

Kunst als product en kunst als activiteit

HET GROOT BEDRIJF

In augustus heeft in Amsterdam de internationale zomercursus *The Value of Culture* plaats.

Een van de docenten is de Nederlandse econoom Arjo Klamer. Gerrit Six sprak met hem over geld en cultuur.

‘Als je kunst op een puur economische manier analyseert, blijft er weinig van over...

maar uit de aandacht die ze krijgt blijkt dat ze een belangrijke rol speelt.’

Subsidiëring als aristocratie van de smaak

Economen die zich met kunst of cultuur inlaten, we kennen ze onderhand wel. Voor de ene is het al sponsoring en mecenaat wat de klok slaat, voor de andere moet de kunst zichzelf leren bedruipen. Goed vier jaar geleden installeerde de Rotterdamse universiteit een leerstoel in de economie van kunst en cultuur. In zijn inaugurale rede wond professor Arjo Klamer er geen doekjes om: commercialisering verstikt de kunst, die moet voortaan op een hechte achterban kunnen rekenen eerder dan op forse subsidie of sponsoring.

‘Overheidssubsidies die bedoeld zijn om de kunsten te stimuleren en de kwaliteit ervan te verhogen, dreigen constant diezelfde kunsten te verarmen en nieuwe initiatieven te verstikken, het omgekeerde van waar ze voor bedoeld waren. Stilaan gaat het gesubsidieerde systeem op het commerciële lijken, berekening wordt de basis voor de verdeling van het schaarse goed dat kunst is.’

Klamer wijst op het gevaar dat er steeds meer energie in het verwerven van subsidie wordt gestoken, en dat ten koste van het echte creatieve proces. Bovendien, stelt hij, bevrijdt subsidie de kunstenaar van de plicht om duurzaam te communiceren met hen die op zoek zijn naar cultuur als ervaring. ‘Er komt geen blijvende relatie tussen beiden tot stand. Als we willen dat mensen blijvend betrokken zijn bij de kunst, dan moeten we ervoor zorgen dat ze er een bijdrage toe leveren en dat ze er willen in investeren. Overheidssubsidie ontnemt aan beide partijen die betrokkenheid.’

De commercialisering van de kunsten kan volgens Klamer alleen een alternatief zijn voor zoverre kunst waarden produceert die direct verhandelbaar en onmiddellijk betaalbaar zijn:

‘Sponsoring is ook geen alternatief, want het is op zich weer een andere commerciële transactie. Het enige alternatief is dat zij die kunst produceren in veel nauwer contact komen met hen die naar kunst op zoek zijn. Dat kan gebeuren via vriendenkringen, via fundraising en nationale campagnes die expliciet steun werven voor de kunsten. Als de overheid niet langer centen geeft, zullen de cultuurverbruikers zelf moeten tonen wat kunst voor hen werkelijk waard is.’

Sociaal econoom

Zit Arjo Klamer, die nog het beste omschreven kan worden als een sociaal econoom, dan op dezelfde golflengte als professor De Grauwe, die we gemakshalve een liberaal denker kunnen noemen en die al herhaaldelijk heeft laten verstaan dat kunst zichzelf moet kunnen betalen? Wel, het ligt iets subtieler. Klamer oratie stelt meer vragen dan er beantwoord worden. Hij geeft geen pasklare oplossingen, al berust zijn beoordeling van kunst en cultuur op een vrij nuchtere, om niet te zeggen ontvucherende en puur economische analyse van de kunsten. Klamer: ‘Als je kunst op een puur economische manier analyseert, blijft er weinig van over, het stelt weinig voor. We kunnen eventueel de besteding kwantificeren, maar ook dat levert gênante resultaten op. Nederlanders geven bijvoorbeeld meer aan schoenen uit dan aan theaterbezoek.’

Er is in 1985 die befaamde studie geweest in Amsterdam die het economisch effect van cultuur mat. Toen bleek toch dat theater, film, festivals enz. inkomsten genereerden in de horeca en de kleinhandel?

