van Abbing duidelijk onderscheiden te worden van de term 'vermaak' die Knulst hanteert. Amusement (Abbing) kan begrepen worden als een specifieke vorm van vermaak (Knulst) waarbij de consument wordt aangesproken in een kunsttaal of in kunsttalen, zonder dat die vernieuwd worden en zonder dat het waarnemingssysteem van de gebruiker wordt aangetast.

Het belang van de benadering van Abbing voor het onderhavige betoog is tweeledig: in de eerste plaats wordt de vraag voor wie de nieuwe metafoor nieuw moet zijn om van kunst te kunnen spreken, onontkoombaar. Het antwoord daarop eveneens: voor de gebruiker. Hij of zij die van de betreffende taal gebruik maakt,ervaart de nieuwe uitdrukkingwijze als kunst, ongeacht uiteraard of die naam er aan gegeven wordt, dat is een kwestie van taal. In de tweede

plaats kan dit kunstgenot op twee niveaus ontstaan: als directe confrontatie tussen het oorspronkelijke 'beeld' dat de kijker of luisteraar zich in een of andere taal van iets had gevormd en de nieuwe uitdrukkingwijze die het kunstwerk er in de betreffende kunsttaal van geeft. Daarnaast als confrontatie tussen een oude en een nieuwe metaforische uitdrukking binnen een kunsttaal of een complex van kunsttalen. Het belangrijkste aspect van dit onderscheid is wellicht dat de waarneming die mogelijk wordt door de nieuwe metafoor, het kunstzinnig genot als zodanig teweegbrengt, terwijl het onderkennen van de taalvernieuwing die hieraan ten grondslag ligt, nodig is om de esthetische kwaliteit van een specifiek kunstwerk te *benoemen*.

Het zijn de kenners, adviseurs en programmeurs die dit laatste proces voltrekken, in het bijzonder door een kunstwerk te plaatsen in een context van kunstwerken die in hetzelfde en in verwante taalgebieden opereren. De gebruikswaarde van het kunstwerk, die gerealiseerd wordt in het kunstgenot en die mede afhankelijk is van de waarnemingssystemen van de consumenten, blijft daarbij in meer of mindere mate buiten beschouwing, vooral als het kunstgenot van de consument voortkomt uit de confrontatie van het kunstwerk met niet-kunsttalige tekensystemen.<sup>14</sup> Als de gebruikswaarde van kunst wel een rol moet spelen in het definiëren van kunst zou de wijze waarop Beckerman zijn definitie van theater begint, tot voorbeeld kunnen strekken: 'Theatre occurs when one ore more human beings ...'<sup>15</sup> Voor kunst in het algemeen zou dan de definitie als volgt kunnen luiden: kunst *heeft plaats* als iemands waarnemingssysteem wordt vernieuwd door de confrontatie met een door mensen vervaardigde tekenstructuur. Of, als men niet de kunstzinnige ervaring voorop wil stellen, maar

het kunstwerk: een kunstwerk is een door mensen vervaardigd tekenstelsel dat bij receptie leidt tot vernieuwing van het waarnemingssysteem van de consument.

Er wordt niet bij vermeld hoe belangrijk de vernieuwing moet zijn, noch voor wie en voor hoeveel consumenten het zich voordoet. Daarmee houdt deze min of meer objectieve omschrijving van wat kunst genoemd kan worden de mogelijkheid open dat een tekenstelsel voor de een wel en voor de ander geen kunst is.

### Spreiding

In de eerste plaats heerst er onduidelijkheid over de vraag wat er, als het om kunst gaat, eigenlijk gespreid moet worden. Het is een probleem dat pas in de jaren zeventig is ontstaan. In de eerste decennia na de Tweede Wereldoorlog bestonden er op dit punt geen meningsverschillen. Zoals Smithuijsen in zijn bijdrage aan *In ons diaconale land* duidelijk maakt, strookten zelfs de opvattingen van Boekman van voor de oorlog volledig met die van de cultuurspreiders van na de oorlog.<sup>16</sup> Het ging erom de arbeidersklasse en de lagere strata van de middenklasse in aanraking te brengen met de kunst die in hogere kringen als belangrijk beschouwd werd. De motieven hiervoor waren ongetwijfeld meerledig en zeker ook enigszins verschillend voor deze of gene politieke richting.<sup>17</sup> Maar op de vraag wat er gespreid moest worden was het antwoord duidelijk. Hetzelfde gold voor de vraag wat spreiding dan wel inhield. Er werden mogelijkheden geboden om de betreffende kunst te genieten tegen lage prijzen en er werd in brede kring gestimuleerd en georganiseerd dat men van die mogelijkheden gebruik maakte. Aan het eind van de jaren zestig verdwijnt deze duidelijkheid onder invloed van de algemene aantasting van het burgerlijk gezag. Zowel in de kunstwereld als in het beleid

