

Jørgen Langdalen

MARKEDET FOR SCENEKUNST

Delrapport i evalueringen av statsbudsjettets kap. 320, post 74

Januar 2005

Innhold

INNHold	0
OPPDRAGET	1
KILDER OG METODER	1
HISTORIKK	2
MÅLSETNINGER	3
ORGANISERING OG NETTVERK	4
VIRKSOMHET	8
ØKONOMI	16
VURDERING	17
LITTERATUR OG KILDER	23

Oppdraget

Dette notatet er skrevet på oppdrag av Norsk kulturråd og inngår i evalueringen av tiltakene som mottar tilskudd fra den såkalte post 74 (Tilskudd til tiltak under Norsk kulturråd) i kapittel 320 Allmenne kulturformål i statsbudsjettet. Jeg har hatt ansvar for devalueringene av 11 av de i alt 58 tiltakene som fikk midler over post 74 i 2004. Rammen for gjennomføringen av evalueringene har vært åtte månedsverk, og arbeidet ble utført i perioden fra 1. mars til 31. oktober 2004. Av de åtte månedsverkene var tre øremerket til evalueringen av Det Åpne Teater. Med slike rammer sier det seg selv at de enkelte evalueringene knapt framstår som utfyllende, og rekkevidden av konklusjonene er begrenset.

Således må heller ikke det foreliggende arbeidet oppfattes som en fullverdig evaluering. Jeg bruker betegnelsen notat for å understreke dette. Notatet gir først og fremst en beskrivelse av Markedet for Scenekunst samt en vurdering av tiltakets plass i et større kulturbilde. I forlengelse av dette har det også vært mulig å gi en anbefaling om hvilken plass Markedet for Scenekunst bør ha i kulturpolitikken på kort sikt.

Kilder og metoder

I arbeidet med notatet har jeg brukt forskjellige kilder. Foruten en kort egevaluering fra Markedet for Scenekunst, har jeg blant annet lest budsjettsøknader som foreligger i Kulturrådets arkiv. Jeg har også mottatt dokumentasjon fra Markedet for Scenekunst, i form av rapporter og kataloger. Jeg har samtaler med representanter for Markedet for Scenekunst, med saksbehandlere i Kulturrådet og med andre aktører i scenekunstheltet.

Det har ikke vært mulig å foreta feltstudier ut over de nevnte samtalene. En ordentlig evaluering, som tok sikte på å vurdere resultatene av virksomheten på et kvalitativt nivå, måtte ha vært basert på et langt bredere og mer inngående feltarbeid, først og fremst i form av intervjuer med et antall nøkkelaktører, samt muligens også i form av en spørreundersøkelse blant brukerne av Markedet for Scenekunst.

Historikk

Markedet for Scenekunst arrangeres av Sandefjord kommune hvert år i perioden mai–juni. Hensikten med arrangementet er å la produsenter av scenekunstforestillinger for målgruppene barn og ungdom få presentere sine nye produksjoner for arrangører fra hele landet. Festivalen er altså ikke først og fremst en publikumsfestival, men snarere et bransjetreff eller messe. Likevel er noen av forestillingene åpne for det alminnelige publikum.

Markedet for Scenekunst ble arrangert første gang i 1996, og årets arrangement (2005) blir dermed det tiende i rekken. I startfasen var teaterfestivalen et rent lokalt tiltak og gikk under navnet Teatermarkedet. Etableringen av Teatermarkedet hadde bakgrunn i at Sandefjord kommune hadde satt i gang en satsing på teater for barn og ungdom gjennom en forestillingsserie kalt Lørdagsbarneteatret. Kommunen trengte å komme i bedre kontakt med produsenter som kunne bidra med forestillinger til de ukentlige arrangementene.

Markedet for Scenekunst var de første årene et mindre, lokalt arrangement, med et totalbudsjett på rundt 60 000 kroner. Etter hvert fikk tiltaket et lite tilskudd fra Kulturdepartementet. Fra og med 2000 har kommunen en avsetning til Markedet på kommunebudsjettet på 300 000 kroner i året, noe som var nødvendig ”for å etablere et langsiktig økonomisk samarbeid med Vestfold fylkeskommune og Kulturdepartementet”, som det heter i egevalueringen. Statstilskuddet har i samme periode ligget på omkring 150-160 000 kroner. Vestfold fylkeskommune bidrar økonomisk med en sum av 300 000 kroner i året.

Festivalen har i mellomtida vokst til å bli en viktig nasjonal arena for kjøp og salg av profesjonell scenekunst for målgruppene barn og ungdom. Ikke minst etter at Den kulturelle skolesekken ble etablert, har Markedet for Scenekunst fått en nasjonal betydning. Markedet for Scenekunst spiller også en viktig rolle i forhold til Norsk Scenekunstbruk.

Målsettinger

I utgangspunktet kunne Markedet for Scenekunst oppfattes som en festival, men er som sagt først og fremst et *bransjearrangement*. Riktignok er noen av forestillingene åpne for allmennheten, og på hjemmesidene heter det at ”distriktets barn og unge vil som relevant målgruppe være publikum”. Men det primære siktemålet er å skape arena for bransjen. På hjemmesidene til Markedet for Scenekunst omtales tiltaket som ”møteplassen mellom arrangører og scenekunstnere”, og videre:

En nasjonal enestående og uunnværlig arena for presentasjon – kjøp og salg – av profesjonell scenekunst for barn og unge. Vi ønsker å presentere et bredt kvalitativt scenekunsttilbud og etablere en arena for scenekunsthøgskole utvikling.

På hjemmesidene heter det videre at det er en målsetning ”å spre inspirasjon, innsikt og øke kompetansen hos både arrangører og utøvere gjennom seminar, debatter, scenekunsthøgskole rådgivning.”

Markedet for Scenekunst rapporterer om at det er stor interesse blant produsentene for å få delta på Markedet. Det er et faglig/kunstnerisk råd (omtalt i neste kapittel) som står for utvelgelsen. Utvalget vurderer søkerne etter fire kriterier:

- kvaliteten på forestillingene
- mangfold av scenekunstformer og -sjangere
- geografisk spredning av produsentene
- bredde i forestillingenes målgruppeinnretning

For øvrig opererer Markedet for Scenekunst med følgende formelle kriterier til festivaldeltakerne (sitat fra hjemmesidene):

- forestillingen skal være profesjonell og henvende seg til barn og/eller unge
- forestillingen skal være turneaktuell
- forestillingen skal være vist for et publikum (ikke premiere på Markedet for Scenekunst)

Hovedsiktemålet med Markedet for Scenekunst er å bringe produsenter og arrangører i kontakt med hverandre. Festivalen er rettet inn mot

representanter for skoler, biblioteker, kulturhus, teaterinstitusjoner osv. En viktig målgruppe er de lokale og regionale kontaktene for Den kulturelle skolesekken samt fylkesrepresentantene for Norsk Scenekunstbruk.