Klamer: ‘Zo klonk dat, maar ik moet u te-

leurstellen. Die studie bleek al gauw op een onjuiste methode te berusten; men heeft daar gewoon aan multiplicatie gedaan: een gulden die aan kunst besteed wordt, zou dan weer een gulden voor de horeca opleveren, men heeft dubbel geteld. Als ik een gulden besteed aan een kunstenaar, dan koopt die daar materiaal mee, etc. De redenering was dat die gulden zich vermenigvuldigde. Dat klinkt aannemelijk maar het klopt niet. De econoom – en dat is altijd vervelend – zegt dat dat maar één kant van het verhaal is. Ik onttrek die gulden namelijk aan het economisch systeem en daardoor krijg je ook een negatief multiplicerend effect. Als ik op een lezing zou vragen dat iedereen mij bij het buitengaan 100 gulden geeft om er de kunst mee vooruit te helpen, dan gaat niemand na afloop nog uit eten en het zou best kunnen dat het *multiplying effect* in de restaurants meer effect sorteert dan in de kunstwereld. Alleen geld dat door buitenlanders binnengebracht wordt, van buiten het eigen economisch systeem, vormt een uitzondering, want dat is invoer. Maar wellicht kan die buitenlander beter tulpen kopen dan kunst als het bijvoorbeeld op werkgelegenheid aankomt. Een goeie econoom ontvuchtert altijd op een schaamteloze manier, haast op het cynische af. Hij kent, zoals Oscar Wilde het stelt, “de prijs van alles, maar de waarde van niets”. Zelfs investeren in plastische kunst rendeert niet, ten minste niet zo goed als andere beleggingen. Aandelen kopen in een gespreid fonds is in ieder geval veiliger dan in een kunstenaar investeren, kunst is te wisselvallig.’

‘Wij verpulveren alles onder onze nuchterheid. Er is in die economische analyse echter iets wat niet klopt. Ook al stelt kunst wei-

nig voor, uit de aandacht die ze krijgt blijkt wat voor een belangrijke rol die kunst speelt. Aandacht is een schaars goed, aandacht trekken, krijgen en vasthouden is toch wat iedereen wil. Gegeven de schaarsheid is het opmerkelijk hoeveel aandacht er naar kunst gaat. Kunst krijgt bijvoorbeeld meer aandacht in de media dan de staalindustrie. Die aandacht weerspiegelt zich niet in het economisch belang, er is blijkbaar een ander belang. Het andere punt is dat kunst en economie elkaar niet goed liggen. In gezelschap van kunstenaars wordt geld al snel als iets vies beschouwd. Terwijl kunst hoe dan ook geld kost. Ook daar klopt iets niet. Kunst is gewoon weerbarstig. De derde vaststelling is dat in de cultuur en ook in de wetenschappen op allerlei manieren geldelijke transacties vermeden worden. Je betaalt niet aan de ingang voor een kerkdienst, de wetenschap laat zich niet direct betalen. Dat brengt ons in de buurt van vriendendiensten, die ook niet meteen verzilverd of afgerekend worden. Er spelen in cultuur waarden die niet direct meetbaar zijn.'

Wederkerigheid

Er is dus iets meer. Klamer ziet kunst en cultuur als drager van waarden die niet meteen in geld uit te drukken zijn, net zoals vriendschappen of professionele relaties in de zakenwereld zich ook niet laten kwantificeren maar gebeuren op basis van wederkerigheid. In de zakenwereld worden transacties gesloten op contract, die hebben een exacte prijs maar er worden ook relaties gelegd die in feite onbetaalbaar zijn. Relaties zorgen voor continuïteit, contracten worden op korte termijn afgehandeld en de partners gaan uit elkaar zonder verdere verplichtingen. Relaties onderhouden in de businesswereld wordt steeds belangrijker en meer en meer naar waarde geschat. En hier blijft de econoom een beetje verward achter: hoe kan hij dat nu precies in de boekhouding inschrijven behalve dan onder de post relatiegeschenken? Klamer stelt hier twee zaken scherp: een commerciële transactie (onmiddellijk betalen b.v.) devalueert goederen waarvan de waarde niet gemeten kan worden. Ten tweede: als directe betaling de waarde devalueert, dan kan er gezocht worden naar een omweg om de kostprijs van het te produceren goed alsnog te financieren.