dienaangaande, ontstaat een vacuüm waarbinnen naar hartelust geëxperimenteerd kan worden. Op het niveau van het beleid is dat vacuüm sinds het aantreden van Brinkman als minister van WVC verdwenen ten gunste van de bescherming van oude en nieuwe topkunst. Op het niveau van de begrippen waarmee het beleid ver(ant)woord wordt, bestaat het vacuüm echter nog wel. Terwijl het in het spreidingsbeleid altijd is gegaan om de poging brede lagen van de bevolking te interesseren voor kunst met een grote K, zien we het begrip cultuur, onder invloed van het verlies aan duidelijkheid over wat wel en niet als kunst kan worden beschouwd, in steeds ruimere zin gebruikt worden. De term cultuurspreiding verliest daardoor meer en meer aan duidelijkheid. En nog altijd zien we dat auteurs die het eigenlijk over kunst (willen) hebben, maar er niet goed uitkomen, bijna stiekem de brede term cultuur invoeren. Met andere woorden; de verbreding van het cultuurbegrip maakt een herijking van het spreidingsidee noodzakelijk.

Het denken in termen van cultuur in ruime zin is van belang geweest voor de ontwikkeling van het inzicht dat binnen één samenleving tal van klassen en groepen zich onderscheiden door hun verschillende leefwijzen en leefstijlen (culturen) - waarbinnen kunst een van de uitingvormen kan zijn. Als Kassies in 1983, rijkelijk laat zoals hijzelf opmerkt<sup>18</sup>, op basis van dit denken zijn *Notities over een heroriëntatie van het kunstbeleid* schrijft, heeft minister Brinkman intussen de weg naar een breed kunstbeleid al afgesneden. Een beleid op basis van dit brede cultuurbegrip is dientengevolge nooit tot stand gekomen.

Wanneer we ons beperken tot de kunst, laat zich de vraag stellen wat er - in de klassieke zin van het woord - te spreiden valt als sociale entiteiten er elk een eigen kunst op na houden. Zoals we zullen zien is dit niet uitsluitend een

retorische vraag. Als onder spreiding van kunst in het algemeen verstaan mag worden 'het stimuleren van het gebruik van kunst door grotere (eventueel) andere groepen mensen dan er op een gegeven moment gebruik van maken', dienen zich twee operationalisaties aan: het beschikbaar doen komen van kunstwerken (schilderijen, toneelvoorstellingen, concerten, gedichten enzovoort) en, in het verlengde daarvan, het scheppen van voorwaarden waaronder kunstwerken zinvol gereciperd kunnen worden.

### beschikbaarheid

Het beschikbaar doen komen van kunstwerken kan plaats hebben binnen de grenzen van sociaal-culturele gemeenschappen maar het kan die grenzen ook overschrijden. De eerste mogelijkheid is gebaseerd op de hierboven aangehaalde suggestie dat verschillende culturele entiteiten vrij sterk van elkaar gescheiden zijn en voor de mensen die er toe behoren waardevolle kunst voortbrengen. Kunst overigens die ook binnen de desbetreffende gemeenschap niet door iedereen als (even) waardevol, of zelfs als kunst ervaren wordt. Enkele voorbeelden uit de theatersfeer zijn: het buurttheater van Stut in Utrecht, het bejaardentheater van Grandparents Living Theatre Ohio 'a highly professional troupe for which age is merely an asset' en de voorstellingen van Théâtre du Soleil in het Holland Festival.