I forlengelse av hovedsiktemålet om å formidle kvalitetsforestillinger til arrangørene ønsker Markedet for Scenekunst også å bidra til utviklingen av *arrangørkompetansen*. Dette kommer fram på denne måten i budsjettsøknaden for 2003:

I tillegg vil et behov for heving av arrangørekspertisen fremkomme. Denne kompetansen ønsker vi å tilby som et verdifullt supplement til presentasjon av god scenekunst for barn og unge. Gjennom ulike former for seminar, scenekunsthøgskoleinformasjon, inspirasjon og rådgivning til så vel arrangører av scenekunst som til scenekunstgrupper håper vi å være en viktig bidragsyter på å øke bevissthet på kvalitet innen scenekunstens ulike former og uttrykk.

Organisering og nettverk

Markedet for Scenekunst er ikke en selvstendig organisasjon, men en kommunal virksomhet. Virksomheten er underlagt kultur- og kinoseksjonen i Sandefjord kommune. Kommunen har en *prosjektkoordinator* fast knyttet til Markedet for Scenekunst. Vedkommende er for tida kulturkonsulent Marit Maarud, som til daglig er knyttet til Kulturhusavdelingen, hvor hun også skjøtter andre oppgaver i tillegg til arbeidet med Markedet. Også andre ansatte i ulike kommunale avdelinger deltar i arbeidet med Markedet for Scenekunst. Særlig i forbindelse med avviklingen av selve festivalen trekkes mange inn i virksomheten. Dette er folk som til daglig arbeider i ulike avdelinger i Sandefjord kommune. I 2004 var det i alt 22 personer fra kommunen som deltok, blant annet sju personer fra Kultur- og kinoseksjonen, fire fra Kulturhusavdelingen, én fra Oppvekstavdelingen og to fra Administrasjonsavdelingen.

Som kommunal virksomhet er Markedet for Scenekunst tilpasset det kommunale apparatet og alle de tilhørende ressurser, både personer, infrastruktur og lokaler. Dette gir både muligheter og begrensninger. På den ene siden sikrer modellen god lokal forankring og god ressurseffektivitet, på den andre siden gir den begrenset kunstnerisk frihet og begrensede utviklingsmuligheter. Jeg kommer tilbake til det i avslutningskapitlet.

For øvrig er det etablert et *faglig og kunstnerisk råd* (i funksjon fra 1999), som velger ut forestillingene til Markedet og kommer med innspill til arbeidet. Rådet består av representanter for følgende organisasjoner (i tillegg til Sandefjord kommune):

- Danse- og Teatersentrum (interesseorganisasjonen for fri profesjonell scenekunst i Norge)
- Norsk Scenekunstbruk (en landsomfattende formidlingsordning for fri profesjonell scenekunst, administrert av Danse- og Teatersentrum)
- Assitej (den norske grenen av den internasjonale organisasjonen for barne- og ungdomsteater)
- Unima Norge (den norske grenen av den internasjonale figurteaterorganisasjonen)

Rådet møtes to-tre ganger om høsten og tre-fire ganger om våren. I 2004 besto rådet av følgende representanter:

- Ådne Sekkelsten, Danse og teatersentrum / Norsk Scenekunstbruk
- Knut Alfsen, Unima Norge
- Gunnar Horn, Assitej Norge
- Per Albrigtsen, kultur- og kinosjef, Sandefjord kommune
- Hilde B K Glenne, kulturkonsulent, Sandefjord kommune (dav. prosjektkoordinator)

Rådet ser ut til å være satt sammen med tanke på å vedlikeholde nettverket av de viktigste samarbeidspartene. Samtidig er det samlet mye scenekunstnerisk og formidlingsmessig kompetanse i rådet. Rådet er også godt dekkende for sjangerbredden i Markedets tilbud.

Markedet for Scenekunst bruker flere arenaer i Sandefjord til presentasjon av forestillinger under festivaluka. Den viktigste er Verdensteatret, som i egevalueringen omtales som ”en intimarena for konserter og ulike former for scenekunst”. Videre brukes flere lokaler i Hjertnes kulturhus, samt lokaler i rådhuskomplekset. Som vi ser av Tabell 1 i kapitlet ”Virksomhet”

nedenfor, var arrangementene i 2004 spredd over sju ulike arenaer i Sandefjord:

- Verdensteateret
- Hjertnes, Bakscenen
- Hjertnes, Parketten 1
- Hjertnes, Badeparken
- Hjertnes, Gymsal
- Rådhuset, Bystyresalen
- Kunstforeningen

Markedet for Scenekunst inngår i et nettverk eller kretsløp som samler en rekke ulike aktører, hver med sin plass og funksjon i det vi kunne kalle scenekunstens ”næringskjede”. For Markedet for Scenekunst er de viktigste aktørene (a) produsenter av scenekunstforestillinger for barn og unge og (b) arrangører av slike forestillinger: Markedet for Scenekunst er en arena hvor (a) og (b) kan møtes. Arrangørsiden er representert ikke bare ved enkeltarrangører fra hele landet men også ved formidlingsorganisasjoner, dels organisasjoner som bidrar til *arrangørutvikling* og dels organisasjoner som (i likhet med Markedet selv) bidrar til *distribusjon og promotering* av forestillinger.

Norsk Scenekunstbruk er en formidlingsvirksomhet drevet av Danse- og Teatersentrum (de frie sceniske gruppenes interesseorganisasjon).

Scenekunstbruket har påtatt seg flere oppgaver. Dels har Scenekunstbruket bygget opp et system for *distribusjon* av forestillinger fra de frie gruppene rundt til småarrangører i hele landet. Et organisatorisk kontaktledd er her fylkeskommunene. Dels bidrar Scenekunstbruket til *promoteringen* av de forestillingene som distribueres. Endelig bidrar Scenekunstbruket gjennom sitt nettverksarbeid til *kompetanseutvikling* i arrangørleddet. Arrangører over hele landet får være med på nettverkssamlinger hvor det formidles kompetanse innenfor så vel det scenekunstfaglige som det arrangørfaglige, og hvor arrangørene selv trekkes inn arbeidet med å sette sammen det tilbudet som skal distribueres. Scenekunstbruket har interesse av Markedet

for Scenekunst og støtter opp om tiltaket, ikke minst fordi Markedet representerer en arena hvor forestillinger som er eller kan bli aktuelle i Scenekunstbruket, presenteres på scenen.¹