Klamer: 'Die omwegen kennen wij bijvoorbeeld in de kerk, waar geen entreegeld gevraagd wordt maar een vrijwillige bijdrage, of bij een serviceclub, waar de leden royaal betalen voor een eenvoudige lunch om zo aan fundraising te doen. Wel, in de cultuur gaat het ook zo of zou het nog veel meer het geval moeten zijn. De Metropolitan Opera in New York is

een mooi voorbeeld. Van de 100 miljoen dollar budget worden er 50 ingebracht door de toeschouwers en de sponsors, de overheid subsidieert 7 procent van die 100 miljoen en de 43 resterende procent wordt ingebracht door *patrons*, door individuele donateurs en *corporate donations*. In de States wordt er overigens een onderscheid gemaakt tussen sponsorgeld en donaties. Sponsorgeld is directe betaling, voor wat hoort wat. Het wordt geboekt als promotiekosten. Donatie is een vorm van indirecte betaling. Dat de twee samengaan in cultuur, heeft alles te maken met het bestaan van kunst als product en kunst als activiteit, als drager van waarden. Een schilderij kan gezien worden als een belegging, maar ook als een artistieke ervaring. In het theater is de voorstelling voor een deel een product dat entertaïnt of dat sociale status verschaft aan wie er over mee kan praten. Daar betaalt die graag voor. Maar theater kan evengoed een ondefinieerbare ervaring zijn waarvan de weerslag en het benefit niet te meten zijn. Theaterproducenten die niet op het product willen spelen, maar wel op de ervaring en niet zozeer op entertainment uit zijn, zullen dus andere en allicht indirecte vormen van betalen moeten nastreven.'

Dat cultuur staat voor waarden die niet verzilverbaar zijn en dus vrij weerloos zijn, zou best eens tot een nivellering van die cultuur kunnen leiden. Kramer ziet dat gevaar, maar hij blijft vrij optimistisch. De cultuur, de kunst zal blijven bestaan als plaats waar de conversatie gaande wordt gehouden en belangrijke waarden worden 'verhandeld'. In de zakenwereld stelt hij vast hoe er juist een herwaardering en een nieuwe belangstelling komt voor relaties en de betekenis van waarden en cultuur. Hij heeft aan de George Washington University onderzoek gedaan naar de invloed van kunst en cultuur op economie, de omgekeerde bewerking. Het uitgangspunt was te zoeken naar parallellen tussen kunst en economie. In de States is de Association for Cultural Economics die relatie al geruime tijd aan het bestuderen.

Modernisme

Klamer: 'In de moderne kunst zie je een verglijding van figuratieve kunst, kunst die verhaalt of symboliseert, naar kunst die abstraheert. Die beweging naar het formele die zich ook in de muziek, filosofie en architectuur voordoet, is ook terug te vinden in de economie. Wij noemen dat modernisme. *Economy is bitten by modernist bug*. Tegelijk zie je tegenbewegingen, terug naar het figuratieve in de kunst en het zoeken naar identiteit in de bedrijfs wereld, wat Milan Kundera het verhaal noemt. Dat is een creatieve spanning die deze

tijd typeert. In de economie heb je enerzijds dat doorzetten van het abstraheren, het technologische en de globalisering, anderzijds zie je in bedrijven het besef groeien dat je een identiteit nodig hebt, *corporate culture*. Een beetje bedrijf heeft een verhaal en waarden nodig. We zijn niet alleen zakelijk bezig, we moeten elkaar kunnen vertrouwen. Ook in de politiek wordt er een soort elan van de waarden gelanceerd, er wordt gesproken over een nieuwe politieke cultuur. Dat heeft goede redenen. Het is beter te handelen met mensen met wie je wat deelt aan waarden dan met mensen die cultureel ver van je bed staan. Aan de ene kant heb je dus de gladjes verlopende globale economie en aan de andere kant die hang naar iets wat dat overstijgt. Wat we nu meemaken, is het grote conflict tussen de abstractie en de identiteit.'

Laten we Klamer een verlicht econoom noemen. Wat hij zegt, wordt danig subtiel en opent meer dan een interessant denkpad om de financiering van kunst en cultuur, die toch stilaan deel (dreigen) uit (te) maken van de verzorgingsstaat, te herdenken. Maar hij komt voorlopig geen pasklare oplossingen aandragen. In eerste instantie wil hij op universitair en wetenschappelijk niveau de discussie en het denken levendig houden. Wat zorgt ervoor dat kunst zo'n vehikel van waarden is en wat hebben die waarden te betekenen voor de cultuur in het algemeen? Het kritisch onderzoek biedt geen oplossing, het adviseert de politici niet, maar het kan de problemen wel in een helderder daglicht stellen.

