

Boeken

Gijsbert Kamer

Murphy, G. (2015)
Cowboys and indies: the epic history of the record industry.

Londen: Serpent's Tail.

Prijs: € 23,95.

De popgeschiedenis wordt gemaakt door artiesten in een lijn die loopt van Elvis Presley en The Beatles via Madonna en Prince naar Jay Z en Avicii. Maar je kunt het verhaal, dat al begin vorige eeuw begint met prototypes van de grammofoonspeler, ook vertellen aan de hand van platenbazen en andere entrepreneurs, zoals managers en producers.

Elvis zette met *That's Alright Mama* de geschiedenis naar zijn hand. Maar het was Sam Phillips, platenbaas van het Sun-label in Memphis, die hem uitnodigde die maandagavond in juli 1954 een sessie te komen doen. Phillips voelde aan zijn water dat er grote behoefte was aan een blanke zanger die zwarte rock-'n-roll en rhythm & blues overtuigend naar de mainstream kon brengen.

Zonder Phillips geen Elvis. En zonder George Martin wellicht geen Beatles. Hoe band en producer elkaar vonden is zo'n verhaal dat je wel kent, maar dat door Gareth Murphy in zijn boek *Cowboys and indies: the epic history of the record industry* een andere context krijgt. Ook in het geval van de Fab Four gaat het er de auteur niet om hoe hun carrière van album naar album liep. Hij zoekt vooral uit wie er achter zaten. En dan blijken het sluwe zakeninstinct van manager

Brian Epstein en de volhardende houding van de met een absoluut gehoor gezegende producer George Martin minstens zo bepalend voor Beatlemania als de songschrijftalenten van Lennon & McCartney.

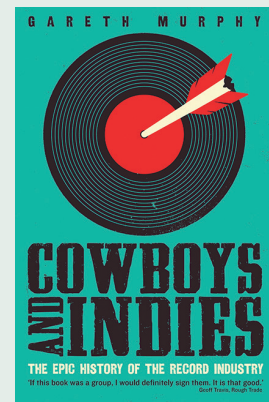
Juiste man

Cowboys and indies neigt meer naar een geschiedenis van de muziek-industrie dan die van de popmuziek. Een geschiedenis die voor een groot gedeelte bepaald wordt door de geluidsdragers. En die zich steeds dreigt te herhalen. De auteur maakt feilloos duidelijk dat crises in de muziekindustrie van alle tijden zijn.

De platen- of cd-verkoop mag dan de laatste jaren zijn ingestort, de terugval is niet vergelijkbaar met de klap die de industrie in de jaren twintig kreeg. De muziekverkoop stortte toen door de komst van de radio volledig in, en daar kwam vervolgens nog een economische recessie overheen. Pas in de jaren veertig, toen de jukebox zijn intrede deed, trok de platenverkoop weer aan.

Op dat moment komen de hoofdrolspelers uit Murphy's vertelling in zicht. Producers, managers, talentenjagers en andere muziek-professionals die vaak de juiste man op de juiste plek waren, maar soms met geniaal inzicht tijd en plaats zelf bepaalden.

In het geval van punk was dat Danny Fields, manager van de Ramones. In Groot-Brittannië kreeg punk in 1977 gestalte met de Sex Pistols en The Clash. Murphy stelt terecht vast dat het allemaal begon op 4 juli 1976, toen de Ramones in



het Londense Roundhouse optraden. De New Yorkse Ramones hadden dankzij Fields al veel publiciteit gegenereerd, maar stelden in eigen land nauwelijks wat voor. In zo'n grote zaal als de Roundhouse hadden ze nog nooit gespeeld. Maar hun eerste plaat had de Britse eilanden bereikt en Fields wist er zo'n hype van te maken dat heel hip Londen 4 juli naar Camden toog, waar ook The Clash en de Sex Pistols waren. Het vervolg is inmiddels muziekgeschiedenis.

