

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-