DE MARKT ALS ONBEGREPEN MOTOR VAN KUNSTCREATIE

– Thibault Viaene –

In tijden van harde besparingen in de Vlaamse cultuursector wordt met scherp op het kapitalisme geschoten. Markt en kunst zouden onverenigbaar zijn, subsidies levensnoodzakelijk. Thibault Viaene gaat op zoek naar het antwoord op de vraag waarom kunstenaars vaak tot de linkerzijde van het politiek-filosofische spectrum behoren en zo'n afkeer voor de markt koesteren.

Cultureel Vlaanderen zit op haar paard. Sinds afgelopen zomer duidelijk werd dat ook de kunstensector niet aan de centrumrechtse besparingsdrift zal ontsnappen, is menig *culturo* (zoals ze vaak ietwat oneerbiedig worden genoemd) in de pen gekropen om de subsidiestromen naar hun sector te rechtvaardigen. Via burgerinitiatieven zoals 'Hart Boven Hard' werd opgeroepen tot verzet tegen de 'neoliberale' besparingslogica en een pleidooi gehouden voor een warme, solidaire samenleving met een bloeiende culturele sector als één van haar hoekstenen.

Gevreesd wordt dat heel wat avant-gardistische, grensverleggende kunst wegens niet-rendabel het kind van de centrumrechtse rekening zal worden. Een meer marktgedreven kunstbeleid – door sommigen als alternatief gezien – werkt in hun ogen een soort *survival of the fittest* in de hand, waarbij enkel de mainstream weet te overleven en culturele vervlakking ons deel zou zijn. Hét ultieme bewijs dat kapitalisme en ware kunst onverenigbaar zijn.

Dergelijk anti-marktdenken is gemeengoed in de culturele sector en legt een jammerlijke contradictie bloot, namelijk de weerzin van de kunstenaar voor een economisch systeem dat hem zijn vrijheid en privileges oplevert. Het kapitalisme is immers een schromelijk onderschatte motor van kunstcreatie.

Kunstwerken als koopwaar?

De afkeer van de artiest voor het kapitalisme is een relatief recent fenomeen. Grootheden zoals Rembrandt, Händel, Beethoven, Shakespeare en vele anderen dweepten met de markt. Ze zagen zichzelf als kunstenaar én ondernemer, hadden personeel in dienst, onderhandelden zelf hun contracten en verkochten werken met een winstmarge. 'Gelooft u mij, mijn doel is om zoveel mogelijk geld te verdienen', aldus Mozart.

De vele lofzangen op de markt ten spijt, medio 19de eeuw nam de aversie ten aanzien van het kapitalisme de bovenhand. Econome Deirdre McCloskey bedacht dit met de term *anti-daddy prejudice*: van thuis uit gefortuneerde kunstenaars en intellectuelen zoals Charles Dickens en John Ruskin die in hun geschriften het kapitalisme op de korrel namen als een soort puberale rebellie tegen hun vaders. Dat juist commerciële activiteiten van hun familie hen het financiële comfort verschaften om hun boeken te schrijven, werd door biografen met de mantel der liefde bedekt. De discussie is honderdvijftig jaar later nog steeds vastgeroest.

De oorzaak ligt voor de hand. De ongekende welvaart en luxe die het kapitalisme ons over de decennia heen bracht, heeft een jammerlijke schaduwzijde, namelijk een soort intellectuele sloomheid en een gebrek aan economisch en historisch bewustzijn. In de gehele besparingsdiscussie wordt immers keer op keer gehamerd op de kennelijk evidente frictie tussen markt en cultuur. Vlaams actrice Maaike Neuville verwoordde het in *De Standaard* als volgt: 'Het mooie aan kunst ligt niet in het feit dat het één of andere bankrekening spijst, maar heeft betrekking op inzicht en vertroosting brengen.' In haar visie is welk marktdenken dan ook daar compleet vreemd aan. Wanneer kunstwerken als koopwaar worden beschouwd, vervalt kunst in consumptie en prevaleert haar economische op haar esthetische waarde. Aldus zouden we voorbijgaan aan de ware finaliteit van kunst, een finaliteit die niet in geld uit te drukken is. Kunst wordt op die manier voorgesteld als een verheven metier dat losstaat van de economische realiteit. Artiesten menen in een soort economisch vacuüm te opereren, wat ze toelaat probleemloos te kunnen inhakken op het kapitalisme.

