

Giep Hagoort

is sinds 2000 lector Kunst en economie aan de Hogeschool voor de Kunsten en op 1 maart 2006 benoemd als hoogleraar Kunst en economie aan de nieuwe Faculteit der Kunsten van Universiteit Utrecht. Hij promoveerde in 1998 aan Universiteit Nyenrode op een onderzoek naar interactieve strategievorming in de culturele sector.

tussen profit en not-for-profit valt weg, er ontstaat een geheel nieuwe jeugdcultuur op basis van een extreem kleurrijke culturele diversiteit en we worden geconfronteerd met nomadische *art colonies* die soms in een gigantische omvang (circa 10.000 deelnemers) door de *global village* trekken.

Het opengooien van het debat over het vruchtbaar samengaan van artistieke en commercialiteit paveit de weg naar al deze boeiende ontwikkelingen.

VERKLARING VAN HET MINISTERIE
VOOR DE CREATIEVE INDUSTRIE

'Zojuist heeft de minister voor de Creatieve Industrie haar ontslag aangeboden aan de premier. Als reden voor het ontslag noemde zij de conflicten die zijn ontstaan met de Raad voor Cultuur. De minister vindt dat binnen haar beleid met een groot accent op een vitale creatieve sector geen plaats meer is voor adviesraden die op een traditionele leest zijn geschoeid. Zij acht de Raad voor Cultuur daarbij een toonbeeld van conservatisme. Omdat de Raad het overleg met de minister al maandenlang boycot ziet zij geen kans een oplossing te bereiken. "Ik ga nu wel weg maar het probleem is absoluut niet opgelost", meldde zij op haar weblog. De Raad gaf in een reactie aan dat de minister een wijze beslissing heeft genomen.' (2010)

Lezers die een reactie geven op dit artikel krijgen uit dank een overzicht toegezonden van de literatuur die voor dit essay geraadpleegd is.

giep.hagoort@central.hku.nl

De neuslengte van de markt

Arnold Heertje

De breed gedragen misverstanden omtrent het karakter van de economie raken ook de kunst. Economen die hun eigen vak niet verstaan richten grote schade aan met hun verwarrende berichten over economie, kunst en cultuur. Zij zijn zozeer gevangen door het denkbeeld dat de kern van de economie schuilt in markt-transacties en financiële calculaties, dat ook de essentie van kunst en cultuur aan hun gezichtsveld ontsnapt. Door hun gevangenschap zijn zij ook slechte raadgevers voor politici en ambtenaren, die verantwoordelijkheid voor beleid dragen.

Volgens de inzichten van de warhoofdige economen moet kunst rendement opleveren. Daarmee bedoelen zij dat kunstwerken moeten worden verkocht op een markt. Als er geen vraag is, heeft volgens die gedachtegang ook het ontwikkelen van aanbod geen zin. Zij passen deze uitsluitend monetaire beschouwingwijze ook toe op musea. Wanneer het publiek niet in groten getale in de rij staat kunnen deze instellingen worden opgedoekt. Directeuren van musea, die tegenwoordig eerder beheerders dan kunstzinnige ondernemers zijn, bevorderen deze enge visie op kunst als zij het herstel van een lekkend dak financieren door een belangrijk schilderij van Mondriaan of Van Gogh te verkopen. Een staatssecretaris die monumenten van de monumentenlijst haalt omdat er geen droog brood aan te verdienen valt, geeft blijk van dezelfde kortzichtige visie op cultuur. Kortom, wanneer de voortbrenging van kunst wordt overgelaten aan de werking van de markt, dan verlaat Nederland ook in kunstzinnig opzicht het wereldtoneel.