Den kulturelle skolesekken er en nasjonal satsing på kunst og kultur for og med barn og ungdom i hele landet, finansiert ved en andel av spillemidlene. Andelen var i skoleåret 2004–2005 på 120 mill. kroner og ble fordelt med 70 prosent til regionale og lokale tiltak (forvaltet av fylkeskommunene) og 30 prosent til sentrale tiltak. Programmet koordineres av et sekretariatet som er lagt til ABM-utvikling (Statens senter for arkiv, bibliotek og museum). Spillemidlene som formidles gjennom Den kulturelle skolesekken, setter lokale og regionale aktører, både offentlige myndigheter og kulturvirksomheter, finansielt i stand til å bidra til oppbyggingen og tilretteleggingen av et bredt kulturtilbud til barn og ungdom. Mye oppmerksomhet rettes mot spørsmålet om det finnes et stort nok tilfang av produsenter av kvalitetstilbud til disse målgruppene. Den kulturelle skolesekken har interesse av Markedet for Scenekunst fordi man her har en nasjonal arena for presentasjon og distribusjon av kvalitetsforestillinger for barn og ungdom. I forbindelse med Den kulturelle skolesekken er det opprette kommunale og fylkeskommunale kontakter, og disse har interesse av å orientere seg i scenekunstilbudet som presenteres på Markedet for Scenekunst.

Kretsløpet er avhengig av at det finnes scenekunstvirksomheter som er i stand til å *produsere* det tilbudet som skal presenteres, promottes, selges og distribueres rundt i landet. De frie profesjonelle sceniske gruppene spiller her en viktig rolle, ved siden av de faste sceneinstitusjonene. De frie gruppene er i stor grad mobile enheter og produserer forestillinger som kan framføres i mange ulike lokaliteter, og mange av dem er spesialister på scenekunst for/med barn/ungdom. Hovedfinansieringskilden for de frie gruppene er Kulturrådets støtteordning ”Fri scenekunst”, og denne utgjør

¹ Norsk Scenekunstbruk er presentert og drøftet i min evaluering av Danse- og Teatersentrum (Norsk kulturråd 2005).

således en hjørnestein i det virkemiddelapparatet som får kretsløpet til å fungere.²

Markedet for Scenekunst ble i 2001 medlem i interesseorganisasjonen Norske Festivaler.

Virksomhet

Virksomheten i Markedet for Scenekunst er årskontinuerlig, og flere av de ansatte i Sandefjord kommune er involvert i det løpende arbeidet. Det faglige/kunstneriske rådet med jevne mellomrom gjennom hele året. Men selve arrangementet finner som sagt sted i perioden mai–juni og strekker seg over en knapp uke. Festivaldagene inneholder en rekke ulike arrangementer, ikke bare scenekunstforestillinger, men også seminarer, utstillinger osv.

I 2004 ble Markedet for Scenekunst avholdt i dagene 24.–28. mai. Det var 115 søkere som hadde meldt på sine produksjoner, og av disse fikk 38 presentert i alt 41 produksjoner under Markedet. Jeg gjengir programmet fra 2004 i sin helhet:

² Støtteordningen ble evaluert for noen år siden, jf. Nils Asle Bergsgard og Sigrid Røyseng: *Ny støtteordning – gamle skillelinjer. Evaluering av ordningen med tilskudd til fri scenekunst* (Oslo: Norsk kulturråd, 2001). Mange problemstillinger knyttet til de frie sceniske gruppene og deres støtteordning er drøftet i min *Evaluering av Danse- og Teatersentrum* (Oslo: Norsk kulturråd, 2005).

Tabell 1. *Markedet for Scenekunst. Forestillingsprogram 2004. Medlemmer i Danse- og Teatersentrum i fete typer (3. kolonne). Forestillinger som inngår i Norsk Scenekunstbruks repertoar pr. 1.4.05 i fete typer (4. kolonne). Kilde: Festivalkatalogen for 2004.*

MANDAG 24. MAI			
1045	Hjertnes, Gymsal	BBR produksjoner, Øyer	<i>Minner</i>
1125	Rådhuset, Bystyresalen	Teater Grimsborken , Oslo	<i>Bjørnson unplugged</i>
1220	Verdensteateret	Anne Leyman, Göteborg	<i>En Bakberättelse</i>
1400	Hjertnes, Gymsal	Levende Dukker , Oslo	<i>Sko</i>
1445	Rådhuset, Bystyresalen	Transiteatret , Bergen	<i>Trio for 2 skuespillere og spansk gitar</i>
1540	Hjertnes, Bakscenen	Teater NOR , Stamsund	<i>Cirkus Granados</i>
1700	*Verdensteateret	Cirka Teater , Trondheim	<i>Vilmas Vrinsk</i>
TIRSDAG 25. MAI			
0900	Verdensteateret	Figurteateret i Nordland, Stamsund	<i>Kaspara og Kveita</i>
0900	Rådhuset, Bystyresalen	Barske Glæder Produksjoner , Oslo	<i>Prinsessen av Lilleland</i>
1005	Hjertnes, Gymsal	Gorgon Produksjoner Oslo	<i>Gerd og hennes franske kusine</i>
1050	Hjertnes, Bakscenen	Siri og Snelle Produksjoner, Oslo	<i>Siri og Snelle prinsesse show</i>
1145	Kunstforeningen	Nina Borge, Oslo	<i>LydSpor</i>
1240	Verdensteateret	Teater Joker , Bjørnemyr	<i>Hando Kjendo</i>
1425	Hjertnes, Gymsal	Dårekisten Teater , Enebakk	<i>Pronssessen på erten</i>
1505	Hjertnes, Bakscenen	!bang teaterproduksjoner, Oslo	<i>En pike går i land</i>
1505	Rådhuset, Bystyresalen	Temte Production as , Oslo	<i>Kykkelikasse</i>
1700	*Verdensteateret	Turnekompaniet , Tangen	<i>Fyrtøyet</i>
2000	*Verdensteateret	Johns Quijote	<i>Cabaret av&med</i>
ONSDAG 26. MAI			
0900	Verdensteateret	Gruvekompaniet , Århus	<i>De Hellige Tre Narrer</i>
0945	Rådhuset, Bystyresalen	TESTO, Oslo	<i>How High Is Up? Hvor langt er nede?</i>
0945	Hjertnes, Parketten 1	De Utvalgte , Oslo	<i>Bang-Bang Club</i>
1050	Hjertnes, Bakscenen	BOA Scenekunst, Ålesund	<i>Med hjertet på nesa</i>
1140	Hjertnes, Gymsal	Danseteater Dee , Davik	<i>Ik, Ik & Ik – Jeg, Jeg og Meg Selv</i>
1225	Rådhuset, Bystyresalen	Teatergruppen Spillebrikkene , Oslo	<i>Pokertrynet</i>
1415	Hjertnes, Parketten 1	Fortellerfabrikken, Kristiansand	<i>Münchhausen – den løgneren</i>
1415	Verdensteateret	Temte Production as , Oslo	<i>Atopisk på feil sted</i>
1515	Hjertnes, Gymsal	Bing og Bang Produksjoner, Oslo	<i>Bing og Bang Svanesang</i>
1605	Hjertnes, Bakscenen	KarmaConsult / Ellen Johannesen , Oslo	<i>Back to back</i>
1700	*Verdensteateret	Danseteater Dee , Davik	<i>Dubbeldwars – Dobbelt på tvers</i>
2000	*Verdensteateret	Stella Polaris , Stokke	<i>Magisk Aften</i>
TORS DAG 27. MAI			
0900	Verdensteateret	Chimæra , Oslo	<i>Som en film</i>
1015	Rådhuset, Bystyresalen	Les Elephants Roses, Oslo	<i>Rosa Elefanter</i>
1105	Hjertnes, Bakscenen	Tema Teater / Klomadou Teater , Lena	<i>Shaken and Stirred</i>
1230	Kunstforeningen	Katta i Sekken, Tønsberg	<i>Bodies in motion</i>
1405	Verdensteateret	Loop Loop Loop, Kristiansand	<i>Ikke akkurat Tornerose</i>
1455	Hjertnes, Parketten 1	Lars Vik, Porsgrunn	<i>Jug meg en saga, please – et teatralt kåseri</i>
1545	Hjertnes, Bakscenen	Haugen Produksjoner, Tromsø	<i>Søstre</i>
1700	*Verdensteateret	Stella Polaris , Stokke	<i>Vakre Vasilissa</i>
1800	*Fra Verdensteateret	Adam Drago og Tot Langfinger, Oslo	<i>Gateteater</i>
FREDAG 28. MAI			
0900	Hjertnes, Gymsal	Voksnebarn, Oslo	<i>hold me</i>
1000	Rådhuset, Bystyresalen	Teater TOOL, Oslo	<i>Bokseringen, et TiU-program</i>
1145	Hjertnes, Bakscenen	<i>Kitt Johnson X-act</i> , København	<i>Spejlet eller det der ånder i skyggen</i>

