

De Chinese kunstmarkt



Astrid Attema

Merel Brabers

Suzanne Scheifes

Begeleider: Herman Hendriks

Universiteit Utrecht
Het Interdisciplinaire werkstuk (LAS30110-3)

DE CHINESE KUNSTMARKT

Astrid Attema (3229998)

Merel Brabers (3232654)

Suzanne Scheifes (3014150)

Begeleider Liberal arts and Sciences: Dr. Herman Hendriks

Begeleider Kunstgeschiedenis: Prof. dr. Jeroen Stumpel

Begeleider Economie: Dr. Loek Groot

Begeleiders Filosofie: Dr. Karel van der Leeuw en Michiel Leezenberg

29 juni 2011

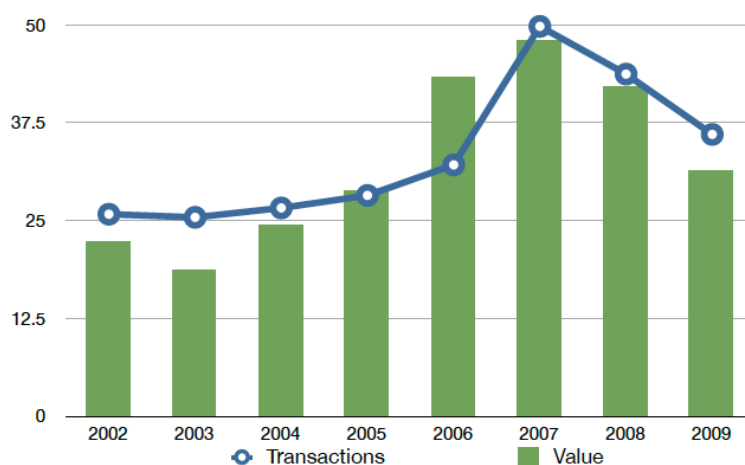
Inhoudsopgave

Hoofdstuk	Paginanummer
Inleiding	3
Kunsthistorische benadering	8
Inleiding	8
Geschiedenis	8
China's opkomst en de interesse in de eigen identiteit	13
De opkomst van China	13
China's interesse in China	16
Conclusie	17
Economische benadering	19
Inleiding	19
Kunst en economie	19
De Chinese economie	22
De Chinese kunstmarkt	27
Conclusie	29
Filosofische benadering	31
Inleiding	31
De geschiedenis	31
Confucianisme	32
Taoïsme	33
Terug naar de klassieke filosofie na het marxisme	34
Kenmerken van de Chinese filosofie	34
Chinese filosofie vs Westerse filosofie	35
Wat heeft de Chinese filosofie het Westen te bieden?	36
De invloed van de Chinese filosofie op de kunst	37
Lijnen	37
Inhoud van de schilderkunst	38
De verandering in China	39
Conclusie	40
Common ground	41
Integratie	45
Bibliografie	47
Lijst van afbeeldingen	52

Inleiding

Economische gebeurtenissen, zoals het knappen van de internetbubbel in de jaren na de laatste millenniumwisseling en recentere crises, hebben gevolgen gehad voor vele markten en sectoren, waaronder de wereldkunstmarkt. Vooral de kredietcrisis heeft de wereldkunstmarkt in negatieve zin beïnvloed. Vanaf 2007, het jaar waarin er sprake was van de kredietcrisis, zijn de waarde en het transactievolume binnen deze sector gedaald. Dit is te zien in grafiek 1, waarin een verloop van de wereldkunstmarkt is uitgebeeld van 2002 tot en met 2009. Hoewel de wereldkunstmarkt in 2009 niet lager is uitgekomen dan de waarde en het niveau van transacties in 2005, is er vooral een diepe dip in waarde te zien ten opzichte van 2007.

