

doodnormale zaak om over de grenzen heen te prospecteren en te coproduceren, partners en afnemers te zoeken. En des te groter de buitenlandse actieradius, des te sterker de inbreng van de zakelijke leiding. Want zij moet de vaak als spannend en uitdagend ervaren, tevens prestigebevorderende internationale contacten in goede juridische en financiële banen leiden.

Nu is internationalisering ook per definitie synoniem met meer mogelijkheden. De omgeving waarbinnen een 'geïnternationaliseerde' kunstorganisatie opereert, omspannt virtueel de hele aardbol. Ze wordt bevolkt door ontelbare andere organisaties, quasi-oneindig vele andere kunstwerken dan de zelf geproduceerde. Voor een individuele kunstorganisatie ligt het dan voor de hand om deze *high intensity*-omgeving te observeren in termen van naaste concurrenten, potentiële partners en mogelijke afnemers. Het gebruik van de marktspiegel is immers gewoonweg functioneel in de omgang met het teveel aan mondiale mogelijkheden. Kortom, in een sterk geïnternationaliseerd kunststelsel zien kunstorganisaties zich geconfronteerd met een méér aan complexiteit dat ze met behulp van de marktspiegel handzaam kunnen reduceren, overzichtelijk en werkbaar maken.

Ook in de eigen Vlaamse regio werd de omgeving complexer, inzonderheid binnen de podiumkunstensector. Want juist mede omwille van het proces van internationalisering is ook bij ons het kunstenaarsaanbod sterk toegenomen. Er kwam bijvoorbeeld meer, veel meer hedendaags theater en contemporaine dans, en dat dankzij zowel de ondertussen enigszins uitgedeelde 'Vlaamse golf' als de nieuwe kunstencentra en de geherprofileerde grote culturele centra. Ook in deze almaar complexere situatie van interne aanbodsverruiming bij een niet navenant uitbreidende vraag, werd het voor kunstorganisaties hoogst plausibel om zichzelf te hërbeschrijven als een marktactor, als een bijna-bedrijf met eigen concurrenten en consumenten. Het gaat hier overigens om een zichzelf waarmakende, zélfbestevigende beschrijving. Want eens enkele belangrijke kunstorganisaties 'marktgericht' beginnen te werken, moet de directe omgeving volgen. Het is het bekende 'we kunnen niet achterblijven'-syndroom: als A en B zich concurrentieel beginnen op te stellen, moet de rest van het organisatorisch alfabet zich noodgedwongen aanpassen en bijvoorbeeld eveneens een grotere 'publieksvriendelijkheid' betonen.

De stelling dat het verhoogde aanbod in Vlaanderen eveneens het gebruik van de marktspiegel stimuleerde, verwijst hoegenaamd niet naar een onontkoombare wetmatigheid. Er was namelijk een cruciale intermediaire factor, en

wel de tijdelijke afwezigheid van een politieke regulering van onder meer de podiumkunstensector tijdens de jaren tachtig. De Vlaamse overheid liet tientallen bloemen bloeien in de schaduw van vaak lichtjes tot zeer vermolmden bomen. Ze kwam eerst niet of nauwelijks tussen, gaf de nieuwe planten vervolgens toch wat water en officialiseerde de ondertussen tot volle wasdom gekomen biotoop alsnog in 1993. Wat ze manifest naliet, was het wieden van de tuin, bijvoorbeeld aan de hand van een algemeen plan voor de podiumkunsten. Deze *laissez-faire*-politiek was in hoge mate verantwoordelijk voor de genese van een ondertussen overvol landschap. Dat is, toegegeven, bijzonder divers en rijk geschakeerd. Maar misschien is *trop* inderdaad té veel? Ik wil deze vraag hier niet meteen beantwoorden. Maar ik meen wel dat er nog altijd nood is aan een overkoepeleend podiumkunstenbeleid, dus aan een regulering die beduidend verder gaat dan uitsluitend het hërscenariëren van het kader ter erkenning en subsidiëring van de Vlaamse podiumkunstenorganisaties. Inspiratie voor zo'n meer globale beleidsvoering is in overvloed te vinden in – bijvoorbeeld! – de nota *Naar een ontwikkelingsbeleid voor de podiumkunsten* van het Vlaams Theater Instituut, gepresenteerd en besproken (maar daar het bleef het bij) tijdens Het Theaterfestival van 1996.

