

lijking is tussen de economie van het post-industriële tijdperk en de handel van de late Middeleeuwen wordt vergeten; dat het laat-Middeleeuwse *imago Dei*, met gevouwen handen knielend voor de door God geschapen kosmische harmonie, en de twintigste-eeuwse *homo economicus*, het zelfbewuste subject dat zijn eigen genialiteit aanprijst, nauwelijks verwanten van elkaar zijn, wordt niet begrepen.

Politici, religieuzen : ze bedrijven economie tegen wil en dank. Ook de éne filosoof die Huize De Grauwe onderdak geeft, ontkomt niet aan herscholing. Protagoras heeft zonder het te weten een economische waardenleer geformuleerd. Ze luidt als volgt : "*pantôn chrêmatôn metron estin anthrôpos.*"(3) Over deze uitspraak heeft de filosofie nu al 2 500 jaar gediscussieerd. Gewoonlijk wordt ze als volgt vertaald : de mens is de maat van alle dingen. De Grauwe heeft in een handomdraai begrepen waar het om gaat : de mens bepaalt de prijs van alles. "Er bestaat dus geen waarde die losstaat van het oordeel van de mensen die het produkt of de dienst wensen te verkrijgen. Deze economische waardenleer staat in feite dicht bij de filosofie van Protagoras, die zei dat de mens de maat is van alle dingen. In deze visie is er geen plaats voor waarden die buiten de mens tot stand gekomen zijn. De lezer zal zich hier misschien de vraag stellen of het feit dat we waarde gelijkstellen met de bereidheid van de mensen om voor iets te betalen geen al te beperkte visie is ? Kunnen we zomaar besluiten, dat indien de mensen niet bereid zijn voor iets te betalen; het produkt waardeloos is ? Ons antwoord is ja." (p. 19-20)

In afwezigheid van filosofen laat De Grauwe zich een merkwaardig wijsgeerig oordeel ontvallen : "De Nachtwacht in het donker bestaat niet." (p. 25) Vermits dit oordeel de inspiratie voor de titel van het boek vormt en vermits het nauw samenhangt met de interpretatie van Protagoras' aforisme, verdient het enige bedenkingen.

1) Natuurlijk is dit oordeel in zekere zin onwaar. Het is evident dat het schilderij *De Nachtwacht* ook 's nachts, als het donker is en niemand in het Rijksmuseum rondloopt om het te bewonderen, bestaat. Trouwens, wat hebben de verantwoordelijken van het museum gekocht tenzij dit ding van 365 cm. bij 438 cm. ? Waarmee heeft de economie een relatie tenzij met dit ding, deze substantie waarvan De

Grauwe zegt dat ze niet bestaat als ze niet bekeken wordt ?

2) *De Nachtwacht* is de bijnaam voor een schilderij dat eigenlijk het korporaalschap van kapitein Banningh Cock voorstelt. Rembrandt schildert de compagnie op een onbewaakt moment, terwijl de mannen zich opmaken voor een (nachtelijke ?) ronde. Dit verstrooid moment laat het speelse karakter van de schuttersgilde zien. Waar de traditionele schuttersstukken een martiale heroïek opvoeren, doorprijkt Rembrandt deze krijgshaftigheid door de gilde af te beelden op een ongeoorloofd moment : voor de formatie, tijdens de opsmuk.

Daarom is *De Nachtwacht* een hele rake bijnaam : hij treft de allegorische waarheid van het schilderij, van elk schilderij (of kunstwerk). Misschien bestaat elk kunstwerk enkel als wake van de nacht, als hoeder van wat zich aan de officiële bezigheden onttrekt, als bewaker van wat niet in het beperkte circuit van vraag en aanbod kan worden opgenomen, van wat aan de boekhouding van winst en verlies ontsnapt, als rentmeester van wat in het licht van de geschiedenis verloren gaat en in de nacht der tijd verdwijnt. Misschien houdt elk kunstwerk voorzichtig de wacht bij wat zichzelf vergeet en onbewaakt achtergebleven is. Indien dit het geval is, bestaat *De Nachtwacht* vanzelfsprekend wel in het donker.

