

Wie is er bang van de

In *The New York Times* van februari 2005 zei de cultuurschepen van de Stad Berlijn dat 'cultuur de enige bron van vernieuwing is die deze stad voor de komende vijftig tot honderd jaar heeft'. In datzelfde interview werd aangegeven dat in New York de sector tussen 1993 en 2000 met 52 procent is gegroeid, wat ongeveer 2,5 keer de groei is van de Amerikaanse economie. En al vroeg in de jaren negentig bleek uit het Rapport Delors dat de cultuursector de enige sector was die -sinds de Tweede Wereldoorlog- jaar naar jaar een economische groei te zien gaf. In elke paper over culturele industrie komt die vaststelling terug. Het lijkt er bijna op dat de verdedigers van het cultuurindustriële gedachtegoed met name de notoriteit van de Franse staatsman nodig hebben om het bestaan ervan te legitimeren. Is economische groei dan niet de allerlaatste parameter waaraan cultuur de eigen vooruitgang wil gemeten zien? Duidelijk is dat het debat rondom de culturele industrie zich andermaal afspeelt in dat explosieve spanningsveld tussen cultuur en economie en makkelijk vervalt in dogmatisch en steriel 'voor- en tegendenken'. Dat mondt al heel snel uit in 'principiële stellingnames', waarbij de kunstensector een en ander snel interpreteert als een glad argumentarium om de legitimiteit van subsidies voor de kunsten in vraag te stellen.

Van scheldwoord tot handelsgoed

Bij het onderzoeken van de economische effecten van de kunsten, moet vreemd genoeg hetzelfde argumentarium worden bovengehaald waarvan de theaterwetenschap zich in de tachtiger jaren moest bedienen om zijn eigen positie te verwerven. Met name, dat het wetenschappelijk onderzoek van kunsten niets afdoet aan de waarde van kunst *an sich*, dat die verwetenschappelijking geen degradatie van de kunst of de kunstenaar voor ogen heeft of tot gevolg zal hebben, maar integendeel een wetenschappelijk apparaat wil ontwikkelen om de kunst als studieobject een basis te geven. Men kan zich binnen dezelfde logica afvragen waarom dat ook niet met de economie kan, te meer omdat de culturele industrie in eerste aanleg helemaal geen nieuwe steen des aanstoots hoeft te worden in de verdere *vermarkting* van de Kunsten, maar integendeel als potentiële bondgenoot moet worden gezien. Het kan voor de overheid een belangrijk beleidsinstrument zijn in dat wat de kunst en de kunstenaar zo hard nodig heeft: de ontwikkeling van een krachtig vrijetijdsbeleid met duidelijke economische finaliteit, -zo men wil 'ter rechterzijde' van de Kunsten- zodat die Kunsten een tijdje verlost blijven van al te simplistische redeneringen rondom directe economische relevantie en terugverdieneffecten. We kunnen dan binnen de Kunsten weer terug naar een intellectuele investeringslogica, een denken op wat langere termijn over hoe een kunstenaarsland er pakweg binnen een jaar of tien zou moeten uitzien, hoe we de samenstelling van ons publiek willen zien evolueren en hoe we in het publiek meer zien dan een potentiële inkomstenbron.

De termen 'culturele industrie' en 'cultuurindustrie' duiken voor het eerst op in de jaren veertig bij Theodor Adorno en Max Horkheimer in één van de hoofdstukken van hun *Dialektik der Aufklärung*. Hun

werk was eigenlijk een diatribe tegen het gegeven dat cultuur een gebruiksgoed was geworden, zijn 'hogere status' had verloren, en door zijn reproduceerbaarheid in een industriële 'productielogica' was terechtgekomen. Adorno en Horkheimer, twee uit Nazi-Duitsland naar Amerika gevluchte Joden, zagen in het Amerika van de jaren veertig dat cultuur een handelsgoed was geworden, dat kon worden gekocht en verkocht, en hanteerden de term 'cultuurindustrie' eigenlijk als een scheldwoord. Later gingen Franse sociologen zoals Morin, Huet en Miège de term 'cultuurindustrie' als te monolithisch omschrijven, omdat er verkeerdelijk een gesloten, globaal, geünificeerd systeem mee werd gesuggereerd. Zij lanceerden de term 'culturele industrieën' (*industries culturelles*), waarmee die industrie werd bedoeld waarvan het geproduceerde en te verhandelden goed een 'culturele component' heeft.

'Core' versus 'peripheral' cultural industries

Het is bij die 'breder' culturele industrieën dat de overheid heeft aangehaakt om een beleid rondom 'Culturele Industrie in Vlaanderen' te ontwikkelen. De inspiratie bij de visietekst die hierrond is geproduceerd (http://www.wvc.vlaanderen.be/cultuurbeleid/download/cultuurindustrie_visietekst01022005.pdf) komt in hoofdzaak van de Engelse socioloog David Hesmondhalgh (*The Cultural Industries - 2002*) wiens onderscheid tussen 'core' en 'peripheral' *cultural industries* de scheidslijn vormt tussen de culturele industrieën mét en zónder economische finaliteit. Hesmondhalgh maakt immers een onderscheid tussen 'echte' culturele industrieën (*core cultural industries*), die een hoge graad van reproductie hebben (hij noemt dan onder meer televisie, film, internet en muziekindustrie, en de hele print business), en 'peripheral *cultural industries*', met de podiumkunsten als beste voorbeeld, waarbij de (re)productie zelf een (te) hoge culturele *content* heeft om te kunnen worden gereproduceerd. Het zijn kunstvormen die bij elke presentatie telkens opnieuw ontstaan, worden ge-re-creëerd en daarom ontsnappen aan de wetten van industriële reproduceerbaarheid. Opvallend is dat Hesmondhalgh ook mode en design bij de 'perifere' industrieën rekent, terwijl met name de Vlaamse mode (Van Beirendonck, Demeulemeester, Van Noten, Bikkembergs, ...) eigenlijk toch wel het tegendeel bewijst.

Uit recente literatuur blijkt de cultuurindustrie vooral in de Angelsaksische landen als onderzoeksdomin te floreren. Richard Caves (Harvard University, New York) heeft het in *The Creative Industries* (2002) over het feit dat onderzoek in die industrietak vreemd genoeg een zeldzaamheid blijft, waarbij hij *the creative industries* definieert als *those industries supplying goods and services that we broadly associate with cultural, artistic, or simply entertainment value*. Ook hij merkt op dat *so far economists exploring this area have*