Fraaie anekdotes

Precies in dezelfde tijd begon zich nog een nieuwe muziekstroming te roeren: disco. Je kunt de discogeschiedenis op veel manieren vertellen, en Murphy focust op ondernemer/producer Robert Stigwood. Die was al betrokken geweest bij de succesvolle musical *Jesus Christ Superstar*, toen hij een fictieverhaal las van pop-journalist Nick Cohn over een jongen die graag danste. Stigwood zag er wat in, en had met de Bee Gees een band onder zijn hoede die net met dansbare pop een nieuwe richting was ingeslagen. Zo werd de basis van *Saturday Night Fever* gelegd, de film die begin 1977 zonder veel tamtam in première ging.

De juiste film op het juiste moment, want de film werd een enorm succes en disco werd wereldwijd een grote rage. De platenindustrie beleefde in 1978 haar beste jaar ooit, maar stortte door megalomanie (Stigwoods mislukte musicalversie van *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*) en de al snel ingezette backlash tegen de discourage in.

De grote platenmaatschappijen die winkels hadden volgestouwd met, zo bleek, onverkoopbare platen, moesten in 1979 fors bezuinigen. Maar jonge muzikanten en muzikfanaten kwamen er achter dat ze niemand nodig hadden om hun ambities te verwezenlijken. *Do It Yourself* was het nieuwe ethos dat ze van de punk hadden meegekregen. Overal doken kleine, onafhankelijke labels op, de indies uit de boektitel. Kleurrijke types als Geoff Travis (oprichter van platenzaak en -label Rough Trade), Daniel Miller (baas van Mute Records) en Martin Mills, wiens Beggars Group de grootste onafhankelijke speler in Europa is.

Dan zijn we al aan het einde van het boek, dat voorbijgaat aan dance en hiphop, maar meeslepend is en veel fraaie anekdotes bevat. Sommige zijn geplukt uit een standaardwerk als Fredric Dannens *The hit men* (1990), maar Murphy heeft zelf ook interviews gedaan. Dat levert mooie verhalen op, bijvoorbeeld over Madonna, in 1982 zo gebrand op een contract dat ze een ziekenhuis binnendringt om van de van een hartoperatie herstellende platenbaas Seymour Stein de benodigde handtekening los te peuten.

Ineke van Hamersveld

Vinken, H. (2015) *Cultuur in Noord-Brabant: een benchmark.*

Tilburg: bkkc brabant's kenniscentrum kunst en cultuur/Kunstbaalje/Erfgoed Brabant/De Kunst van Brabant. (www.bkkc.nl/BKKC/media/BKKC/Cultuur-in-Noord-Brabant-Een-benchmark.pdf)

Met het doel een degelijk cijfermatig inzicht te verkrijgen over de culturele stand van zaken in de provincie Noord-Brabant zetten vier Brabantse instellingen een bijzondere stap. bkkc (brabants kenniscentrum kunst en cultuur), Kunstbaalje, Erfgoed Brabant en De Kunst van Brabant lieten uitgebreid onderzoek doen, naar voorbeeld van de Cultuurindex Nederland. Daarin worden publiek beschikbare



cijfers uit betrouwbare bronnen vertaald in indicatoren, zoals het aantal poppodia, afgestudeerden aan het hbo-kunstonderwijs, amateur-kunstenaars, voorstellingen en optredens in het buitenland. De indicatoren worden ondergebracht in vier pijlers: Capaciteit, Participatie, Geldstromen en Concurrentie. Capaciteit staat daarbij voor het aanbod: hoeveel is er van alles? Dat varieert van het totaal aantal kunstenaars (makers), instellingen en bedrijven, tot de hoeveelheid zalen, stoelen, doeken, theatervoorstellingen, concerten, tentoonstellingen, films, boektitels, et cetera. Participatie verwijst naar vormen van cultuurparticipatie, actief of passief. Het gaat in deze pijler dus zowel om amateur-kunstbeoefening als om het bezoek aan, bijvoorbeeld, Open Monumentendagen, filmtheaters en festivals, maar ook om de aankopen van boeken of cd's. De pijler Geldstromen laat zien hoeveel overheidsgeld er beschikbaar is voor cultuur, en hoeveel privaat geld, bijvoorbeeld via giften door huishoudens, sponsoring of particuliere fondsen zoals het Prins Bernhard Cultuurfonds en de VandenEnde Foundation. De pijler Concurrentie geeft een *pars pro toto* aan, nationaal en internationaal: wat is het aandeel hbo-kunsvakonderwijs op het totale aanbod van hoger beroepsonderwijs, of wat is het aandeel design uit Nederland ten opzichte van de totale Nederlandse cultuurexport?