Het is echter hoog tijd de markt uit de beklaagdenbank te halen. Kunstenaars hebben hun *very existence* aan die o zo verguisde markt te danken, en de redenen zijn *legio.*

De psyche van de kunstenaar

Vooraleer we als buitenstaander aanknopen met een economische analyse van de kunstensector, doen we er goed aan te achterhalen wat de werkelijke drijfveren van de artiest zelf zijn en hoe hij zich daarbij verhoudt tot de markt.

Ondanks Mozart's obsessie voor geld maakt het financiële voor kunstenaars uiteraard niet noodzakelijk de essentie uit. Het is ontzettend moeilijk om de *raison d'être* van de kunstenaar bloot te leggen. Het is een complexe mix van het geldelijke en niet-geldelijke. In de eerste plaats willen ze ons via hun creaties op een originele manier inzicht verschaffen in de wereld om ons heen. Ze hebben een sterke drang om hun verhaal te vertellen en daarbij gehoord te worden. Ze streven evenwel allen – elk op hun eigen manier – winst na. Terwijl de één vrij ontoegankelijke kunst maakt en al lang blij is de kosten te kunnen dekken, brengt de ander *crowd pleasers* voort om geld en roem na te jagen. Beide ambities zijn even legitiem, maar de hamvraag in tijden van besparingen, is of de markt beide soorten kunstenaars kan ondersteunen. In een wereld waarin Stephen King, Ridley Scott en The Rolling Stones perfect naast Cormack McCarthy, Jim Jarmusch en Echo & The Bunnymen kunnen bestaan én rendabel zijn, is het antwoord volmondig ja.

Het cultuurmarxisme als stoorzender

Terwijl het kapitalisme alom geprezen wordt voor haar efficiëntie, ligt het voor velen een stuk moeilijker om ook op cultureel vlak de loftrompet boven te halen. Daar we dagelijks via radio, televisie en internet overspoeld worden met regelrechte rommel, worden massacultuur en lichtzinnig consumentisme nogal snel als typerend voor ons tijdsgewricht afgedaan. Het hoeft bijgevolg niet te verwonderen dat degenen die zich met de meer alternatieve, weinig toegankelijke, kunstvormen bezighouden het sterkst fulmineren tegen de markt in het algemeen en de besparingen in het bijzonder.

Dit komt omdat het cultuurmarxisme, in tegenstelling tot haar economische variant, nog steeds door het hoofd van de westerse intellectueel spookt. Marx meende dat kunst waarden verheerlijkt die de belangen van de heersende klasse dienen. Aldus is de kapitalist gebaat bij zoveel mogelijk hersenloze consumptie, waardoor manipulatieve reclame, seksistische videoclips en oppervlakkige soaps worden vereenzelvigd met het economisch systeem dat ze voortbrengt.

Zoals zo vaak loopt het marxistische argument echter spaak bij de manier waarop dat kapitalisme wordt gedefinieerd. Marxisten trappen als vanouds in de val van het systeemdenken: het kapitalisme wordt beticht van het cultiveren van slechte smaak, terwijl dit in feite louter voortvloeit uit individuele smaken en keuzes die via een waardeneutraal mechanisme (de markt) bediend worden. Het kapitalisme moet bijgevolg afgerekend worden op zijn onderliggende economische logica. Het behelst eenvoudigweg de sociale erkenning van het privaat eigendom, niet meer, en niet minder. Via de markt, die vrijwillige overeenkomsten institutionaliseert, verandert dit eigendom op de economisch meest efficiënte manier voorhanden.