De tweede mogelijkheid waarbij culturele grenzen van een sociale groep overschreden worden, is gebaseerd op de opvatting dat kunstwerken die ontstaan zijn binnen de ene cultuur ook iets te bieden hebben aan mensen die binnen een andere cultuur leven. In zijn algemeenheid zal niemand deze veronderstelling afwijzen, maar de vraag is hier niet of deze kunstwerken interessant kunnen

zijn als informatiebronnen, zoals bijvoorbeeld inheemse beelden, potten en dansen dat kunnen zijn. De vraag is of ze als kunst werkzaam zijn. Dat wil zeggen of ze als tekenstructuur in staat zijn het waarnemingssysteem van de gebruiker te vernieuwen. Dit probleem heeft zich vooral toegespitst op een onderscheid dat liefhebbers van erkende en dominante kunstvormen hebben getracht uit te drukken in de termen *hoge* (die van henzelf) en *lage* (die van anderen) kunst. Algemeen aanvaard is het inzicht dat de culturele en ideologische codesystemen die producenten en recipiënten bij het maken, respectievelijk genieten van kunst hanteren, voldoende met elkaar moeten overeenstemmen. Verondersteld wordt dat deze overeenstemming niet bestaat tussen producenten van hoge kunst en recipiënten van lage kunst.

Blokland opende in het vijfde nummer van het *Boekmancahier* de aanval op Verdaasdonk door op nogal suggestieve wijze een geciteerde tekst van de laatste te interpreteren.<sup>19</sup> Zo ontstond de indruk dat de laatste aan triviaalliteratuur dezelfde kunstzinnige waarde toedicht als aan canons uit de erkende wereldliteratuur. Uiteraard heeft Verdaasdonk een en ander genuanceerd in het volgende *Boekmancahier*. De kwestie zelf bleef echter op tafel, omdat Verdaasdonk in zijn reactie liet weten: 'Wie, zoals Blokland, denkt dat *De pest* cultureel en esthetisch op hoger peil staat dan *Afspraak massagesalon*, kan dit beweerde verschil niet onderbouwen met observaties van intrinsieke teksteigenschappen.'<sup>20</sup> Hiermee wil vooral gezegd zijn dat het kunstzinnige genot van beide soorten werken - en het eventuele verschil daartussen - afhangt van de relatie tussen het werk zelf en het voorwaardensysteem van de lezer.

Deze relatie is door Ganzeboom uitgewerkt als de verhouding tussen enerzijds formele en semantische complexiteit van het kunstwerk en anderzijds de (culturele)

informatieverwerkingscapaciteit van de recipiënt.<sup>21</sup> Aangenomen mag worden dat deze informatieverwerkingscapaciteit niet zuiver individueel van aard is maar zowel kwalitatief als kwantitatief samenhangt met de sociale achtergronden die subjecten tot sociale groepen doen behoren. Het kunstzinnig genot wordt dan verondersteld het grootst te zijn als de complexiteit van het geheel van stimuli van het kunstwerk zo dicht mogelijk ligt bij het 'informatieverwerkingsoptimum', dat wil zeggen het activeringsniveau van de waarnemingscapaciteit waarop de verwerking van de stimuli nog als aangenaam ervaren wordt.

Hoewel Ganzeboom dit laatste onbesproken laat, maakt deze gedachtegang twee zaken duidelijk. In de eerste plaats dat de complexiteit van een kunstwerk relatief is, namelijk bepaald wordt door de verhouding tot de kunstzinnige verwerkingscapaciteit van een consument. Vervolgens dat het kunstzinnig genot dat mensen met een hoge informatieverwerkingscapaciteit ondergaan bij het recipiëren van in complexiteit en aard hieraan beantwoordende kunstwerken, niet groter of kleiner hoeft te zijn dan het genot dat mensen met minder of andersoortige informatieverwerkingscapaciteit ten deel valt bij het recipiëren van minder complexe of andersoortige kunstwerken. In beide gevallen kan de receptieactiviteit zich dichtbij of precies op het verwerkingsoptimum afspelen en kan het esthetisch genot dus even groot en wellicht zelfs van hetzelfde gehalte zijn.<sup>22</sup> Duidelijk zal het intussen zijn dat het niveau van het verwerkingsoptimum sterk samenhangt met de aard van de informatieverwerkingscapaciteit, die op zijn beurt uiteindelijk doorslaggevend is voor het bepalen van de soort kunst waaraan iemand behoefte heeft. De verwerkingscapaciteit wordt gevormd door ervaring en training. Ervaring en training in

verschillende culturele contexten produceren verschillende accommodaties aan verwerkingscapaciteit en daarmee verschillende soorten behoeften aan kunst. De verschillende soorten kunst waaraan in onderscheiden culturele contexten behoefte bestaat, zijn echter wel allemaal kunst, zolang ze in staat zijn de waarnemingssystemen van de gebruikers te vernieuwen.