Pionierswerk

In Brabant is pionierswerk verricht: de verantwoording over de aanpak toont

hoeveel haken en ogen er aan de opstelling van een regionale index zitten. Zo zijn niet alle landelijke cijfers uit te splitsen naar provincies, en niet alle gewenste gegevens zijn aanwezig of ze zijn eenmalig verzameld voor een onderzoeksrapport, waardoor actualisering op termijn onmogelijk wordt. Op basis van de wel beschikbare cijfers geeft *Cultuur in Noord-Brabant* aan de hand van 100 indicatoren een overzicht van de cultureel sterke en zwakke punten van de provincie. Om die cijfers van een context te voorzien, is, voor zover mogelijk, een vergelijking gemaakt met andere provincies.

Economisch gezien en gemeten naar het aantal inwoners neemt Noord-Brabant van de twaalf provincies de derde plaats in, maar op cultureel vlak de zevende. Onderzoeker Henk Vinken, eerder verantwoordelijk voor de dataverzameling voor de Cultuurindex Nederland, heeft om een zo realistisch mogelijk beeld te schetsen, alle beschikbare cijfers vertaald per hoofd van de bevolking. Het sterkst is de provincie op het terrein van participatie, met name actieve deelname (amateurkunst), en het zwakst op aanbodgebied: er zijn minder theaterzalen, rijksmonumenten, centra voor de kunsten, boekwinkels, bioscopen en filmtheaters per hoofd van de bevolking dan in andere provincies. De pijlers Geldstromen en Concurrentiekracht liggen tussen de vorige twee in. Zo is bij Geldstromen gekeken naar het aantal BIS-instellingen dat in Noord-Brabant is gevestigd (slechts drie, en een gedeeld met Limburg), en de uitgaven van de provincie en gemeenten. Opvallende uitkomst van de pijler Concurrentiekracht is dat het aandeel gehonoreerde Brabantse aanvragen bij landelijke cultuurfondsen laag is, met uitzondering van de aanvragen voor cultuureducatieve projecten; Brabantse makers blijken bovendien weinig zichtbaar in het buitenland, behalve in de dans en popmuziek.

Gemeenschappelijke aanpak

Wat is nu het vervolg? In de eerste plaats biedt de Brabantse benchmark

– een *reality check* – verschillende aanknopingspunten voor het beleid van instellingen, gemeenten en de provincie om te koersen op meer aanbod in en zichtbaarheid van de Brabantse cultuursector. Met de Dutch Design Week, poppodium De Effenaar en het Noord-Brabants Museum heeft de provincie troeven in handen. In de tweede plaats is de benchmark *work in progress*. Er zijn nog witte vlekken, zoals het aantal bibliotheken en bibliotheekcollecties, het aanbod en bereik van festivals, de rol van vrienden en vrijwilligers, de bijdrage van de private sector in de vorm van crowdfunding, en de zichtbaarheid van culturele instellingen en bedrijven op (inter)nationaal niveau. Tot slot is de benchmark een nulmeting, wat zoveel wil zeggen dat het jaar 2013 het ijkpunt is waartegen cijfers in de toekomst kunnen worden afgezet. Om dat te kunnen doen, is het nodig de benchmark te blijven actualiseren. De suggestie die daarvoor in het rapport wordt gedaan, is niet alleen om binnen de provincie samen te werken aan een betere cijferproductie en -vergaring, maar ook om af te stemmen met en aan te haken bij andere monitorings-initiatieven, waaronder de Cultuurindex Nederland. Een zinvolle suggestie, want samenwerking leidt tot een gemeenschappelijke aanpak die onderlinge vergelijkbaarheid op regionaal, nationaal en internationaal niveau mogelijk maakt.