I tillegg til de komplette forestillingene innførte Markedet for Scenekunst i 2003 en mulighet for scenekunstprodusentene til å gi såkalte *kortpresentasjoner* av sine forestillinger i foajeen i Hjertnes kulturhus. Hvert år presenteres dessuten et gjestespill fra utlandet, gjerne i samarbeid med andre norske festivaler. I 2004 gjestet således Kitt Johnson X-act (København) Markedet for Scenekunst.

Et raskt overblikk over programmet viser at de 38 scenekunstprodusentene som deltok på Markedet i 2004, i stor grad tilhører målgruppen til Danse- og Teatersentrum, de frie gruppenes interesseorganisasjon. Medlemmer i Danse- og Teatersentrum (pr. våren 2004) er markert med fete typer i tabellen (tredje kolonne). Vi ser at halvparten av de representerte gruppene, 19 av 38, var medlemmer i Danse- og Teatersentrum. (Disse 19 deltakerne utgjorde i sin tur 27 prosent av medlemmene i Danse- og Teatersentrum, som på dette tidspunktet talte 71.)

Mange av gruppene som er representert i Sandefjord, deltar også i Danse- og Teatersentrums formidlingsordning Norsk Scenekunstbruk. Denne formidlingsordningen er åpen for alle, men flertallet av deltakerne er medlemmer i Danse- og Teatersentrum.³ Forestillinger fra 2004-markedet i Sandefjord som for tida (våren 2005) inngår i Scenekunstbrukets repertoar, er markert med fete typer i tabellen ovenfor (fjerde kolonne). Som vi ser, er 16 av de 41 forestillingene (39 prosent) for tida i Scenekunstbrukets repertoar. Det er grunn til å tro at utvelgelsen av forestillinger til Scenekunstbrukets repertoar (som foregår ved hjelp av en særlig oppnevnt referansegruppe) i stor grad er basert på erfaringene fra Markedet for Scenekunst, og at endel forestillinger hentes direkte fra Markedet og inn i Scenekunstbruket. Scenekunstbrukets administrator, Ådne Sekkelsten, sitter som nevnt i Markedets faglige/kunstneriske råd.

Som nevnt er det en målsetning for Markedet for Scenekunst at programmet inneholder scenekunst fra hele landet. Blant utvalgsriteriene legger man

³ Norsk Scenekunstbruk er presentert og drøftet i min evaluering av Danse- og Teatersentrum (Norsk kulturråd 2005).

vekt på ”geografisk spredning av produsentene”. Ser vi på programmet for 2004, finner vi følgende fordeling:

<i>Tabell 2. Markedet for Scenekunst. Forestillingsprogram 2004. Geografisk fordeling av produsentene. Kilde: Festivalprogrammet for 2004.⁴</i>	
Oslo	18
Kristiansand	2
Stamsund	2
Bergen	1
Bjørnemyr	1
Davik	1
Enebakk	1
Göteborg	1
Lena	1
Porsgrunn	1
Stokke	1
Tangen	1
Tromsø	1
Trondheim	1
Tønsberg	1
Øyer	1
Ålesund	1
Århus	1
Ukjent	1
Sum	38

Som vi ser, er 18 av 38 grupper hjemmehørende i Oslo, dvs. 47 prosent. Resten fordeler seg nokså jevnt over landet. Dette er sannsynligvis et godt resultat i forhold til den oppstilte målsetningen om geografisk spredning.⁵

Det er mulig å gjøre seg noen refleksjoner omkring forholdet mellom rekrutteringen til hhv. Markedet for Scenekunst og foreningen Danse- og

⁴ Jeg baserer meg på postadressen som er oppgitt for hver enkelt gruppe i festivalprogrammet.

⁵ Jeg har dessverre ingen opplysninger om den geografiske fordelingen den samlede gruppen av virksomheter innenfor det frie scenekunstheltet i Norge, dvs. opplysninger som kunne vært sammenlignet med den geografiske fordelingen av deltakerne på Markedet for Scenekunst

Teatersentrum. Det kan se ut til at målgruppene er overlappende. Danse- og Teatersentrum organiserer bare en mindre andel av aktørene i det frie feltet. Noen komplett oversikt over aktørene i det frie feltet finnes ikke, men en indikasjon får vi ved å se på tildelingslistene i Kulturrådets støtteordning ”Fri scenekunst”: Mindre enn en tredjedel av mottakerne av tilskudd fra ordningen i 2003 og 2004 var medlemmer i Danse- og Teatersentrum.⁶ Det betyr i sin tur at DTS-medlemmene er overrepresentert ved Markedet for Scenekunst, hvor de i 2004 som sagt utgjorde halvparten.