Grafiek 1: De wereld kunstmarkt: waarde en transactievolume 2002-2009

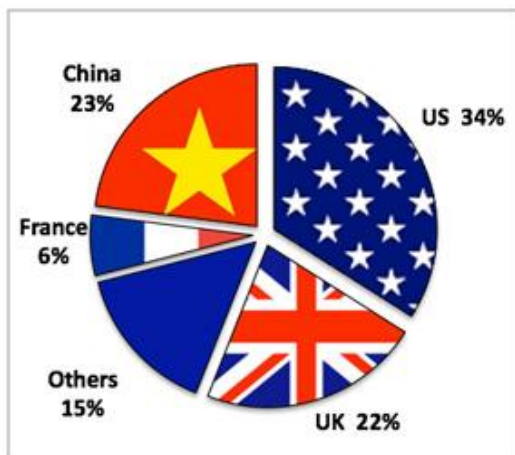


Bron: (Maneker, 2010)

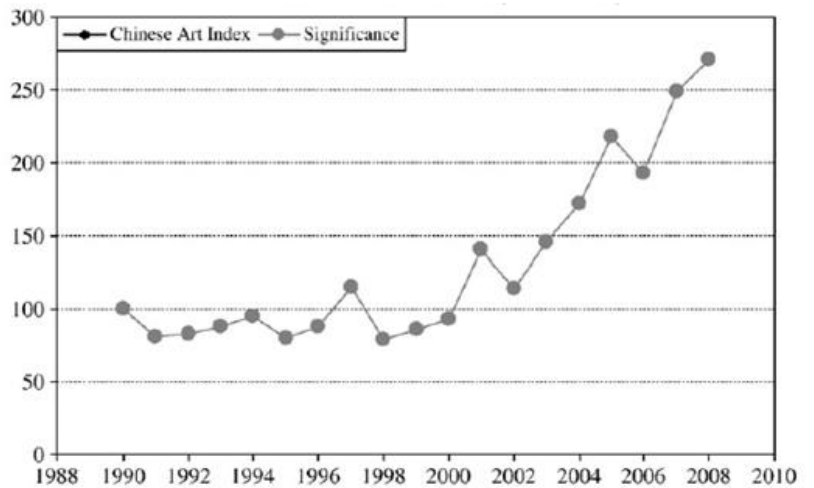
The European Fine Art Fair (TEFAF) doet ieder jaar onderzoek naar de aandelen van landen in de wereldkunstmarkt. Het laatste onderzoek werd in maart 2011 in Maastricht gepresenteerd. De uitkomsten laten zien dat hoewel in 2010 de gevolgen van de crisis van 2007 nog goed te zien waren, de algehele kunstmarkt sinds het dieptepunt van 2009 een groei van 52 procent heeft doorgemaakt (McAndrew, 2011). De verhoudingen tussen het aandeel van verschillende landen is te zien in figuur 1. Hieruit blijkt dat de Verenigde Staten het grootste aandeel hebben met 34 procent. Dit is geen verandering ten opzichte van hoe de verhoudingen waren in 2006, het jaar voor de kredietcrisis, want toen hadden de VS ook het grootste aandeel met 46 procent (McAndrew, 2011). Het land dat de meest opvallende groei heeft doorgemaakt is China. In 2006 bezat het land 5 procent van het aandeel in de wereldkunstmarkt en in 2009 maar liefst 23%. Deze groei heeft ervoor gezorgd dat China nu het één na grootste aandeel in de wereldkunstmarkt heeft en dat het Frankrijk en Engeland in dat opzicht voorbij gegaan is. Uit een ander onderzoek blijkt dat China's kunstmarkt

al een aantal jaar flink groeit. Volgens Artprice heeft de Chinese kunstmarkt tussen 2001 en 2008 zelfs een groei van 780 procent laten zien (Kraeusl en Logher, 2010). Zoals Grafiek 2 aangeeft, laat de Chinese kunstmarkt index slechts een kleine dip zien rond 2006 en groeit hij tussen 2007 en 2009 volop.

Figuur 1: Aandelen van landen in de mondiale kunstmarkt (in waarde) 2011 Grafiek 2: De Chinese kunstmarkt index (1988-2010)



Bron: TEFAF



Bron: Kraeusl en Logher (2010)

Een en ander leidde bij ons tot een aantal vragen. Hoe kan het dat China zo gegroeid is op de wereldkunstmarkt, terwijl de aandelen van andere landen juist lijken af te nemen? En zal deze groei nog lang zo doorgaan? Deze zaken willen wij in deze thesis onderzoeken, en daarom luidt onze onderzoeksvraag als volgt:

Hoe kan de snelle groei van de Chinese kunstmarkt worden verklaard?