De culturele meerwaardezoeker zou dus eigenlijk blij moeten zijn dat onze economie niet meer middelen dan strikt noodzakelijk besteedt aan commerciële oppervlakkigheden, ze worden immers op de meest efficiënte manier geproduceerd. Mensen die er niets mee te maken willen hebben, worden er zo min mogelijk door gestoord. Dat is net de essentie van een vrije economie. Daar de markt geen *zero sum game* is, blijft er op die manier voldoende ruimte over om te investeren in cultuur die er echt toe doet.

Technologie als motor van culturele vooruitgang

Het alomtegenwoordige cultuurpessimisme ten spijt, de moderne tijd zal ingaan als een tijdperk van buitengewone creativiteit en culturele innovatie. Het kapitalisme kenmerkt zich immers door continue technologische vooruitgang, wat op zijn beurt hand in hand gaat met culturele vooruitgang.

Boekdrukkunst wist literatuur op een spectaculaire schaal te verspreiden, elektriciteit bracht ons rock- en popmuziek en dankzij de IT-revolutie heeft iedereen een persoonlijke muziek-, foto- of filmstudio in de woonkamer. Via *Ableton Live* kunnen muzikanten zonder externe instrumenten een nummer op hun laptop componeren, beginnende filmregisseurs doen beroep op betaalbare spiegelreflexcamera's met cinema-waardige videokwaliteit en digitale fotografie heeft donkere kamers en loodzware apparatuur definitief naar de achtergrond verdreven.

Ook in de zoektocht naar publiek en financiering, zijn artiest en markt bondgenoten. Via *Bandcamp, SoundCloud, Last.fm* en vele andere online muziekapplicaties kunnen zowel Dr. Dre, Simple Minds als etherische lo-fi bandjes uit Nieuw-Zeeland hun muziek aan de man brengen, en daarmee is nog niets gezegd over de financieringsmogelijkheden die de vele crowdfundingplatformen en sociale media bieden. Moderne technologie en internet zorgen er ook voor dat de grote werken van weleer voor

meer mensen en in betere kwaliteit beschikbaar zijn. In het 19de eeuwse Wenen moest je tot aristocratische middens behoren om Schubert aan het werk te zien, thans is hij beschikbaar op *Spotify* en *iTunes* of dropt een Amazon-drone een cd in je achtertuin.

Ook de link tussen cultuur, kapitalisme en medische vooruitgang blijft vaak onderbelicht. Mocht Schubert bijvoorbeeld toegang hebben gehad tot de moderne geneeskunde, zou hij nooit op 31-jarige leeftijd aan een triviale darminfectie overleden zijn. Wie weet welke muzikale exploten hij nog gerealiseerd zou hebben in het tweede deel van zijn leven. Hetzelfde geldt voor de culturele emancipatie van de vrouw. Honderd jaar geleden zouden Sylvia Plath, Harper Lee of Jennifer Eagan nimmer het firmament der Amerikaanse letteren bereikt hebben bij gebreke aan degelijke anticonceptiva en kraamzorg. Tot de komst van het kapitalisme werden vrouwen eeuwenlang geweerd uit de culturele wereld, de markt sloeg de ketens van het patriarchaat aan diggelen.

Selling-out en mainstreamkunst

Het *track record* van het kapitalisme is, ondanks een overheidsbeslag van thans meer dan 50%, ronduit indrukwekkend te noemen. Waar markten vrijgemaakt worden, neemt welvaart spectaculair toe en zijn honger, ontbering en kindersterfte slechts nare herinneringen aan lang vervlogen tijden.

Op cultureel vlak ligt de heilzaamheid van het kapitalisme in het feit dat rijke samenlevingen meer aan kunst spenderen dan arme samenlevingen. Mensen in vrije economieën zijn immers welstellender en beter geschoold, leven langer en hebben meer vrije tijd. Vroeger was cultuur een zaak van de rijke elite, de modale burger had tijd noch geld om aan kunst te besteden. Vandaag ligt het gemiddelde Europees inkomen tienmaal hoger dan een eeuw geleden en genieten we in België en Nederland van een 38-urige werkweek, een historisch ongeziene luxe die cultuurbeleving sterk in de hand werkt.