Dette kan ha flere årsaker. Dels synes mange av medlemmene i Danse- og Teatersentrum å være grupper som produserer scenekunst for nettopp barn og ungdom, som også er målgruppene for Markedet. Dels synes medlemmene i Danse- og Teatersentrum generelt å ha en bedre geografisk spredning enn den samlede gruppen av aktører i det frie scenekunstheltet, og geografisk spredning er likeledes et mål for Markedet.

Ingen av disse trekkene, verken målgruppeinnrettingen eller den geografiske spredningen, er dokumenterte trekk ved DTS-medlemmene – de er snarere basert på et generelt inntrykk mange synes å dele.⁷ Men dersom det generelle inntrykket stemmer, er det også naturlig at DTS-medlemmene er overrepresentert på Markedet for Scenekunst.

En målsetning for Markedet for Scenekunst er også at forestillingstilbudet skal fordele seg over et bredt spekter av scenekunstformer og -sjangere. I festivalkatalogen er det for hver forestilling angitt ”type forestilling”, hvor hver produsent oppgir sin egen foretrukne typebetegnelse. En gjennomgang av forestillingene på 2004-programmet viser at det var nesten like mange typebetegnelser som forestillinger, noe som tør være en indikator på kunstnerisk mangfold; men også om vi ser bort fra den mangfoldige terminologien, er det mulig å konstatere at de viktigste scenekunstformene –

⁶ Jf. drøftingen av Danse- og Teatersentrums målgruppe i min evaluering av foreningen (Kulturrådet 2005), s. 17.

⁷ En nærmere presentasjon av Danse- og Teatersentrums målgruppe finner man i min evaluering av foreningen (Norsk kulturråd 2005).

både tradisjonelt teater, fysisk teater, performanceteater, musikkteater, dans, figurteater, fortellerteater osv. – er nokså likelig representert:

<i>Tabell 3. Markedet for Scenekunst. Forestillingsprogram 2004. Fordeling av forestillingstilbudet etter "type forestilling". Kilde: Festivalprogrammet for 2004.</i>	
Audio-visuelt teater	1
Billedteater	1
Cabaret	1
Dans	4
Dans/performance	1
Dans/teater	1
Familieforestilling	1
Figur-/fortellerteater	1
Figurteater	2
Figurteater og illusjon	1
Fortellerteater	2
Fortellerteater med visuelle krydderier	1
Fysisk teater	1
Gateteater	1
Klassisk teater klovn	1
Klovn / fysisk teater	1
Komedie for barn	1
Monolog	1
Monolog med sang og musikk	1
Musikkteater	1
Sirkus varieté	1
Stedsspesifikk realisme	1
Teater	3
Teater med musikk (rock)	1
Teater og danseforestilling	1
Teater/figurteater	1
Teater/klovning	1
Teater-i-undervisning (TiU)	1
Teatralt kåseri	1
Tradisjonelt skuespilleri og figurteater	1
Tradisjonelt teater	2
Utstilling og forestilling	1
Visuelt hørespill	1
Sum	41

Et ytterligere kriterium er som sagt spredning i forestillingenes innretning mot ulike aldersgrupper. Også her gir gjennomgangen av 2004-forestillingene et overbevisende inntrykk:

<i>Tabell 4. Markedet for Scenekunst. Forestillingsprogram 2004. Fordeling av forestillingstilbudet etter oppgitt "målgruppe". Kilde: Festivalprogrammet for 2004.</i>	
0-9 år	1
0-99 år	1
3-6 år	1
4-10 år	1
4-12 år	1
4-8 år	1
4-9 år	3
5-12 år	2
5-9 år	1
6-10 år	3
6-12 år	3
6-13 år	1
6-16 år	1
6-9 år	4
9-16 år	1
fra 9 år	1
10-14 år	1
fra 10 år	1
12-16 år	1
fra 12 år	3
ungdom	1
fra 15 år	1
fra 16 år	2
10. klasse og 1. klasse vg. skole	1
3. klasse vg. skole	1
ungdom/voksne	1
alle målgrupper	1
ingen målgruppe oppgitt	1
Sum	41

Et viktig kriterium for Markedet for Scenekunst i utvelgelsen av forestillingene er *kvalitet*. Innenfor rammene av denne undersøkelsen har det selvsagt ikke vært mulig å gjøre en nærmere vurdering av kvaliteten på forestillingstilbudet ved Markedet for Scenekunst. Jeg konstaterer imidlertid

at det faglige/kunstneriske rådet har en sammensetning som burde bidra til å sikre kvaliteten. Det faktum at såpass mange av forestillingene også finnes i repertoaret til Norsk Scenekunstbruk, innebærer at mange forestillinger får en dobbelt vurdering. Overlappingen kan imidlertid også være et tegn på at antallet aktører som produserer kvalitetsforestillinger for barn og ungdom, er begrenset i Norge. I den anledning vil jeg sitere følgende hjertesukk fra den siste årsmeldingen til Norsk Scenekunstbruk:

Selv om det frie sceniske feltet kan skilte med en meget god statistikk for 2003, registrerer vi nå en stor slitasje på kunstnerne som turnerer i dette systemet. Det merkes godt at det er for lite produksjonsmidler for den frie profesjonelle scenekunsten, siden det skapes for lite for å dekke etterspørselen spesielt i forhold til den Kulturelle Skolesekken. Vi ser dessverre en tendens at sammenslutninger av hva man kan kalle semi-profesjonelle, som ikke nødvendigvis har scenekunst som sitt levebrød, kommer inn med "hjemmesnekrede" forestillinger som "passer" inn i lærerplanen, men som verken er profesjonelle nok og ikke er kunstnerisk fundert. De frie profesjonelle sceniske gruppene vil tape i denne kampen på pris, siden det å ha et arbeidsgiveransvar og drive profesjonelt, selvfølgelig har en helt annen kostnad.⁸

Arrangørene som besøker Markedet for Scenekunst, kommer fra hele landet. Deltakerantallet i 2004 var 84. Festivalen er rettet inn mot kulturkontaktene ved skolene, representanter for biblioteker, kulturhus, teaterinstitusjoner og andre arrangører av scenekunstforestillinger. Siden Markedet for Scenekunst er blitt en hovedmarkeds plass for scenekunst innenfor Den kulturelle skolesekken, er Skolesekkens kommunekontakter og fylkeskontakter blant deltakerne, i likhet med fylkesrepresentantene for Norsk Scenekunstbruk.

De fleste visningene er forbeholdt de påmeldte deltakerne, men enkelte kveldsforestillinger er åpne for publikum. I 2004 var sju av de 41 forestillingene åpne for publikum (markert med stjerne i Tabell 1 foran).