Dit houdt in dat spreiding van kunst, in de betekenis van het beschikbaar doen komen van kunstwerken, enerzijds grensoverschrijdend kan werken, mits de codesystemen van de betreffende culturen elkaar voldoende raken, anderzijds zich binnen een culturele context kan afspelen, als daarbij maar sprake is van vernieuwing van waarnemingsstructuren. Dit laatste lijkt interessante perspectieven te openen voor het formuleren van kunstbeleid met betrekking tot andere dan de dominante circuits.

#### Voorwaarden

'Behoeft aan kunst' is een sleutelbegrip in het denken over spreiding. Wat hierboven gezegd werd had vooral betrekking op de produktie en gedeeltelijk op de distributie van kunst. Nu gaat het om de voorwaarden waaronder kunst wordt genoten. Eigenlijk wordt er door een overheid nooit gespreid maar worden er voorwaarden voor spreiding gecreëerd. Om kunst te spreiden is alleen het aanbieden ervan niet voldoende. Om mensen de mogelijkheid te bieden zich met kunst in te laten, moet naast het aanbod ook de gelegenheid hiertoe bestaan en vooral een zekere behoefte. Behoeft aan kunst is zoals we gezien hebben niet identiek aan als behoefte aan Schönberg, Schwitters of Shakespeare. Het is bij wijze van spreken de wens naar een andere kijk op de dingen: mooier, heviger, radicaler, kleurrijker, afstandelijker. Kortom naar iets anders dat altijd een pendant heeft in het verlangen naar het bekende, het

vertrouwde, het niet-andere. De belangstelling voor kunst ontstaat uit de mogelijkheid én het vermogen om er mee om te gaan. Vandaar dat het aanbod alleen niet voldoende is, ook het vermogen moet ontwikkeld worden en hetzelfde geldt voor de omstandigheden waaronder het genot kan worden vervuld. Het betreft dan de plaats waar, de mensen met wie, de tijd die het kost en de positie die men als gebruiker in het geheel inneemt. Deze omstandigheden dienen op een of meer punten vrij sterk aan te sluiten bij de cultuur - in de betekenis van leefstijl - van de betreffende consumenten. De taal waarin het kunstwerk zich uitdrukt mag de consumenten niet te zeer vreemd zijn. De factoren omstandigheid en taal houden elkaar in evenwicht: hoe bekender of aantrekkelijker het een is, hoe nieuwer of pijnlijker het andere mag zijn.

De derde factor, het vermogen om kunst te gebruiken, is universeel van aard, maar kan door (be)oefening ontwikkeld worden. Het universele karakter is gelegen in de menselijke fantasie, in het vermogen van mensen om zich iets voor te stellen dat afwijkt van de wijze waarop de realiteit zich manifesteert inde waarneming en wordt geïnterpreteerd in het begrip. Het eigen karakter van het vermogen om met kunst om te gaan daarentegen, houdt verband met de ontwikkeling van de tekensystemen waarin voorstellingen een materiële gedaante aannemen. Deze tekensystemen kunnen heel algemeen van aard zijn en daardoor voor veel mensen toegankelijk. Het tegenovergestelde is ook mogelijk; tekensystemen kunnen ook juist heel specifiek en alleen bruikbaar voor mensen die deelnemen aan bepaalde (sub)culturen.<sup>23</sup>

Het doet er niet zo heel veel toe welke kunsttalen men leert, aan de ene kant omdat ze allemaal toegang geven tot gebieden waar de waarneming vernieuwd kan worden, aan de andere kant omdat het vermogen om kunst te consumeren en de behoefte om dit te doen in

beginsel een zekere openheid met zich meebrengt ten opzichte van het onbekende, waaronder 'vreemde' kunsttalen.<sup>24</sup>