Dat geldt des te meer voor de culturele aanbodzijde. Vroeger werd volledig ter gratie van kerk, monarch of mecenas aan kunstcreatie gedaan. Men moest als kunstenaar dansen naar de pijpen van één persoon of instituut, liet men een steek vallen was men *fin de carrière.* Thans zijn kunstenaars niet meer afhankelijk van één enkele geldschieter, maar kan ieder van ons via de markt optreden als financierder. Aldus komt een veelvoud van genres, niches en kunstvormen aan de bak en is de kunstensector veel diverser en groter dan vroeger.

Jammer genoeg, en compleet onterecht, worden artiesten die subsidies links laten liggen en hun werk vermarkten vaak als *sell-outs* gebrandmerkt. We maken immers de fout om de markt als een homogeen en onpersoonlijk gegeven te beschouwen met uniforme smaken en voorkeuren. Niets is minder waar. In Vlaanderen en Nederland bestaat ze uit 23 miljoen individuen die veel tijd en geld over hebben voor cultuurbeleving. Om winstgevend te zijn komt het er voor de kunstenaar bijgevolg op aan om een heel klein aantal daarvan te behagen.

Dat laatste vereist niet alleen artistiek talent en ondernemerschap, maar ook bescheidenheid. De artiest moet er zich namelijk van weerhouden zich groter dan het publiek te wanen. Zoals Orson Welles zei is het publiek met haar gecumuleerde kennis en smaken steeds intelligenter dan de individuele artiest die het kunstwerk creëert. Er is werkelijk niets dat het publiek niet kan begrijpen of naar waarde kan schatten. Het is aan de kunstenaar om dat publiek te vinden en het te bekoren met kunstwerken die horizonten verruimen.

Arbeidsspecialisatie plaveit de weg naar nichekunst

Dat de kunstensector thans zowel kwalitatief als kwantitatief in bloei staat, heeft volgens econoom Tyler Cowen een zeer eenvoudige verklaring. Adam Smith schreef reeds in 1776 dat de mate van arbeidsspecialisatie binnen een bepaald marktsegment afhankelijk is van de grootte van die markt. Een grote, brede kunstmarkt brengt lage transactiekosten en meer niches met zich mee. Het is waar dat populaire kunst met het leeuwendeel van de middelen gaat lopen, maar in een marktgedreven kunstensector moeten boeken, films of muziekalbums tegenwoordig geen bestsellers meer zijn om gefinancierd te geraken.

De macht van de grote uitgeverijen, filmstudio's en platenlabels ten spijt, hun alternatieve, gespecialiseerde en niche-gedreven tegenhangers zijn niet meer te tellen, net zo min als het aantal boeken, films en muziekalbums dat in eigen beheer wordt uitgebracht. Voor zo goed als elk genre is er een markt, het is net die doorgedreven arbeidsspecialisatie en gedecentraliseerde financiering die non-conformistische subgenres in het leven heeft geroepen.

Het klinkt als een contradictie, maar het is een waarheid als een koe: hoe meer markt, hoe minder de artiest afhankelijk is van het grote publiek en de mainstream. Charles Baudelaire als literair flâneur door Parijse straten, Roger Raveel als post-expressionistische kunstschilder en Ingmar Bergman als pionier van de suggestieve cinema zijn allen producten van het kapitalisme. Zonder de gedecentraliseerde

werking van de markt was er voor hen geen publiek en bleven ze veroordeeld tot de tredmolen van de mainstream.

Natuurlijk vallen sommigen tussen de mazen van het net en botsen kunstenaars, vooral in het begin van hun carrière, vaak op onbegrip en financiële barrières. De markt is immers niet perfect en volmaakte informatie is een illusie. Het punt is echter dat vrije, welvarende en hoogtechnologische samenlevingen beter in staat zijn talent te ontdekken en te financieren dan hun starre, geplande en etatistische tegenhangers.

Hoge en lage cultuur: een tweespalt?