Markedet for Scenekunst trykker hvert år en festivalkatalog. I tillegg til visningsprogrammet dag for dag inneholder katalogen et eget oppslag for hver enkelt forestilling, med opplysninger om medvirkende (skuespillere, regissører, scenografer, musikere osv.), type forestilling (dans, teater osv.), målgruppe (voksne, barn, aldersgrupper osv.), forestillingens varighet, krav

⁸ Norsk Scenekunstbruk: Årsrapport 2003 (Oslo: 2004).

til spillelokaler og andre tekniske krav, maks antall tilskuere osv. Det gis også opplysninger om prisen på forestillingen. Alt dette skal gi arrangørene mulighet til å vurdere forestillingen i forhold til egne behov og rammer.

Markedet for Scenekunst har også forsøkt å etablere en ordning med *festivalkunstner*, dvs. en kunstner som får presentere sine arbeider i foajeen i Hjertnes kulturhus under festivaluka. Også festivalkunstnerens arbeid er gjerne innrettet mot målgruppene barn og unge. I 2003 var den lokale kunstneren Marie Askerød Runnerstrøm festivalkunstner. I tillegg til at Runnerstrøm var representert med utstilling, kunne publikum få oppleve henne i arbeid i Hjertnes-foajeen. I 2004 var det imidlertid ingen festivalkunstner.

En hovedmålsetning for Markedet for Scenekunst ved 10-årsjubileet er å utvide festivalen til de andre kunstartene, musikk, litteratur og billedkunst. Mer om det under ”vurderinger” nedenfor.

Økonomi

Markedet for Scenekunst blir drevet av Sandefjord kommune som et kommunalt tiltak. Det betyr at regnskapet for virksomheten er en del av kommuneregnskapet. Fra og med 2000 har virksomheten hatt en avsetning på rundt 300 000 kroner pr. år på kommunebudsjettet. Øvrige økonomiske bidragsytere er Vestfold fylke og staten ved Norsk kulturråd.

Fylkeskommunen hadde tidligere ikke noen ordning med faste årlige tilskudd til Markedet for Scenekunst, og tilskuddet ble vurdert fra år til år. Fra 2003 har fylket imidlertid styrket sitt engasjement i Markedet for Scenekunst – dette (ifølge egevalueringen) ”primært for å videreutvikle Markedet for Scenekunst som arena, knyttet til utviklingen av den landsdekkende Kulturelle skolesekken”. Det er således inngått et treårig samarbeid mellom Vestfold fylkeskommune og Sandefjord kommune, en såkalt partnerskapsavtale, som innebærer at fylket bidrar med et tilskudd på 300 000 kroner per år.

Budsjettet for 2003 inneholdt, i tillegg til de 300 000 fra fylket, et statstilskudd på 159 000 kroner fra post 74. I egenevalueringen oppgir Markedet for Scenekunst at den samlede budsjetttrammen for 2003 var på 836 000 kroner. Statstilskuddet over post 74 har hatt følgende utvikling de siste årene:

Tabell 5. Markedet for Scenekunst. Statlig driftstilskudd 2000–2004 (kap. 320, post 74)

2001	150 000
2002	154 000
2003	159 000
2004	164 000
2005	166 000

Markedet for Scenekunst søkte Kulturrådet om et tilskudd på 170 000 kroner til avvikling av arrangementet i 2005. Det tildelte beløpet ble på 166 000 kroner. I budsjettsøknaden opplyses det om at kommunen har gjort en avsetning på 382 000 kroner, og at det samlede budsjettet ligger på rundt en mill. kroner.

Det er bare beskjedne salgsinntekter i forbindelse med arrangementet. Festivalavgiften dekker adgang til alle arrangementene og hotellopphold i ca. fem dager, og beløper seg til tre-fire tusen kroner pr. deltaker. Noen billettinntekter hentes også fra de åpne forestillingene.

Vurdering

Markedet for Scenekunst i Sandefjord er et eksempel på initiativer som gror opp på lokalplanet, ut fra en konkret interesse og et bestemt behov, og som deretter viser seg å ha relevans langt ut over den konteksten det var bestemt for. Markedet for Scenekunst ble startet opp for å dekke et lokalt behov for scenekunstforestillinger for barn og ungdom. Etter hvert så man muligheten for å skape en festival for tilreisende arrangører fra hele landet.

Markedet har i år tiårsjubileum og ser ut til å spille en nasjonal rolle som

markeds plass for scenekunst for barn og ungdom. Gjennom festivalen får scenekunstnerne mulighet til å presentere sine produksjoner for potensielle arrangører, både enkeltstående arrangører og større formidlingsaktører som Norsk Scenekunstbruk og Den kulturelle skolesekken.

Lokale kulturtiltak er avhengig av *lokal forankring*. Denne kan ha to sider, en kulturell og en politisk. På den ene siden kan vi hevde at tiltaket har en lokal forankring dersom det er vokst opp fra et lokalt kulturelt initiativ, nedenfra–opp (i motsetning til kulturtiltak som plantes inn ovenfra–ned, for eksempel gjennom stortingsvedtak). På den andre siden kan vi hevde at tiltaket har lokal forankring dersom lokale myndigheter støtter opp om tiltaket, finansielt og på andre måter.

For staten representerer den lokale forankringen i alminnelighet en sikkerhet ved fordeling av tilskudd. Tiltak med god lokal forankring er omgitt av lokale og regionale støttespillere, både fra kulturlivet og politikken, som bidrar til å utvikle tiltaket, og som er i en posisjon hvor de kan vurdere resultatene fortløpende. Tiltak som lever utelukkende på statsstøtte, risikerer å havne i en mer usikker og isolert posisjon i kulturlivet og politikken på lokalt og regionalt nivå.

Et spesielt trekk ved Markedet for Scenekunst er at den kulturelle og politiske forankringen er sammenfallende. Tiltaket er initiert av en offentlig myndighet (Sandefjord kommune) og drives fortsatt som en kommunal virksomhet, mens det normale er at lokale kulturtiltak er selvstendige enheter, organisert som stiftelser, aksjeselskap, foreninger el. l. Denne nærheten mellom tiltaket og myndighetene gir selvsagt en ekstra sterk lokal forankring, men samtidig setter den en prinsipiell grense for den kunstneriske friheten.

Denne begrensningen har etter min mening ingen praktisk betydning i dagens situasjon, men modellen må vurderes dersom Markedet skal ekspandere og utvikle seg som skissert i egenevalueringen; mer om det nedenfor.

I dagens situasjon representerer modellen etter alt å dømme en effektiv

utnyttelse av offentlige ressurser, ved at kommunens egen organisasjon settes inn i operativt kulturelt arbeid på en tilsynelatende smidig måte: En rekke *ansatte* i ulike avdelinger og seksjoner bidrar med bred kompetanse og innsats i arbeidet med å arrangere Markedet for Scenekunst, og særlig i forbindelse med avviklingen av selve festivalen i mai–juni. Som kommunal virksomhet kan Markedet nyttiggjøre seg den *infrastruktur* og de *tjenester* som finnes i kommunen (regnskap o.l.). Likeledes disponerer kommunene flere velegnede *lokaler* som kan brukes til arrangementene.