Omdat het belang van stedelijke regio's en provincies toeneemt, en hun onderlinge verschillen groeien, heeft de Boekmanstichting het initiatief genomen om in samenwerking met de Atlas voor gemeenten de mogelijkheden van een regionale cultuurindex te onderzoeken. En zoals de Cultuurindex Nederland gedragen wordt door een groot aantal commerciële en niet-commerciële cijferleveranciers, zal ook een regionale cultuurindex niet zonder de inspanning en steun van een groot aantal personen en instellingen kunnen die hun inzichten en (kern)cijfers delen. De benchmark van de provincie Noord-Brabant zal er ongetwijfeld een van zijn.

Truus Gubbels

Velthuis, O. en S. Baia Curioni (eds.) (2015) *Cosmopolitan canvases: the globalization of markets for contemporary art.*

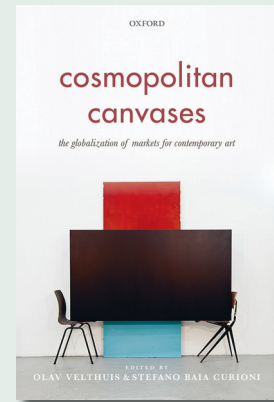
Oxford: Oxford University Press.
Prijs: € 96,99

Deze uitgave brengt belangrijke ontwikkelingen in de internationale beeldende kunstmarkt buiten Europa en de Verenigde Staten, in de afgelopen decennia tot 2012, in kaart. De totale omzet op deze markt is volgens de TEFAF (The European Fine Art Foundation) tussen 1991 en 2012 met bijna 600 procent gegroeid (p. 2).

De auteurs (sociologen, economen, historici, antropologen en financieel en managementdeskundigen) focussen op de stormachtige ontwikkeling van de kunstmarkten in 'buiten-gebieden' van Europa, Azië en Zuid-Amerika. Die multidisciplinaire benadering levert interessante inzichten op, zowel kwantitatief als kwalitatief, in de globalisering en *boom* die vanaf de jaren negentig van de vorige eeuw in eigentijdse kunstmarkten en -beurzen plaatsvonden.

Nieuwe kopers

In China ontwikkelde zich aanvankelijk de tweede grootste kunstmarkt van de wereld. En in landen als Brazilië, Japan, Rusland en India wordt eigentijdse kunst erkend als statussymbool en potentiële investeringsbron, vooral voor de (nieuwe) middenklassen. Slechts enige decennia geleden werd de kunst uit deze gebieden nog geassocieerd met 'primitieve kunst' en gezien als het resultaat van vakmanschap en niet beoordeeld op grond van artistieke kwaliteit. Maar in de regio's waar voorheen nauwelijks beeldende kunst en antiek werden verhandeld, ontstonden nieuwe kopers. Op kunstveilingen in Londen en Hong Kong dreven zij, afkomstig uit bloeiende, niet-westerse economieën, de prijzen op. En ook in de landen zelf ontwikkelden zich markten van enige omvang voor hedendaagse kunst.



Het gevolg was een toename van de complexiteit, *interconnectedness*, stratificatie en differentiatie van de eigentijdse kunstmarkten. De studie van die markten over de hele wereld is nog steeds in ontwikkeling en empirisch onderzoek op dat terrein schaars. De bundel bevat bewerkingen van papers die werden gepresenteerd op de miniconferentie *Globalisation of markets for contemporary art* in het Amsterdam Institute for Social Science Research (AISSR) van de Universiteit van Amsterdam in oktober 2013.