Je merkt het wel, zet de televisie aan, stap de bioscoop binnen of sla een roddelmagazine open: er is heel wat 'cultuur' in omloop van uitermate bedenkelijke kwaliteit. Melancholie naar het verleden – toen het 'allemaal beter en mooier was' – loert dan steevast om de hoek. Wat echter vergeten wordt, is dat niet alle werken de tand des tijds overleven. Heus niet alle Renaissanceschilderijen waren van even hoge kwaliteit als die van Rafaël, van Eyck en Bruegel, net zo min als alle Elizabethaanse schrijvers over het talent van William Shakespeare en Christopher Marlowe beschikten. Dankzij een soort cultureel Darwinisme zijn werken van minder succesvolle tijdsgenoten al lang in de vergetelheid geraakt, en in het slechtste geval niet eens bewaard gebleven.

Door *cherry-picking* gewijs doorsnee commerciele werken van nu te vergelijken met de meesterwerken van weleer, wordt een compleet verkeerd beeld opgehangen van de moderne cultuur. Het cultureel productieniveau is dankzij het kapitalisme thans een veelvoud van wat het eeuwen geleden was, waardoor er in verhouding nu eenmaal meer werken van mindere kwaliteit zijn, en dan is nog niets gezegd over het feit dat ze dankzij televisie en internet zichtbaarder zijn en beter bewaard worden.

Vaak wordt ook het onderscheid tussen 'hoge' en 'lage' cultuur gebruikt als munitie tegen het kapitalisme. Lage cultuur wordt geassocieerd met het commerciële en de mainstream, terwijl hoge cultuur eerder met niche en sofisticatie in verband wordt gebracht. Het kapitalisme zou vooral lage cultuur in de hand werken en aldus aan de basis liggen van het cultureel verval dat de 21ste eeuw kenmerkt.

Tyler Cowen gaf aan dat dit onderscheid ons een vals beeld voorspiegelt. De moderne tijd telt op zowel kwalitatief als kwantitatief vlak een fenomenale hoeveelheid culturele creaties. In die optiek moeten zowel hoge als lage cultuur als telgen van het kapitalisme beschouwd worden. Het onderscheid tussen beide heeft immers een puur economische verklaring: lage cultuur (een peperdure blockbuster) is kapitaalintensief, hoge cultuur (poëzie) eerder arbeidsintensief. Dat de markt zowel hoge als lage cultuur voortbrengt, illustreert geen verval maar juist culturele diversiteit: zowel mainstream als niche komen aan bod.

Ook valt de scheidslijn tussen beide niet zo zuiver te trekken. Vroeger waren muziek, film, fotografie en schilderkunst zeer kapitaalintensief en moesten ze – om de hoge kosten te kunnen dekken – vooral het grote publiek behagen. Thans zijn kapitaalkosten sterk verminderd en kan de kunstenaar artistieke wegen bewandelen die niet noodzakelijk de mainstream aanspreken. Franz Liszt, Stanley Kubrick en Gustave Flaubert werden in hun tijd als 'populair' aanzien, vandaag beschouwen we ze als pioniers die tot het muzikale, cinematografische en literaire canon behoren. Binnen 100 jaar zal men mogelijk op dezelfde manier kijken naar Daft Punk, Christopher Nolan en J. K. Rowling.

Wat dan met subsidies?

Stel een ondernemer voor het voldongen feit dat hij volgend boekjaar 10% aan budget moet inboeten, en hij zal steigeren. Het is voor de kunstenaar in tijden van besparingen niet anders. Neem daar nog eens bij dat het totale Vlaamse cultuurbudget op jaarbasis 'amper' 500 miljoen euro bedraagt, terwijl de overheid wel miljarden over heeft voor windmolens, Joint Strike Fighters en multinationals. Dan begrijp je hun woede wel.

Juist daarom hoeft de overheid zeker niet van het podium te verdwijnen. Sommige kunstvormen zoals theater en klassieke muziek zijn nu eenmaal niet of amper winstgevend. België heeft een internationale vermaardheid in die sectoren die we moeten koesteren. Zomaar met de botte bijl inhakken op hun budget – zoals in Nederland gebeurde – brengt geen zoden aan de dijk en geeft blijk van populistisch pestgedrag ter rechts-conservatieve zijde. De stereotype linkse kunstenaar is in die kringen – onterecht – een gewilde boksbal. We mogen cultureel erfgoed niet offeren op het altaar van blinde ideologische dogma's en partijpolitieke profilering.