Dit gaan wij analyseren vanuit drie verschillende invalshoeken, namelijk: kunstgeschiedenis, economie en filosofie. Deze drie disciplines zijn onmisbaar voor ons onderzoek omdat, zoals we zullen onderbouwen, juist deze drie vakgebieden zich met de grootste invloeden op de Chinese kunstmarkt bezighouden.

De discipline kunstgeschiedenis is onmisbaar omdat het zich bezig kan houden met de tendensen in China en in de Chinese kunst die kunnen verklaren dat China een steeds grotere rol speelt binnen de internationale kunstwereld. Zo kan mogelijk een verklaring worden gevonden voor de snelle groei van de Chinese kunstmarkt. Hierbij moet opgemerkt worden dat het de gehele Chinese kunstmarkt is die groeit waarbij niet één stijl of stroming beter en voor hogere prijzen wordt verkocht dan een andere stijl of stroming. Om deze reden kan de kunstgeschiedenis geen oorzaken voor de snelle

groei van de Chinese kunstmarkt zoeken in de kunst zelf en worden oorzaken gezocht in de context en ontwikkeling van de Chinese kunst.

De economie is van belang omdat het hier om een land en een markt gaat. De kunstmarkt van een land is onderdeel van de nationale economie, waardoor die twee niet los van elkaar te zien zijn. De economie kijkt natuurlijk naar cijfers en grafieken van de economie van een land, maar ook naar theorieën. In het economische deel van deze scriptie zal daarom vooral gekeken worden naar de cijfers van China, zoals het BBP, maar ook naar theorieën over kunst en economie. Deze discipline kan een algemene kijk op de economie van China bieden. Ze kan zichtbaar maken dat het land als economie de afgelopen decennia een enorme groei heeft doorgemaakt, en dit in verband brengen met de groeiende kunstmarkt. Verder laat de economie zien dat investeren in Chinese kunst een mogelijke aanvulling is voor een beursportefeuille met het oog op risicospreiding, wat wellicht de groeiende interesse in Chinese kunst voor een deel verklaart.

De filosofie is in dit onderzoek van groot belang omdat het nodig is te bepalen wat als het ware de achterliggende gedachten zijn van China. De filosofie houdt zich voornamelijk bezig met bronnenonderzoek. Hierbij wordt gezocht naar de belangrijkste en invloedrijkste ideeën van grote denkers. In dit geval wordt er dus gezocht naar de ideeën en argumentaties van grote Chinese denkers die op het China van nu van toepassing zijn. Hoe steekt de Chinese cultuur in elkaar en welke grote denkstromingen hebben daar invloed op gehad? En met name: wat zijn de ideeën van China over kunst? Ook hierin kan mogelijk een verklaring gevonden worden voor de groei van de Chinese kunstmarkt.

Een aantal disciplines die misschien op het eerste gezicht ook relevant lijken, zijn bijvoorbeeld sociologie, psychologie en sociale geografie. Sociologie zou veranderingen in de Chinese samenleving kunnen analyseren om de groei van de Chinese kunstmarkt te verklaren; psychologie zou dezelfde invalshoek kunnen kiezen, maar dan op het niveau van het individu; en sociale geografie zou zich bezig kunnen houden met de locatie en de verplaatsing van kunst. Wij hebben er echter voor gekozen deze disciplines buiten beschouwing te laten. Kunstgeschiedenis is van zichzelf interdisciplinair en kan deze zaken gedeeltelijk voor haar rekening nemen. Daarnaast overlapt filosofie ook voor een groot deel met sociologie. De overige disciplines zijn wellicht interessant voor een gerelateerd onderzoek, maar worden door ons niet behandeld.