Terugkomend op de kernvraag van deze paragraaf - wat valt er eigenlijk te spreiden - kan geconstateerd worden dat het er in ieder geval niet in de eerste plaats om gaat om kunstwerken die bij kenners erkenning hebben verworven nadrukkelijk onder de aandacht te brengen van dat deel van de bevolking dat er weinig tot geen belangstelling voor toont. Het gaat bij spreiding eigenlijk in de eerste plaats om spreiding van het vermogen en de mogelijkheden om kunst te genieten, dat wil zeggen door het consumeren van kunst nieuwe waarnemingen te doen en nieuwe voorstellingen te maken. Kunstzinnige vorming wordt dan altijd genoemd als het terrein waarop de ontwikkeling van dit vermogen moet plaats vinden. Maar al te vaak als excuus, in de trant van: als dat niet gebeurd is, kunnen wij als producenten, distribuenten en bemiddelaars er ook niet veel meer aan doen. Dat lijkt mij geen juiste benaderingswijze. De aandacht dient zich ook te richten op de distributiepraktijk, namelijk door kunstwerken aan te bieden onder receptieomstandigheden die passen binnen de sociale en culturele context van de beoogde toeschouwers en tegelijkertijd de artistieke opties van het kunstwerk dienen. Maar het moet wel kunst blijven. Waarnemingssystemen worden beroerd omdat het daar bij kunst om gaat. Maar bovendien omdat er als dat niet gebeurt, helemaal niets ontwikkeld wordt: geen waarnemingswijzen, geen vermogen en zeker geen behoefte.

#### Nogmaals: is spreiding van kunst nodig en mogelijk?

In de geschiedenis van de discussie over het belang van kunstspreiding zijn twee invalshoeken te onderscheiden. Aan de ene kant

is er sinds 1945 een debat gaande over de *legitimering* van een kunstbeleid van de overheid, aan de andere kant is er door de hele geschiedenis van de westerse beschaving heen al gedacht, geschreven en gesproken over de maatschappelijke functies van kunst. Uitgaande van de opvatting dat kunst mensen in staat stelt hun waarneming te vernieuwen, kan er vanuit het gezichtspunt van de kunstenaars geen twijfel over bestaan of kunst gespreid moet worden; kunstenaars zijn voortdurend in touw om waarheid, echtheid, grenzen zichtbaar te maken, in grote of kleine kring. Wat willen zij anders dan de wereld penetreren met de resultaten van hun arbeid? Daar zijn zij schrijvers, schilders, musici, toneelspelers voor. Wie aan kunstenaars deze functie toeschrijft, vindt spreiding noodzakelijk. Wie kunstenaars inderdaad helpt om hun werk gelezen, beluisterd en aanschouwd te krijgen, doet daarmee aan kunstspreading. Overigens in een zeer ruime betekenis van het woord; met Bevers kan van ‘vergroting van het publieksbereik’ worden gesproken.<sup>25</sup>

De tweede vraag is of en hoe de overheid hieraan een bijdrage moet leveren. De overheid heeft zich in haar pogingen tot legitimering van kunstsubsidiering sinds het begin van de jaren tachtig minder uitgeput in het zoeken naar formuleringen waarin het maatschappelijke belang van de kunsten kon worden uitgedrukt, dan tussen 1945 en 1980 is gebeurd. In die periode was al dan niet verhuld het besef aanwezig dat kunst als een *meritgood* diende te worden beschouwd. Als iets dat, naar een parafrase van Blokland door Verdaasdonk, ‘goed voor de mensen is’ zonder dat zij dat zelf beseffen.<sup>26</sup>

Om die reden werden de produktie en distributie van kunst gesubsidieerd, ongeacht de wijze waarop omschreven werd waarom kunst goed was voor de mensen. Na al die jaren van spreidingsbeleid lijkt het erop dat kunst

onverminderd een *meritgood* is gebleven. Twee oorzaken kunnen daarvoor worden bedacht; er is nooit een verantwoord spreidingsbeleid gevoerd en tevens kan vastgesteld worden dat kunstspreading uitsluitend op basis van het overheidsbeleid niet mogelijk is. Net toen de nieuwe Nederlandse kunstsociologie bezig was deze laatste stelling te onderbouwen, schreef de opvolgster van - minister Brinkman dat ze bang was dat de verticale spreiding niet best gelukt was maar dat ze daarin niet wenste te berusten, op grond van de overtuiging dat ‘deelname aan cultuur een vaardigheid is die aangeleerd moet worden’. En zij voegde daaraan toe: ‘talrijke groepen zijn daartoe niet of te weinig in de gelegenheid gesteld.’<sup>27</sup> De minister van WVC blijkt dus van mening te zijn dat de oorzaak van het mislukken van de kunstspreading moet worden gezocht in een verkeerd beleid en zij geeft ook daarbij aan waar de zwakke plek zit: aan de voorwaarden voor het kunstgenot, aan de kant van de receptie dus, is te weinig gedaan.