Doel van de samenstellers is een heroriëntatie in het academische debat en de media over kunstmarkten door die markt in hun volle breedte te laten zien en niet uitsluitend op topgaleries, belangrijke beurzen en veilinghuizen in te zoomen. Ook de wijze waarop lokale en globale markten functioneren, als een complex proces met vele gezichten, verdient aandacht. Ten slotte willen de auteurs een bijdrage leveren aan het debat over culturele globalisering. De opkomst van nieuwe kunstmarkten leidt tot nieuwe onderzoeksvragen, bijvoorbeeld naar de motieven van hedendaagse kunstkopers en de kwestie of geografische smaakpatronen een rol spelen.

Nieuwe inzichten

Velthuis en Baia Curioni ontmaskeren in de inleiding een aantal vooronderstellingen. Zij zien de globalisering in de kunstmarkt niet als een recent fenomeen maar stellen dat het een onderdeel is van het proces van de productie, distributie en consumptie van beeldende kunst dat al minstens aan de gang is vanaf de renaissance.

Kunstenaars zijn constant op zoek naar nieuwe bronnen van inspiratie én nieuwe markten om hun werk te verkopen. Ook plaatsen de auteurs vraagtekens bij de opvatting dat de globalisering van de kunstmarkt de economische globalisering in de desbetreffende landen reflecteert. Nieuwe rijkdom mag nodig zijn voor de ontwikkeling van de markt maar is niet voldoende. De behoefte aan een kosmopolitische lifestyle hoort erbij, maar ook investeringsmotieven spelen een rol, alsook de culturele infra-structuren waardoor nieuwe rijkdom richting de kunsten wordt geleid. De globalisering van kunstmarkten wordt gezien als een doelgericht proces waarin de Europese en Amerikaanse kunstmarkten gelden als blauwdrukken – met het galeriemodel als uitgangspunt – die gevolgd worden door de nieuwe markten.

Indrukwekkend zijn de kwantitatieve gegevens, met informatie over aantallen biljonairs wereldwijd, kunstkopers en -verkopers en de uiteenlopende netwerken, kunstenaars, organisaties en instituties betrokken bij kunstkoop en -verkoop. Ook het inzoomen op de gegevens over de markten en ontwikkelingen daarin van de afzonderlijke landen toont kwantitatieve precisie en biedt inzichten die er nog niet op deze manier waren. Bijvoorbeeld uit welke continenten galeries en kunstenaars kwamen die tussen 2005 en 2012 aan Art Basel deelnamen, en over de zichtbaarheid van kunstenaars, afkomstig uit de hele wereld, op basis van de jaarlijkse overzichten *Kunstkompass* en *Art Review Power 100*.

De kunstwerelden in Europa en de Verenigde Staten blijven dominant. Logisch, want de belangrijkste en gevestigde internationale kunstbeurzen, zoals Art Basel en Frieze, waar westerse landen als de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland en Zwitserland dominant aanwezig zijn, vinden er plaats. Maar ook in India, met name Mumbai, blijkt, volgens Olga Kanzaki Sooudi, de contemporaine kunstmarkt sinds twee decennia in ontwikkeling. Interessant is ook de aandacht in de

bijdrage van Mukti Khairé voor de complexiteit van het functioneren van kunstmarkten die werkzaam zijn op internet en die (overigens niet alleen) op Azië zijn gericht, zoals Primary.com, Arthistory.com en Auction.com. En hoewel niet-westerse markten (Japan, India, Brazilië) en Rusland een stijgende lijn vertonen maken ze nog maar een klein deel uit van de internationale markt. China daarentegen stond in de 21ste eeuw in de top, maar de economische crisis aldaar heeft roet in het eten gegooid: vanaf het tweede decennium van de nieuwe eeuw is daar sprake van een forse daling in de omzet van kunst.

Een zeer aanbevelenswaardige uitgave voor kunsthistorici en cultuurwetenschappers die hun blik verder willen laten reiken dan de westers georiënteerde beeldendekunstwereld. •