I egevalueringen skisserer Markedet for Scenekunst planer for en betydelig utvidelse av festivalens virksomhetsområde. Først og fremst ønsker man å ekspandere til nye kunstområder. Bakgrunnen for dette ønsket er en forventet tilvekst av nye festivaler og markeder for barne- og ungdomskultur i forbindelse med utviklingen av Den kulturelle skolesekken. Denne tilveksten vil gi konkurranse for Markedet for Scenekunst:

Den viktigste utfordringen ligger i at det raskt kan dukke opp tilsvarende marked knyttet til andre kunstuttrykk som musikk, litteratur og lignende, med bakgrunn i behovene som skapes innen Den kulturelle skolesekken. En slik utvikling kan føre til at det etableres marked som også innebefatter den delen av scenekunsten vi i dag dekker. Et offensivt trekk med tanke på en slik utvikling, vil være å bevege seg mot et Marked for Scenekunst med bredere flate, eksempelvis ved å koble inn musikk og litteratur.

Egevalueringen skisserer en utvikling med oppbygging av et tilbud innenfor musikk, litteratur og billedkunst, i tillegg til dagens scenekunsttilbud – med andre ord en utvikling henimot en heldekkende barne- og ungdomskulturfestival:

Fremtidens Markedet for Scenekunst skal være en bred markedsarena for scenekunst, musikkproduksjoner, billedkunst og litteratur rettet mot barn og unge. Markedet for Scenekunst skal slik sett være genreovergripende med utgangspunkt i behovene knyttet til Den kulturelle skolesekken. Forhåpentligvis vil Markedet for Scenekunst spore til økende satsning på kvalitativt gode kulturproduksjoner for gruppen barn/unge.

Musikktilbudet skal utvikles i samarbeid med Rikskonsertene og fylkesmusikkprodusentene i Vestfold, Telemark og Buskerud. Noe av hensikten ser ut til å være å bidra til at noe av musikktilbudet i Den

kulturelle skolesekken produseres i disse fylkene. I egnevalueringen heter det:

I praksis er det i stor grad produksjoner fra noen få østlandskommuner som gjøres nasjonale innenfor Rikskonsert-systemet. Med basis i de tre produsentene i Vestfold, Telemark og Buskerud, er det gjort et utspill overfor Musikkproduksjonsrådet som stiller seg positive til en implementering av musikk som et uttrykk inn i scenekunstabegrepet knyttet til Markedet for Scenekunsts profil, og behovet innefor Den Kulturelle Skolesekken.

Likeledes ønsker man at litteraturen skal inkluderes i programmet. Man vil også satse på billedkunst, og viser i den anledning til et tidligere samarbeid med Riksutstillinger. (Det fremmes dessuten et forslag om at utdelingen av Heddaprisen bør skje i forbindelse med Markedet for Scenekunst.)

I forbindelse med utvidelsen av arbeidsområdet skisseres en ny *organisering* for Markedet. Modellen er ifølge egnevalueringen allerede er drøftet med Vestfold fylkeskommune. Den består av en styringsgruppe og tre underliggende faglige råd for hhv. scenekunst, musikk og litteratur. Styringsgruppen skal ha representanter for de underliggende rådene samt for Sandefjord kommune og Vestfold fylkeskommune. ”Scenekunstrådet” skal ha omtrent samme representasjon som dagens faglige/kunstneriske råd (jf. avsnittet om organisering ovenfor). ”Musikkproduksjonsrådet” skal ha representanter for Rikskonsertene samt Vestfold, Telemark og Buskerud fylkeskommuner. ”Litteraturformidlingsrådet” skal ha representanter for Sandefjord bibliotek, Vestfold fylkeskommune, bokhandlerbransjen og forlagsbransjen. Det skisseres ikke noe eget råd for billedkunst.

Utvidelsen av virksomheten i retning musikk, billedkunst, litteratur osv, ville gjøre Markedet til en komplett barne- og ungdomskulturfestival. Selve ideen om å etablere en slik festival – en nasjonal møteplass for produsenter, arrangører og formidlere av kunst for barn og unge – er etter mitt syn en god ide. For det første er den nasjonale satsingen på kultur for og med barn og ungdom – slik den er nedfelt i Den kulturelle skolesekken – en samlet og integrert satsing som ikke er splittet opp etter kunststartene. I tråd med dette er det nærliggende å tenke seg muligheten av å etablere en felles all-kulturell messe for barne- og ungdomskultur. For det andre vil en nasjonal,

all-kulturell møteplass gi både tilbyderne og etterspørerne mye bedre muligheter for å informere seg, knytte kontakter og inngå avtaler. Blant etterspørerne er det mange enkeltaktører som har i oppgave å sette sammen et tilbud innenfor hele kulturområdet, og disse vil opplagt være tjent med en større, all-kulturell messe. En slik messe vil samtidig gi gode muligheter for arrangører og formidlere til å styrke sin kompetanse. For det tredje vil en nasjonal barnekulturfestival tiltrekke seg mye mer offentlig oppmerksomhet enn Markedet for Scenekunst gjør i dagens situasjon, og dette vil uten tvil bidra til å øke det alminnelige kjennskapet til og kunnskapsnivået om kultur for barn og ungdom. Et mer høyprofilert tiltak vil også bidra til å trekke politikernes oppmerksomhet enda sterkere mot området barne- og ungdomskultur.

Planene som Sandefjord kommune presenterer i egenevalueringen, virker imidlertid svært løse og skissemessige, og gir ikke et godt utgangspunkt for videre tenkning. En utvidelse av det eksisterende Markedet for Scenekunst til å dekke flere kunstområder krever etter mitt syn et grundig utredningsarbeid, som i sin tur kan gi grunnlag for å vurdere både finansielle, organisatoriske og kunstneriske løsninger.

Jeg tror i utgangspunktet at en utvidet festival ville krevd en *selvstendig organisasjon*, løst fra kommunen, dette for å oppnå den tilstrekkelige egentyngde og handlefrihet i en situasjon hvor ikke bare Sandefjord kommune og Vestfold fylkeskommune, men en rekke nasjonale aktører vil være interesserte parter og partnere. Det ville være naturlig at alle disse interessentene, både lokale og sentrale, gikk sammen om å etablere en stiftelse. Stiftelsens styre måtte ha bred kulturkompetanse samt eventuelt representasjon fra stifterne. Styret måtte ansette en kunstnerisk ledelse og utarbeide en strategi for finansiering og organisering.