De opbouw van deze scriptie is als volgt: de drie disciplines kunstgeschiedenis, economie en filosofie zullen achtereenvolgens hun bevindingen presenteren. Hierna zullen wij enkele aan het licht

gekomen conflicten tussen de verschillende disciplines expliciet maken en zo goed mogelijk trachten op te lossen. Aan de hand van onze bevindingen over de onderlinge verhouding tussen de disciplines wordt vervolgens een common ground gecreëerd. Op basis daarvan wordt de integratie, de conclusie van het interdisciplinaire onderzoek, gepresenteerd. Ten slotte volgt nog een actiehORIZON waarin gekeken zal worden naar de vraag hoe lang China een groei op de internationale kunstmarkt kan volhouden.

Kunsthistorische benadering

Inleiding

De kunstgeschiedenis houdt zich binnen dit onderzoek bezig met de tendensen in China en in de Chinese kunst die kunnen verklaren dat China een steeds grotere rol speelt binnen de internationale kunstwereld. De hoofdvraag van dit hoofdstuk is dan ook dezelfde als die van de hele scriptie: Waardoor kan de snelle groei van de Chinese kunstmarkt worden verklaard?

Er zal worden beargumenteerd dat er twee hoofdoorzaken zijn voor deze ontwikkeling, namelijk dat China als natie in opkomst is en dat Chinezen steeds meer geïnteresseerd zijn in hun eigen identiteit. Om de ontwikkelingen in China en de Chinese kunstwereld in perspectief te plaatsen wordt eerst een kunstgeschiedenis van China behandeld, waarbij de nadruk wordt gelegd op de ontwikkelingen in de periode na de regering van Mao Zedong (1893-1976). Vervolgens zullen de twee hoofdargumentaties worden uiteengezet. Als laatste volgt een conclusie waarin een antwoord op de hoofdvraag wordt geformuleerd.

De geschiedenis

Men weet weinig van het begin van de Chinese kunst, behalve dat de Chinezen al een millennium voor de geboorte van Christus bedreven waren in de kunst van het bronsgieten (Gombrich, 1995). De eerste manifestaties van Chinese schilderkunst zijn niet zo oud en dateren van de derde eeuw na Christus (Chinese art through the ages, 2011). Men schilderde toen vooral landschappen, vogels en bloemen. Vanaf deze periode, die de periode van de Zes Dynastieën (222-589) wordt genoemd, tot de Tang Dynastie (618-907) werden de grondslagen voor de figuratieve schilderkunst gelegd door kunstenaars als Gu Kaizhi (344-406). Hij is de vroegst bekende Chinese kunstschilder en zijn werk is nu nog steeds bekend door geschriften van en over hem. Zijn kunstwerken zijn verloren gegaan, maar men kent sommige van zijn werken tegenwoordig nog steeds door middel van kopieën. Eén van deze kopieën is *Nimf van de rivier de Luo* (12^e of 13^e eeuw, afb. 1).



Afb. 1. Gu Kaizhi, *Nimf van de rivier de Luo*, kopie uit de 12^e of 13^e eeuw, inkt op zijde, 34,2 x 310,9 cm, Freer Gallery, Washington D.C.

Tijdens de Vijf Dynastieën (907-960) werden landschapsschilderingen steeds belangrijker; er waren binnen dit genre variaties gebaseerd op geografische verschillen (Chinese art through the ages, 2011). Tijdens de Song Dynastie (960-1279) werden er nieuwe technieken en gebruiken ontwikkeld die vooral gebaseerd waren op de smaak van heersers. Zo werd er een kunstvorm ontwikkeld die bestond uit een combinatie van schilderkunst, poëzie en kalligrafie. Aan het begin van de 13^e eeuw ontwikkelde zich de traditie om enkele voorwerpen af te beelden, zoals fruit of bloemen. Ook werden er steeds meer verhalende schilderijen gemaakt. In de jaren 1700 en 1800 ontstonden er grote kunstcentra in steden als Shanghai en Yanzhou. Hier woonden rijke mecenasen die kunstenaars financieel aanspoorden kunstwerken te produceren. In de late jaren van de negentiende eeuw en aan het begin van de twintigste eeuw werden Chinese kunstenaars steeds meer blootgesteld aan westerse kunst. Sommige kunstenaars wezen de Chinese schilderkunst af; anderen probeerden het beste van de twee tradities te combineren; en weer anderen bleven in hun werk dicht bij de Chinese tradities. Eén van de schilders die binnen de Chinese traditie bleef was Qi Baishi (1864-1957). Hij is één van de bekendste kunstenaars uit deze tijd en schilderde vooral bloemen en kleine dieren.