Of in deze richting inderdaad een oplossing gevonden kan worden blijft nog even de vraag. Een feit is dat de inspanning van de rijksoverheid zich vrijwel helemaal op het vlak van de produktie heeft afgespeeld en dat daarmee de kloof tussen behoeften van niet ingevoerde bevolkingsgroepen en de uitdrukkingwijzen van een hoogopgeleide en specialistische groep gesubsidieerde kunstenaars steeds groter is geworden. Of de overheid in dezen moet bemiddelen is een politieke keuze. Drie elementen lijken daarbij van belang. Het eerste - en daar is iedereen het wel over eens - is dat de overheid tot op zekere hoogte verantwoordelijkheid draagt voor het welzijn van de burgers. Het tweede element betreft de vraag of kunst inderdaad ‘goed’ is voor de mensen. Gezien wat hierboven al besproken is, mag worden aangenomen dat die politici die menen dat de samenleving belang

heeft bij de produktie en communicatie van nieuwe zienswijzen door haar burgers, van mening zullen zijn dat de overheid dan ook verantwoordelijk is voor de produktie, distributie en receptie van kunst in de samenleving. Als dit proces door toedoen van anderen naar wens verloopt kan de overheid op afstand toezien. Minister d’Ancona suggereert dat iedereen in de gelegenheid gesteld moet worden om een kunstzinnig vermogen te ontwikkelen; de derde politieke vraag die dan gesteld kan worden, is of zij hierin gelijk heeft. Met andere woorden: hebben mensen recht op de ontwikkeling van een individueel kunstzinnig vermogen en hoe vrijblijvend of dwingend moet met dit recht worden omgegaan. Het Nederlandse jeugdtheater, een van de paradepaardjes van de Nederlandse kunstproduktie, baseert zich op de opvatting dat kinderen hun fantasie, dat wil zeggen hun verbeeldend vermogen, moeten kunnen ontwikkelen, hun bekwaamheid om anders te kijken en te zien. Niemand zal kinderen dit recht ontzeggen en velen zien het als essentieel onderdeel van de opvoeding. Tot de zestienjarige leeftijd is bereikt zorgt de leerplichtwet ervoor dat van dit recht gebruik gemaakt wordt. Als de overheid verantwoordelijk is voor de kwaliteit van het bestaan dan zal zij erop toe moeten zien dat het kunstzinnig vermogen niet uitsluitend binnen het onderwijs ontwikkeld wordt. Ook daarbuiten dienen de voorwaarden waaronder kunstprodukten zinvol gerecipieerd kunnen worden in voldoende mate aanwezig te zijn. Of de overheid meer moet doen dan uitsluitend toezicht houden, hangt van de vraag of de bedoelde voorwaarden bij een vrije uitwisseling tussen producenten, distribuenten en consumenten van kunst voldoende aanwezig zijn.

### De markt als mogelijkheid?

De socioloog Ton Bevers vat zijn standpunt in het debat als volgt samen: ‘Cultuurspreiding wordt dus begrensd door de aard van de cultuur zelf, door de moeilijkheidsgraad of complexiteit van de kunst.’<sup>28</sup> Deze conclusie is gebaseerd op twee premissen. De eerste is dat het bij cultuurspreiding altijd gaat om vormen en produkten van kunst en cultuur die deel uitmaken van de levensstijl van de hoogste klassen in de samenleving.<sup>29</sup> De tweede bestaat uit de suggestie die in deze conclusie ligt opgesloten, namelijk dat de kwaliteit van kunst door de complexiteit ervan bepaald wordt. Zoals hierboven uiteengezet, wordt de kwaliteit van een kunstwerk echter bepaald door de werking van kunst. Dat wil zeggen door de wijze waarop het kunstwerk een vernieuwing van het waarnemingssysteem van de gebruiker veroorzaakt. Abbing noemt dit treffend ‘de kwaliteit van de taalbreuk’ die door het kunstwerk wordt aangebracht in een kunsttaal en daardoor het waarnemingssysteem ontwricht.<sup>30</sup> Het is juist deze benaderingswijze die mogelijkheden biedt om het begrip spreiding opnieuw operationeel te maken, en wel langs drie wegen:

Waar tot nu toe alleen sprake was van spreiding *tussen* culturen, kan nu ook gesproken worden van spreiding *binnen* culturen;

Spreiding van kunstwerken blijkt een tamelijk beperkte optie te zijn in verhouding tot het spreiden van kunstzinnig vermogen en de spreiding van voorwaarden waaronder dat ontwikkeld wordt;

Het begrip ‘kwaliteit van de taalbreuk’ biedt in samenhang met kennis van de betreffende taal en het taalgebruik van de groepen die in deze taal communiceren, een goed houvast bij het beoordelen van wat als kunst kan functioneren.