3) Uiteraard zinspeelt De Grauwe met dit oordeel op een inzicht ontleend aan de receptie-esthetica. Het kunstwerk bestaat slechts als kunstwerk voor zover het erkend wordt : een schilderij heeft nood aan een kijker, een muziekstuk aan een luisteraar, een gedicht aan een lezer, enz.

Tegelijk begeeft De Grauwe zich met dit inzicht op glibberig terrein. Want waar hij als econoom wil werken met producenten en consumenten, daar ondermijnt deze theorie uit de receptie-esthetica het schema van productie en consumptie. Immers, wie produceert het schilderij in een dergelijke optiek : de schilder of de kijker ?

Bovendien blijkt opnieuw hoe eng zijn opvatting is van de noodzakelijke erkenning of waardering. Want betekent erkenning *ipso facto* betaling ? Wordt het schilderij erkend door wie betaalt om het museum te bezichtigen ? Wordt het meer erkend door wie bereid is er meer voor te betalen ? Een dergelijke gedachting mondt uit in een karikatuur van een kafkaesk verhaal, waarbij je de ogen alleen naar pakweg het Leuvense stadhuis mag

opslaan als je ervoor betaalt, en waarbij de student die een kamer wil met uitzicht op het stadhuis zonder ervoor te betalen, moet ervaren hoe zijn ramen dichtgespijkerd worden.

Is het de portemonnee die voor erkenning zorgt ? Wanneer heeft Van Gogh de meeste waardering gekregen, in de veiling toen zijn schilderij voor meer dan 1 miljard frank verhandeld werd, in Amsterdam waar honderdduizenden betaalden om gedurende twee uur zijn meesterwerken te bekijken, of in 1935 toen Martin Heidegger in de eenzaamheid van het Zwarte Woud over de aarde op de boerenschoenen mediteerde ?

Enerzijds heeft het kunstwerk nood aan erkenning. Anderzijds ontsluit het zijn geheim niet voor wie zich het kunstwerk financieel wil toeëigenen, maar enkel voor wie het schroomvol benadert in het besef dat het geheim hem blijvend zal ontgaan. Een weergaloze verwoording van dit vermoeden biedt een essay van Walter Benjamin waarvan de titel niet toevallig tot verzaken aanzet : "*Denn kein Gedicht gilt dem Leser, kein Bild der Beschauer, keine Symphonie der Hörschaft.*" (4) Niet de economie, maar de ethiek van het verzaken vindt de toegang tot wat zich in het kunstwerk verbergt. Het kunstwerk heeft zo zijn reserves waarop de reserves van geen enkele economie, hoe gigantisch ook, vat hebben. De reserves van het kunstwerk blijven onuitputtelijk, niet omdat men er eindeloos kan uit putten, laat staan ze ontginnen of financieel rendabel maken.

Alleen aan wie voeling heeft met de sublimitéit van het kunstwerk en met respect van het kunstwerk afstand doet, is de hoop gegeven een verhouding met dit geheim te vinden. Daarom is een kunstwerk letterlijk onbetaalbaar. Daar is geen prijs voor. Daarom is beleggen in kunstwerken financieel oninteressant, en kan het door econoom De Grauwe niet worden aangeraden. Met het vorige toemaatje beëindigt hij zijn boek : "een schilderij geeft esthetisch genot aan de eigenaar, of gewoon prestige. Dit niet-materiële genot zouden we bij het rendement (de jaarlijkse prijsstijging) moeten optellen om het totale 'rendement' te bekomen. De cijfers wijzen uit dat dit niet-materiële 'rendement' (esthetisch genot en prestige) een belangrijke component is van het totale rendement. Met andere woorden, de koper van een schilderij is bereid een financieel verlies te lijden (in vergelij-