Vanaf de machtsovername van communist Mao Zedong (1893-1976) in 1949 kregen kunstenaars een eenzijdige academische training, die de nadruk legde op figuratief realisme (Smith, 2005). Dit betekent dat men herkenbare vormen op een realistische manier moest weergeven. Tijdens hun opleiding werden kunstenaars gedwongen werkende arbeiders en boeren af te beelden, en de kunst mocht maar één boodschap uitdragen: de grootsheid van China. Hiertoe werden ook veel werken gemaakt die Mao verheerlijkten. Dit socialistisch realisme was de enige vorm van kunst die geaccepteerd werd. Een voorbeeld van een socialistisch realistisch werk is *President Mao inspecteert het platteland van Guangdong* (1972, afb. 2) van kunstenaar Chen Yanning (1945-). Op dit werk is te zien hoe Mao over het platteland van Guangdong loopt met vrolijk ogende mensen om zich heen. Chen heeft de afbeelding gemanipuleerd door middel van licht en perspectief, waardoor Mao direct opvalt. Mao is groter dan de andere mensen in het midden afgebeeld, waardoor hij het centrum van de afbeelding is. Daarnaast loopt Mao in lichte kleding in de volle zon, terwijl de rest van de mensen donkere kleding dragen of zich in de schaduw lijken te bevinden. Van dit werk zijn veel posters gemaakt die in het hele land zijn verspreid (Chen Yanning, 2011).



Afb. 2. Chen Yanning, *President Mao inspecteert het platteland van Guangdong*, 1972, olieverf op doek, 173 x 295 cm, Sigg Collectie.

Nina Oeghoede, medewerkster bij Eastlink, een centrum voor experimentele kunst in Shanghai, en schrijfster, stelt dat Mao zelf onbewust de voorwaarden heeft gecreëerd voor het ontstaan van China's moderne en hedendaagse kunst (Oeghoede, 2010). Doordat Mao voorschreef dat kunstenaars alleen socialistisch realistische kunstwerken mochten maken, legde hij een breuk op met de traditionele Chinese kunst. Volgens Oeghoede maakte de heerschappij van Mao een einde aan veel tradities die heel lang kenmerkend waren geweest voor China. Dit maakte het denken van kunstenaars ontvankelijker voor moderne ideeën.

Deze moderne ideeën kregen vorm na Mao's dood in 1976 toen er diverse beleidshervormingen werden geïntroduceerd (Smith, 2005). De belangrijkste waren hervormingen binnen het economisch beleid en een meer open houding tegenover de Verenigde Staten en het Westen. Voor kunstenaars was het een tijd van vrijheid. Zij konden het socialistisch realisme achter zich laten en experimenteren. In deze periode ontstond China's eerste kunstenaarscollectief, de Stars Group (1979). In 1980 werden de eerste hedendaagse tentoonstellingen georganiseerd. Hoewel de Chinese overheid nog steeds controle uitoefende op de kunstwereld, leidde de vrijheid die de kunstenaars ervoeren tot een explosie van experimentele kunst.

Een belangrijke bron van inspiratie voor deze kunst waren publicaties uit westerse landen (Smith, 2005). Allen die een belangrijke rol speelden in de Chinese avant-garde spendeerden veel uren in de bibliotheek. In de vroege jaren '80 was het voor educatieve instituten namelijk geoorloofd om geabonneerd te zijn op internationale tijdschriften en buitenlandse boeken te bestellen. Dit in tegenstelling tot het Mao-tijdperk, toen geen enkel contact tussen China en westerse landen werd getolereerd. Kunstinstituten bestelden kunstcatalogi, monografieën en kunsthistoriën. Deze stonden vol artikelen over nieuwe ambities en creatieve activiteiten waar

Chinese kunstenaars geïnspireerd door raakten. Critici hebben Chinese kunstenaars ervan beschuldigd dat ze in de eerste tien jaar na Mao slechts Westerse kunst imiteerden (Lee, 2007). De kunst die ze produceerden zou geen culturele significantie voor hun eigen volk hebben en de westerse vormtaal klakkeloos overnemen.