Aristocratie

Klamer: 'Ik probeer de knuppel in het hoenderhok te gooien door te stellen dat er geen goede economische motieven zijn voor het in stand houden van het subsidiebeleid. De subsidiëring is in de jaren zestig van start gegaan en daarvoor was er ook kunst, dus. Ik zeg niet dat de subsidiestop er moet komen, maar laten we wel wezen: subsidiëring is een vorm van aristocratie van de smaak. Vroeger was er een mecenas en dat kwam voor zijn rekening, want die had besloten dat het goed was. Dat was de aristocraat, hij die vindt dat zijn waarden beter zijn dan die van anderen. Dat is nu precies het uitgangspunt van de intellectuele elite waartoe ik hartstochtelijk behoor. Wij geloven dat onze smaak beter is dan die van anderen. Zo is er hier in Nederland een radicale scheiding tussen de lezers van de NRC en de Volkskrant enerzijds en die van De Telegraaf en het Algemeen Dagblad anderzijds. Die eerste groep vindt zich gegarandeerd beter dan de andere: ze denken bewuster na, leven kritischer, ze koesteren ook hoge waarden, etc. En

het is ook deel van onze missie om de Telegraaflezer ervan te overtuigen dat hij toch maar beter de NRC zou lezen. Dat hebben we allemaal heel handig geregeld tot op het politieke vlak toe: Botho Strauss is belangrijk, Shakespeare in een vernieuwde benadering, dat moet. Het kost allemaal handenvol geld, zoveel dat wij het er niet voor kunnen opbrengen, dus vragen we, of eisen we dat een deel van de belastinggelden daar aan besteed wordt. En daarom moeten we ook volhouden dat het heel belangrijk is en overal infiltreren. We brengen dat over, maar als puntje bij paaltje komt en we kijken wie er naar de musea, de opera of het theater gaat, dan blijken dat er ontzettend weinig te zijn, en dat houden we ook zo goed mogelijk verborgen. Als je dan vaststelt dat wie naar *My Fair Lady* of *Phantom of the Opera* gaat het volle pond betaalt, ja wat dan? Kijk, je betaalt hier minimaal 11 gulden voor een theaterticket en als je alle kosten erbij rekent, betaalt de overheid gauw 150 gulden bovenop elk ticket; voor de opera is dat iets in de orde van de 500 gulden. Goed, zeggen wij, het is be-

langrijk, voor het voortzetten van het genre, voor de waarden die ermee overgebracht worden. Dat kunnen we heel mooi zeggen, maar uiteindelijk getuigt het van een soort missiedrang. Wij zijn voorttrekkers. Wij bepalen waar deze wereld voor staat en dat is niet gespeend van een zekere arrogantie. Het is leuk dat het ons lukt, maar ik vind het niet helemaal eerlijk, mooi weer spelen met het geld van anderen. De oude aristocraten waren dan weer wat eerlijker.'

V Ti

VLAAMS THEATER INSTITUUT

SAINCTELETTE SQUARE 19, 1000 BRUSSEL
TEL. +32(0)2 201 09 06 FAX +32(0)2 203 02 05
E-MAIL info@vti.be <http://www.vti.be>



HANDELINGEN

Handelingen is de titel van een reeks publicaties die sinds september 1998 bij het Vlaams Theater Instituut verschijnt. **Handelingen** wil een stevige bijdrage leveren aan een inhoudelijke bezinning over de sociale, economische, politieke én artistieke kwesties die in het theater leven. Op die manier tracht het Vlaams Theater Instituut een hoogstaand debat over cultuurpolitiek én cultuurpraktijk te stimuleren.

Handelingen 1: Van Brecht tot Bernadetje. Wat maakt theater en dramaturgie politiek in onze tijd? Geert Opsomer & Marianne Van Kerkhoven (redactie)
Een verzameling essays, een neerslag van het gelijknamige colloquium op het Theaterfestival 1997, over de erfenis van Bertolt Brecht. Deze bundel bevat theoretische vragen naar de actualiteit van typisch Brechtiaanse concepten (zoals de Gestus), maar plaatst ook kritische kanttekeningen bij een Vlaamse theaterpraktijk die zichzelf, sinds begin jaren '80, graag als 'exemplarisch' ziet.

Handelingen 2: Theater buitengaats. Buitenlands beleid, cultuurbeleid en de internationale praktijk van de podiumkunsten in Vlaanderen. Els Baeten (auteur)
Een uitgebreide studie van de beleidsinstrumenten van de Vlaamse overheid voor de uitstraling van de cultuur in het buitenland. Dit onderzoek vertrekt van een grondige terreinkennis, bij theaters, administraties en kabinetten, toetst vervolgens deze realiteit aan politieke intenties én aan buitenlandse 'modellen' en suggereert ten slotte nieuwe beleidslijnen.