Het is de vraag of de begrippen die Bevers inbrengt - publieksbereik en 'spreiding-die-vanzelf-gaat' - niet haaks staan op een brede en gedifferentieerde benadering van het spreidingsbeleid, zoals in bovenstaande drie punten samengevat.<sup>31</sup> Zijn benadering heeft uitsluitend betrekking op spreiding van kunst tussen culturele entiteiten, in het bijzonder van kunst die door een elite als zodanig wordt erkend. Daarmee worden twee vragen opgeroepen. In de eerste plaats in hoeverre de bevordering van publieksbereik van doen heeft met de behoefte van kunstenaars om hun eigen voorstellingswereld en die van anderen te vernieuwen en met de behoefte van kunstconsumenten om zich de wereld anders voor te stellen, met spreiding van kunstgebruik dus.<sup>32</sup> In de tweede plaats roept het concept van de 'spreiding-die-vanzelf-gaat' de vraag op of het bedoelde proces eenvoudigweg via de markt verloopt, hetzij in een extreme vorm waarbij kunst geproduceerd wordt die het vragende publiek wil bekostigen (zoals in de filmindustrie), hetzij in minder extreme vorm waarbij de overheid de produktie van dié kunst subsidieert waarvoor zich voldoende gebruikers melden. Vrij algemeen wordt aangenomen dat in de kunstensector vraag en aanbod zich niet gemakkelijk op elkaar afstemmen via een volledig vrije markt. Dat is des te meer waar als we het vernieuwende aspect als wezenlijk voor kunst beschouwen. Abbing hierover: 'Een nieuwe metafoer komt neer op een opzettelijke "vertaalfout" die tegelijk aantrekt en afstoot. Daarbij wint de aantrekking het geleidelijk van de afstoting. (...) Het idee van de nieuwe metafoer die afstoot en aantrekt is belangrijk voor een economie van de kunsten. Ze plaatst de moeizame financiering van de kunst in een nieuw perspectief. Is het reëel om een koopkrachtige vraag te verwachten voor produkten die in eerste instantie afstoten?'<sup>33</sup> Voor de duidelijkheid: het gaat hier niet om een

verhouding tussen verschillende kunsttalen, maar om de vernieuwing van kunsttalen in zichzelf en de vernieuwing van waarnemingssystemen van gebruikers die er het gevolg van is. De vernieuwing is, juist omdat zij storend werkt, niet optimaal te realiseren via de vrije markt; dus is het van belang condities te scheppen waaronder kunstmarkten optimaal kunnen functioneren, dat wil zeggen waaronder de aantrekkingskracht van kunstwerken in een gunstige 'concurrentiepositie' komt ten opzichte van de afstotende werking ervan.

In 'Toneel en publiek', het tweede deel van dit artikel dat in het volgende nummer van het *Boekmancahier* zal verschijnen wordt nagegaan wat deze benaderingswijze betekent voor het toneel.

#### Noten

1. De basis van het Nederlandse toneelbestel is in 1946 gelegd door het subsidiebeleid van minister Van der Leeuw. Hij baseerde zich daarbij op de notitie *Het aandeel van de overheid in de toneelkunst* van zijn adviseur voor toneel Hunningher. Inspiratiebron bij dit alles was het tijdens de oorlog clandestien uitgegeven plan *Het ontwerp van een regeling voor het toneel na de oorlog*. Deze notitie, geschreven door Sterneberg, Defresne, Groeneveld, Van Meerten en Rijken, werd naderhand bekend als 'het groene boekje'. Zie onder meer: Fenna van den Burg en Jan Kassies *Kunstenaars van Nederland, om eenheid en zeggenschap. Het ontstaan van de Federatie van Kunstenaarsverenigingen en de Raad voor de Kunst 1942-1950* (Boekmanstudies). Amsterdam 1987.
2. *Ontwerp van een regeling van het toneel na de oorlog*. (z.j.) (z.p.).
3. 'Monsterverbond' is een groot woord maar wordt hier gebruikt om de lezer niet helemaal uit het oog te laten verliezen dat de belangen van de staat en de drijfveren van de kunstenaars niet noodzakelijkerwijs parallel lopen. Om een voorbeeld te noemen: in 1937 mocht het stuk *De dag des oordeels* van Elmer Rice in Nederland niet gespeeld worden omdat het verwijzingen bevatte naar de brand in de Rijksdag en daarmee beledigend was voor een bevriend staatshoofd.