De opkomst van de Chinese avant-garde vond onder andere plaats door middel van tijdschriften (Smith, 2005). In 1985 kwam het eerste Chinese kunsttijdschrift in omloop waarin nieuwe ideeën en theorieën worden uiteengezet, trends werden besproken en gebeurtenissen werden aangekondigd. Het tijdschriftenplatform gaf kunstenaars zelfvertrouwen en rond 1985 was er sprake van een kunstbeweging: het aantal tentoonstellingen en kunstenaarscollectieven nam zeer snel toe. Oeghoede analyseert: “Het was een tijd van euforie, zelfvertrouwen en vernieuwingsdrang. Bovendien had men voor het eerst het gevoel, deel uit te maken van een kunstkring [...].” (Oeghoede, 2010).

In de periode tussen 1987 en 1989 kregen kunstenaars steeds meer artistieke vrijheid en werden er naast schilder- en beeldhouwkunst ook installaties en plaatsspecifieke werken geproduceerd (Smith, 2005). Ook kwam de performance art op. In 1987 besloot een groep kunstenaars van de Chinese avant-garde een mogelijkheid te creëren voor het grote publiek om kennis te maken met de nieuwe kunst: zij organiseerden de tentoonstelling China/Avant Garde. Deze tentoonstelling werd geopend op 5 februari 1989 in de Nationale Galerie in Peking. Honderdvijfentachtig kunstenaars uit het hele land toonden hun schilderijen, installaties en performances.

Over het algemeen is de Chinese kunst vanaf 1989 in te delen in twee scholen: politieke popart en performance art (Smith, 2005). Politieke popart komt vooral tot uiting in schilder- en beeldhouwkunst en verwijst naar of bekritiseert politieke ontwikkelingen. Binnen deze school is de betekenis of boodschap belangrijker dan schoonheid. Een bekende vertegenwoordiger van deze school is Wang Guangyi (1957-). Hij maakte onder andere *Nieuw Coca-cola* (2002, afb. 3). Performance art, het uitvoeren van een handeling die de kunstenaar als kunst bedoelt (Arnason & Mansfield, 2010), richt zich minder op politiek en is qua onderwerp dus niet gebonden. Bij een performance is de kunstenaar vaak onderdeel van de handeling of heeft er een sturende hand in. Een belangrijke kunstenaar binnen deze school is Zhang Huan (1965-). In 1997 voerde hij *Het water laten rijzen van een visvijver* (1997, afb. 4) uit, waarbij hij, samen met veertig andere mannen, het waterniveau van een meertje met één meter heeft verhoogd (To raise the Water Level in a Fishpond, 2011). Dit deden zij door gezamenlijk in het water te gaan staan waardoor het water steeg.



Afb. 3. Wang Guangyi, *Nieuw Coca-cola*, 2002, lithografie, 86 x 77 cm, privécollectie.



Afb. 4. Zhang Huan, *Het water laten rijzen van een visvijver*, 1997, performance, Peking.

Na 1989, en vooral vanaf de late jaren '90, is de school van de politieke popart steeds kleiner geworden maar wordt de performance art nog steeds vernieuwd (Chinese art through the ages, 2011). Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat de jongste generatie kunstenaars voor het grootste gedeelte zijn opgegroeid in het post-Mao tijdperk. Zij zijn daardoor minder begaan met de nationale politieke geschiedenis. Dit is te zien binnen hun werken: ze zijn minder bezig met het aan de kaak stellen van politieke kwesties.