Het aardige van gedreven en vernieuwende kunstenaars is, dat zij in eerste aanleg de neiging hebben juist niet te voorzien in een behoefte aan kunstwerken die zich laat vertalen in klinkende munt. Zij schilderen om het schilderen, beeldhouwen om het beeldhouwen en maken muziek om de muziek. Zelfs als hun kunstuitingen geen onmiddellijke afzet ontmoeten, gaan zij door met hun artistieke activiteiten. Hun handelen past in het ruime welvaartsbegrip van de economie. Zij voorzien in behoeften, wellicht van toekomstige generaties, en leggen beslag op schaarse middelen. Het ruime welvaartsbegrip kijkt dus verder dan de neuslengte van de markt. In de tijd gaat het ook om kunst uit het verleden en om de betekenis van kunst voor toekomstige generaties. In de ruimte gaat het niet alleen om kunst die op markten wordt verhandeld, maar ook om het bewaren van kunst door publieke instellingen.

Deze inzichten kunnen nog aanzienlijk worden verdiept door een aspect ter sprake te brengen dat volledig aan de aandacht

van de economen is ontsnapt. Daardoor lichten zij het publiek onvolledig voor. Dit aspect heeft betrekking op het unieke, niet-reproduceerbare karakter van kunst. De enige econoom die hier ooit op heeft gewezen, is David Ricardo, die leefde van 1772 tot 1823. Hij is van Portugees-joodse afkomst en is door zijn familiebanden met Amsterdam verbonden. In zijn *Principles* uit 1817 maakte hij het onderscheid in reproduceerbare en niet-reproduceerbare goederen. De meeste, gewone goederen zijn reproduceerbaar. Als ze stuk zijn, maak je nieuwe. Dat is niet het geval met de niet-reproduceerbare goederen. Als de *Nachtwacht* van Rembrandt in vlammen opgaat is definitief een kunstwerk verdwenen, dat zich niet laat reproduceren. In die zin gaat het om een uniek goed. De directeur van een museum die een schilderij opoffert om het lekkende dak te repareren verruult een niet-reproduceerbaar goed voor reproduceerbare activiteiten. Wie hierover nadenkt beseft dat er van een beschamende handelwijze sprake is. De achtergrond van dit gedrag vloeit wederom voort uit wanbegrip omtrent het karakter van de economie. Reproduceerbare goederen, een stoel, tafel of een fiets, kennen een natuurlijke prijs, die wordt bepaald door de reproductiekosten. Deze objectieve oriëntatie ontbreekt in het geval van niet-reproduceerbare goederen. Aan niet-reproduceerbare goederen kan geen prijs worden toegekend, omdat het richtsnoer van de reproductiekosten ontbreekt. In de door accountants en beheerders gedreven besluitvorming inzake natuur en cultuur, vallen de niet-reproduceerbare componenten buiten de calculatie. Ze tellen letterlijk niet mee. Hier wreekt zich de beperking van het economische tot het financiële optimaal.

Tegen deze achtergrond moeten veilingprijzen van kunstwerken die af en toe tot

Econo-
men
die hun
eigen vak
niet
verstaan
richten
grote
schade
aan

Arnold Heertje

is emeritus hoogleraar Economie aan de Universiteit van Amsterdam en publicist

stand komen, worden beschouwd als incidentele, toevallige indicaties voor wat 'een gek met een groot vermogen' bereid is te betalen. Een dergelijke indicatie weerspiegelt niet de betekenis ervan voor toekomstige generaties. Het behouden van niet-reproduceerbare goederen kan dan ook niet aan financieel calculerende marktpartijen worden overgelaten. De institutie van het marktmechanisme is ongeschikt om zorg te dragen voor het doorgeven van cultureel erfgoed aan het nageslacht. Daarom ligt hier een objectieve grond voor centralistisch optreden van de overheid. In dit opzicht is er geen verschil tussen natuur en cultuur.

Onze slotsom luidt dat productie en consumptie van kunst niet aan de commercie kunnen worden overgelaten. Alleen vervalsingen hebben daar een plaats, omdat ze tijdgebonden zijn. Echte kunst verbindt het verleden via het heden met de toekomst. Deze eigenschap overstijgt actuele markttransacties en brengt de kunstuitingen in de sfeer van het niet-reproduceerbare. Daar moeten zij blijven door actief optreden van de overheid.