En slik ny organisasjon ville imidlertid representert et radikalt brudd med den modellen som er utviklet gjennom ti år i Sandefjord. Markedet for Scenekunst har i dag et format som ser ut til å passe innenfor rammene av kommunens husholdning, med økonomiske tilskudd fra fylkeskommunen og staten. Dersom man skulle gått til det skritt å etablere en selvstendig

stiftelse – noen man altså hadde måttet vurdere ved en betydelig utvidelse av virksomheten – ville man ikke lenger kunne dratt fordel av den smidige og ressurseffektive utnyttelsen av eksisterende strukturer og virksomheter innenfor kommuneadministrasjonen.

Det er derfor grunn til å spørre om en utvidelse av virksomheten virkelig er veien å gå for Sandefjord kommune. Styrken i dagens modell ligger uten tvil i det faktum at virksomheten er vel innarbeidet som en *kommunal* virksomhet. Kompetansen som er opparbeidet gjennom ti år, er knyttet til kommunens egne fagfolk og til rutinene som er innarbeidet i kommunens ulike avdelinger. Vi snakker dessuten så langt om en kompetanse som er knyttet til *scenekunsten*, og selv om noen av de eksisterende erfaringer og kunnskaper, samlet gjennom ti år, nok kan overføres til et utvidet arrangement, er det likevel store lærerter å bleke på hvert av de nye kunstområdene.

Dette vurderingsnotatet kan ikke gi noe endelig svar på om det er et tilstrekkelig grunnlag til stede i Sandefjord for å aksle oppgaven med å utvikle Markedet for Scenekunst til en nasjonal barne- og ungdomskulturfestival. Jeg kan bare peke på noen problematiske punkter, og oppfordre kommunen til å gjennomføre et grundig utredningsarbeid dersom man vil gå videre med denne tanken.

Statlige kulturmyndigheter bør på sin side i alle tilfeller avvente et velbegrunnet, helhetlig forslag. Det statlige tilskuddet er i dag knyttet til oppgaven med å skape en markeds plass for scenekunst. En konklusjon i det herværende notatet er at den nåværende organiseringen av Markedet, som kommunal virksomhet, synes hensiktsmessig i forhold til denne oppgaven. Dersom oppgaven utvides eller endres, vil man også måtte vurdere organiseringen. Da må man i sin tur vurdere om man ved å reorganisere virksomheten også står i fare for å berøve Markedet for Scenekunst for noe av særpreget og slagkraften det har i dag.

I mellomtida utgjør Markedet for Scenekunst etter alt å dømme viktig ledd i scenekunstens ”næringskjede”, i kombinasjon med Kulturrådets

støtteordning ”Fri scenekunst” og Danse- og Teatersentrums formidlings- og arrangørutviklingsordning Norsk Scenekunstbruk – alt innenfor rammene av den nasjonale satsingen på barne- og ungdomskultur i Den kulturelle skolesekken. Det er derfor naturlig at staten opprettholder sitt engasjement i Markedet for Scenekunst, og det er likeledes rimelig at tiltaket har en budsjett plassering som gir en viss forutsigelighet og stabilitet, evt. under en post for ”faste tiltak”. En langsiktig engasjement fra statens side må imidlertid kvalitetssikres ved at man om ikke alt for lenge sørger for en grundigere evaluering av Markedet for Scenekunst enn dette notatet kan tilby.

Litteratur og kilder

- Arnestad, Georg; Gladsø, Svein; Langdalen Jørgen: Thalias utpost eller lokalsamfunnets speil. Norsk regionalteaterpolitikk 1970–93, Sogndal: Vestlandsforskning 1995
- Arntzen, Knut Ove: Rom for en situasjonistisk kunst. Evaluering av Rom for kunst-programmet med vekt på noen utvalgte prosjekter, Oslo: Norsk kulturråd 2004 (Kulturrådets rapportserie, 32)
- Aslaksen, Ellen K.: Teater ut til bygd og by? Scenekunstformidling på 90-tallet. To forsøksprosjekter og to tenkemåter, Oslo: Norsk kulturråd 2000 (Kulturrådets rapportserie, 16)
- Bergsgard, Nils Asle; Røyseng, Sigrid: Ny støtteordning – gamle skillelinjer. Evaluering av ordningen med tilskudd til fri scenekunst, Oslo: Norsk kulturråd 2001 (Rapportserien / Norsk kulturråd - utredning; nr 23)
- Danse- og Teatersentrum: Egen evaluering av Danse- og Teatersentrum, Oslo 2004
- Evaluering av Det Åpne Teater. Ved et utvalg bestående av Susan Fazakerley, IdaLou Larsen og Tom Remlov, med sekretær Jørgen Langdalen (Bergen: Fagbokforlaget, 2005)
- Innst. S. nr. 155 (2003–2004) Innstilling til Stortinget fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om kulturpolitikk fram mot 2014

- Langdalen, Jørgen: Evaluering av Danse- og teatersentrum, Oslo: Norsk kulturråd 2005
- Langdalen, Jørgen: Evaluering av Nordic Black Theatre, Oslo: Norsk kulturråd 2005
- Langdalen, Jørgen: Friteater på fast grunn. Evaluering av Grenland Friteater og Porsgrunn Internasjonale Teaterfestival, Oslo: Norsk kulturråd 2005
- Langdalen, Jørgen: Verk på vandring. Evaluering av Kulturrådets støtteordning for gjestespill, Oslo: Norsk kulturråd 2004 (Kulturrådets rapportserie, 34)
- Nasjonal plan for produksjon og formidling av opera og ballett (Kulturdepartementet, 2002)
- Norsk kulturråd: Årsmeldinger 1999-2003
- Norsk Scenekunstbruk: Årsrapport 2003, Oslo 2004
- NOU 2002:8. Etter alle kunstens regler – en utredning om norsk scenekunst (Oslo: Statens forvaltningstjeneste, Informasjonsforvaltningen, 2002)
- Sandefjord kommune: Evaluering av tiltak på post 74. Marked for scenekunst, mai 2004
- Statistisk sentralbyrå: Kulturstatistikk 2003, Oslo/Kongsvinger 2004
- St.meld. nr. 48 (2002–2003) Kulturpolitikk fram mot 2014 (Kultur- og kirke departementet)
- St.meld. nr. 61 (1991–92). Kultur i tiden (Kulturdepartementet)
- St.prp. nr. 1 (2000–2001) for budsjetterminen 2001 (Kulturdepartementet)
- St.prp. nr. 1 (2001–2002) for budsjetterminen 2002 (Kulturdepartementet)
- St.prp. nr. 1 (2002–2003) for budsjetterminen 2003 (Kultur- og kirke departementet)
- St.prp. nr. 1 (2003–2004) for budsjetterminen 2004 (Kultur- og kirke departementet)
- St.prp. nr. 1 (2004–2005) for budsjetterminen 2005 (Kultur- og kirke departementet)