Alvast in de Vlaamse podiumkunstensector is de groeiende verzakelijking ook een door meerdere organisaties bewust gevolgde strategie geweest. Sommige nieuwkomers gebruikten de marktgerichte aanpak als wapen in de strijd om meer beleidsmatige erkenning. Met een professionele bedrijfsvoering, een zakelijke promotie en een klantvriendelijke publieksbenadering moest je wel voor vol worden aanzien. We stoten zo echter ook meteen op een meer algemene paradox. Want is het niet vreemd dat men met een economisch georiënteerde 'zelfpresentatie' gehoor vond én vindt binnen het politieke systeem? Dat – *pour faire vite* – een 'commerciële' opstelling wordt gevoeld door het streven naar meer particuliere inkomsten lijkt logisch; dat ze daarentegen in heel wat kunstorganisaties in het teken stond én staat van het binnenrijven van meer overheidsgeld, doet op z'n minst merkwaardig aan. Deze gang van zaken is dan ook onbegrijpelijk als men niet zekere veranderingen binnen het politieke systeem mee in rekening brengt. Een specifieke politieke trendbreuk lijkt inderdaad mede verantwoordelijk voor de toenemende marktgerichtheid van kunstorganisaties. Deze stelling ligt thans in zoverre voor de hand dat de meeste West-Europese overheden, zij het in ongelijke mate, de door hen gesubsidieerde kunstorganisaties expliciet tot het hanteren

van de marktspiegel dwingen, hen bij het passeren van de spreekwoordelijk kassa mede daàrop beoordelen. Waarom? Waarom vonden nationale of regionale overheden het van langsom vanzelfsprekender om zowel hun gesubsidieerden als het eigen apparaat als marktactoren te beschouwen? Vanwaar kortom de groeiende dominantie van de observatie of beschrijving van zowel subsidiegevers als subsidieontvangers in termen van een op een bredere markt opererend bedrijf?

VI

Het is alles een gevolg van de crisis van de verzorgingsstaat, inderdaad. De naoorlogse verzorgingsstaat had een duidelijk, welomlijnd doel. Ze wilde de inclusie of opname van haar burgers binnen alle maatschappelijk deeldomeinen, dus binnen alle macrosociale systemen verzekeren. De burger moest kunnen deelnemen of participeren – aan het economisch systeem (dus inkomenswaarborgen), aan het pedagogisch systeem (dus gratis onderwijs), aan het juridisch systeem (dus gratis rechtsbijstand in geval van nood),... En ook aan het kunststelsel: de naoorlogse verzorgingsstaat deed zoals nooit tevoren in de politieke geschiedenis aan actieve kunstspreading, en dat zowel vanuit geografisch als sociaal oogpunt. Deze inclusiepolitiek werd echter vanaf midden jaren zeventig in toenemende mate onbetaalbaar. Het gangbare Keynesiaanse beleid van *public spending* implodeerde. Er ontstond zo ook een legitimatiedeficit. Want hoe kon de overheid haar beleid soms nog verrechtvaardigen als ze niet langer een Vadertje Staat was? We kennen allemaal het antwoord: we weten dat de overheid zich als een oppassende huismoeder is gaan profileren. Sindsdien beheert ze haar geld met zorg; ze bewaakt de inkomsten en uitgaven, en ze wikt en beschikt met niet minder nauwlettendheid over de budgettaire post der kunstsubsidies. Ze observeert daarom de door haar betoelaagde kunstorganisaties zoals ze zichzelf observeert, in termen van om hun markten bezorgde producenten.

De officiële subsidiegevers verlangen thans van de subsidieontvangers, en a fortiori van betoelaagde kunstorganisaties, dat ze topprestaties aan marktgerichtheid paren. Daarom wordt toponderwijs tegen een lage overheidsprijs voor zoveel mogelijk leerlingen verlangd; daarom wordt een zo goedkoop mogelijke topwetenschap voor een groot internationaal vakpubliek geëist; daarom wordt topkunst voor zoveel mogelijk mensen in buiten- en vooral binnenland gewenst. Kortom, conform het ondertussen ingeburgerde credo zijn kwaliteit én kwantiteit enkel in schijn onverzoenbare grootheden. In werkelijkheid heeft de over-