De jongste generatie van kunstenaars is zo groot dat het binnen dit onderzoek onmogelijk is om ze allen afzonderlijk te bespreken. Een goede indicatie van wie op dit moment populaire Chinese kunstenaars zijn is de deelnemerslijst van de beeldtentoonstelling Den Haag onder de Hemel (2011). Deze tentoonstelling wordt op dit moment in Den Haag gehouden; kunstenaars die eraan deelnemen zijn onder andere Liu Wei (1972-), Liu Jianhua (1962-) en Yue Minjun (1962-). Een beeldhouwwerk van Yue dat tentoongesteld wordt is *Flexibele Latitude* (2010, afb. 5). Dit is een enorme afbeelding van de kunstenaar zelf in de klassieke koutou-houding (Kunstenaars: Yue Minjun, 2011). Deze houding is het hoogste teken van respect en onderwerping voor superieuren; men moet hierbij zo diep mogelijk knielen en buigen, zodat het hoofd de grond raakt.



Afb. 5. Yue Minjun, *Flexibele latitude*, 2010, roestvrij staal, 4,25 x 7,8 x 4,3 m, Peking.

China's opkomst en de interesse in de eigen identiteit

Voorafgaand aan de argumentatie moeten een aantal zaken duidelijk worden gemaakt. Ten eerste is het belangrijk te weten dat zowel moderne en hedendaagse Chinese kunstwerken als oudere Chinese kunstwerken steeds vaker en voor hogere prijzen verkocht worden. Daarnaast is het niet zo, zoals in de inleiding van dit onderzoek al is opgemerkt, dat er één kunststijl of -stroming meer en voor hogere bedragen wordt verkocht dan andere kunststijlen of -stromingen (Ho, 2010). Redenen voor de toename in de verkoop van Chinese kunst en voor de prijsstijging van Chinese kunst kunnen dus niet worden gevonden in specifieke eigenschappen en kenmerken van die stromingen zelf. Ten tweede is het idee dat het vooral westerlingen zijn die kunst, en dus ook Chinese kunst, kopen, onjuist; het zijn zowel niet-Chinezen als Chinezen die Chinese kunst aanschaffen (Ho, 2010). Bij lezing van het onderstaande moet met beide punten rekening worden gehouden.

De opkomst van China

China is in opkomst. Dit is onder andere te merken aan de ontwikkeling van het Bruto Nationaal Product (BNP) van China. In 2010 bedroeg het BNP van China 5,8 biljoen dollar, waarmee het land Japan inhaalde (Veldkamp, 2011). Met een zo hoog BNP was China bovendien, na de Verenigde Staten, de op één na grootste economie ter wereld. De Chinese economie is de afgelopen kwart eeuw bijna tien procent gegroeid. De Nederlandse historicus Maarten van Rossem durft zelfs te stellen dat de opkomst van China de geschiedenis in zal gaan als de belangrijkste gebeurtenis van het afgelopen decennium (Historicus duidt het decennium: Maarten van Rossem vindt opkomst China historisch, 2009).

De opkomst van China heeft binnen de kunstwereld meerdere gevolgen. Ten eerste heeft hij ervoor gezorgd dat andere landen meer geïnteresseerd zijn geraakt in China en daarmee in de Chinese kunst. Ten tweede hebben ook Chinezen steeds meer geld te besteden waardoor ze de mogelijkheid krijgen om in kunst te investeren. Beide gevolgen zullen hieronder worden uiteengezet.

Volgens Ingrid Dudek, specialist in Aziatische kunst bij veilinghuis Christie's in Hong Kong, is de situatie waarin andere landen geïnteresseerd zijn in China en Chinese kunst gedeeltelijk te vergelijken met wat er na de Tweede Wereldoorlog in de Verenigde Staten gebeurde (Santini, 2010). Toen waren de Verenigde Staten ook in opkomst, waardoor andere landen mogelijkheden zagen en geïnteresseerd raakten. Het was een tijd van groot succes voor Amerikaanse kunstenaars als Jackson Pollock (1912-1956) en Andy Warhol (1928-1987) (Arnason & Mansfield, 2010). Deze kunstenaars slaagden erin om op een bepaalde manier de na-oorlogse ervaring weer te geven. Pollock deed dat

met behulp van het abstract expressionisme. Warhol deed het door te reageren op de opkomst van de commercialisering met zijn Popart kunstwerken, zoals *210 Coca-Cola Flessen* (1962, afb. 6). Deze kunstenaars en hun werken kregen een iconische status en hun werken zijn over de gehele wereld dan ook altijd goed en voor veel geld verkocht.