#### Hans van Maanen

was in 1991 verbonden aan de vakgroep Muziek- en Theaterwetenschap van de Rijksuniversiteit Groningen, in het bijzonder ten behoeve van de doctoraalstudie Kunst en Kunstbeleid

4. H. Abbing. *Een economie van de kunsten*. Groningen 1989; W. Knulst. *Van Vaudeville tot video*. Rijswijk 1989; I. Maas. *Deelname aan podiumkunsten via de podia, de media en actieve beoefening*. Utrecht 1990; I. Maas, R. Verhoeff en H. Ganzenboom. *Podiumkunsten en publiek*. Rijswijk 1990.
5. J. Knopper. 'Exclusiviteit op houten banken'. - In: *Boekmancahier* 7.
6. Zie hun respectievelijke bijdragen in *Boekmancahier* 5, 6 en 7.
7. Vergelijkbare vragen worden op intrigerende wijze behandeld door S.J. Doorman. Zie: 'Losse gedachten over cultuurspreiding'. In: *In ons diaconale land*. Amsterdam 1988.
8. Knulst, a.w., pp. 14 e.v.
9. W. Sjkłowski. 'Kunst als procédé'. In: *Russisch formalisme: Sjkłowski, Jakobson, Eichenbaum, Tynjanow*. Nijmegen 1982.
10. L. Altusser. 'Een brief over kunst'. In: *Drie opstellen over kunst*. Nijmegen 1980.
11. R. Arnheim, *Towards a psychology of Art*. Los Angeles 1966; D.E. Berlyne, *Conflict, arousal and curiosity*. New York 1971. Zie ook van dezelfde auteur *Aesthetics and psychobiology*. New York 1971. Overigens zocht en vond L. Vygotskij al in het begin van deze eeuw naar psychologische verklaringen van esthetisch genot. Zie: *Psychology and art*. Moscow 1925.12. Maas, a.w. p. 39.
13. H. Abbing, *Economie en Cultuur*. 's-Gravenhage 1979.
14. Volgens velen staat het onder woorden brengen van de kunstzinnige waarde de kunstzinnige ervaring in de weg.
15. B. Beckerman, *Dynamics of drama*. New York 1979, pp. 60 e.v.
16. Zie: C.B. Smithuijsen 'Boekman en Kassies over cultuurspreiding'. In: *In ons diaconale land*. Amsterdam 1988.
17. Zie hiervoor o.a. J. Smiers. *Cultuur in Nederland 1945-1955*. Nijmegen 1977.
18. J. Kassies. 'Pleidooi voor een culturele democratie'. In: *Boekmancahier* 5, pp. 280 e.v.
19. H. Blokland. 'Over cultuurspreiding, distinctie en beschaving'. In: *Boekmancahier* 5, p. 235.
20. H. Verdaasdonk. 'Een "geheime" en een "ware" Bourdieu'. In: *Boekmancahier* 6, pp. 410 e.v.
21. Ganzeboom, a.w. pp. 43 e.v.
22. Het zou buitengewoon interessant zijn om te onderzoeken of het kwantitatieve en het kwalitatieve gehalte van esthetisch genot uitsluitend afhangt van de verhouding tussen complexiteit en capaciteit of (mede) van de complexiteit als zodanig.
23. Vergelijk Abbing, 1989, p. 198.
24. Vergelijk het onderscheid van Abbing tussen algemene kunsttalen en kunstspecialismen.
25. A.M. Bevers. 'Cultuurspreiding en publieksbereik: van volkverheffing tot marktstrategie'. In: *In ons diaconale land*. Amsterdam 1988, p. 88.
26. Zie: noot 20.

27. Aldus de minister van WVC in de *Letterbrief* van 9 mei 1990.
28. Bevers, a.w. p. 74.
29. Zie: Bevers, a.w. p. 75.
30. Abbing, 1989, p. 229.
31. Bevers, a.w. pp. 75-86.
32. Bevers, a.w. p. 76.
33. Abbing, 1989, p. 218.

#### Bibliografische gegevens

Maanen, H. van (1991) 'Kunstspreiding of kunstmarketing? (I)'. In: *Boekmancahier*, jrg. 3, nr. 10, 407-419.