Toch moet de culturele sector dit momentum aangrijpen om een nieuwe richting in te slaan. Kunstenaars afschermen van de markt maakt hen suf, traag en conformistisch. Vaak halen artiesten aan dat subsidies broodnodig zijn om hen het nodige comfort te verlenen zodat ze zich ten volle op de kunst kunnen concentreren. Vele kunstwerken vloeien echter juist voort uit periodes van chaos

en onrust. Liefdesbreuken, overlijden, schizofrene producenten en zeurende geldschieters blijken steevast katalysators te zijn van buitengewone culturele exploten. En het kan zelfs extremer: Ludwig Wittgenstein werkte aan de contouren van zijn *Tractatus Logico-Philosophicus* in de loopgraven van het Russische front en Jan Campert combineerde tijdens de Tweede Wereldoorlog het schrijven van gedichten met zijn activiteiten als verzetsstrijder.

Ook biedt onze moderne economie, in scherp contrast met vroeger, voldoende vrije tijd om aan kunstcreatie te doen. Honderdvijftig jaar geleden was het begrip 'weekend' nog onbestaande. Men werkte zeven dagen per week, soms wel vijftien uur per dag. Een doorsnee baan was hoegenaamd niet combineerbaar met het kunstenaarschap. Thans bieden *nine to five* jobs, deeltijds werk en tijdskrediet artiesten het nodige comfort om hun ware passies na te jagen. Zo was Franz Kafka gedurende zijn hele leven actief als verzekeringsmakelaar en timmerde hij buiten zijn werkuren naarstig aan een literaire carrière. Hetzelfde geldt voor Willem Elsschot (reclameman), Spinvis (postbode), Tuc Tuymans (uitsmijter), Willem Frederik Hermans (fotograaf) en vele anderen. Ook bieden academische posities vaak een uitweg. De faculteiten in het kunstonderwijs en de letteren bestaan vaak uit deeltijds docerende professionals uit de culturele wereld.

Slotsom

Markt en kunst zijn de ultieme bondgenoten in een cultureel succesverhaal dat onze westerse beschaving naar ongekende hoogtes heeft getild. Toch heerst er in culturele kringen omtrent dat liberale vrijemarktprincipe enorm veel begripsverwarring en tieren de clichés welig. Echter, ere wie ere toekomt: de markt creëert zowel aan aanbod- als vraagzijde de nodige welvaart waarop de kunstensector gebouwd is. Vrije, liberale economieën brengen dankzij hun inherent innovatief en efficiënt karakter meer en betere kunst voort. We hoeven van de culturele sector geen odes aan het kapitalisme te verwachten, maar een hernieuwd economisch besef zou welkom zijn.

De weerzin van de kunstenaar voor de markt ligt misschien in het feit dat hij het oordeel van het publiek meer vreest dan dat van een subsidiecommissie. De markt is immers kritischer, heterogener en veel minder voorspelbaar. Juist daar ligt evenwel de grote uitdaging voor artiesten. Een samenleving waarin kennis, smaken en voorkeuren gedecentraliseerd en wijdverspreid zijn, zal te allen tijde meer en betere kunst kunnen ontdekken en financieren dan nauwdenkende, politiek gestuurde overheidsinstellingen. Er is werkelijk niets van kwaliteit waar geen (niche)publiek voor bestaat, de 'kunst' bestaat erin dat publiek te vinden, te overtuigen en te begeesteren. Dat vergt bloed, zweet en tranen, maar dat zijn *trials and tribulations* waarmee elke ondernemer op het lange pad naar succes mee geconfronteerd wordt.

Thibault Viaene is corporate and M&A lawyer bij advocatenkantoor Squire Patton Boggs. Hij studeerde rechten aan de Universiteit Gent en finance aan King's College London. Thibault is oud-voorzitter van het Liberaal Vlaams Studentenverbond te Gent.