Dezelfde ontwikkeling is volgens Dudek terug te zien in China (Santini, 2010). Zeng Fanzhi (1964-) en Zhang Xiaogang (1958-) zijn kunstenaars die beiden zijn geboren in de tijd dat Mao regeerde en hebben de ontwikkeling van diplomatieke en commerciële openheid van China meegemaakt. Volgens Dudek geven zij in hun werken ook de ervaring van een nieuwe generatie van Chinezen weer. Zo heeft Zeng een 'Masker-serie' gemaakt die gebaseerd is op zijn ervaringen als een jonge kunstenaar in Peking. Toen één van de schilderijen uit de Masker-serie, namelijk *Maskerserie 1996 Nr. 6* (1996, afb. 7), werd verkocht voor 9,7 miljoen dollar, werd Zeng begin 2008 de best betaalde Chinese kunstenaar ooit.



Afb. 6. Andy Warhol, *210 Coca-Cola Flessen*, 1962, zeefdruk, inkt, acrylverf en potlood op linnen, 210 x 267 cm, Daros Collectie, Zwitserland.



Afb. 7. Zeng Fanzhi, *Maskerserie 1996 Nr. 6*, 1996, olieverf op doek, 200 x 360 cm, ShanghART Gallery, Shanghai.

Dat het Westen meer geïnteresseerd is in China is ook terug te zien in de ontwikkelingen binnen het fenomeen 'Artketing'. Gauthier Boche, strategiemanager van FutureBrands Paris, een bedrijf dat bedrijven opzet op basis van opkomende trends, heeft dit fenomeen zijn naam gegeven (Artketing and Chinese artists, 2010). Het houdt in dat kunstenaars door bedrijven worden gevraagd om een gelimiteerde editie te ontwerpen van hun product.

Samenwerkingsverbanden tussen internationale merken en kunstenaars worden al gesloten sinds de jaren '30 van de twintigste eeuw (Artketing and Chinese artists, 2010). Salvatore Ferragamo (1898-1960), een mannenschoenenontwerper, vroeg toen de futuristische schilder Lucio Venna (1897-1974) om een advertentiecampaagne te ontwerpen. Het inhuren van kunstenaars om, in plaats van een advertentiecampaagne, een gelimiteerde editie van producten te ontwerpen is een meer

recente ontwikkeling. Binnen deze ontwikkeling valt op dat steeds vaker Chinese kunstenaars gevraagd worden iets voor een internationaal bedrijf te ontwerpen. Een voorbeeld van Artketing met Chinese kunstenaars is een samenwerking in 2008 tussen modehuis Christian Dior en tweeëntwintig Chinese kunstenaars.

Een samenwerkingsverband tussen een bedrijf en een Chinese kunstenaar levert voordelen op voor zowel het bedrijf als de kunstenaar (Kolesnikov-Jessop, 2010). Veel bedrijven willen namelijk graag hun producten verkopen in China – vooral nu blijkt dat Chinezen relatief veel luxe artikelen kopen, ook in een tijd waarin het westen last heeft van een recessie –, en het inhuren van Chinese kunstenaars kan daarbij helpen. Daarnaast heeft het bedrijf er baat bij omdat luxeproducten gepromoveerd worden tot kunstwerken, waardoor ze in de hele wereld beter worden verkocht. Voor kunstenaars is het grootste voordeel dat hun naam bekendheid krijgt.

Zoals eerder aangegeven houdt de opkomst van China ook in dat Chinezen meer geld te besteden hebben. Vermogende Chinezen zien Chinese kunst als goede investering. Deze trend wordt verwoord in een interview met Jessica Zhang, een Chinese kunstverzamelaarster en eigenaresse van de Amelie-kunstgalerie in Peking, in de krant *China Daily*. Zij zegt niet te geloven in investeren in aandelen: kunst is een betere investering (Yip, 2010).

Helen Ho, schrijfster van het boek *The Rise and Rise of Chinese Art* (2010), ziet dat de samenstelling van kopers en verzamelaars van Chinese kunst verandert (Ho, 2010). Binnen deze verandering valt op dat Chinese kunstverzamelaars zich vooral in groepen verenigen. Elke groep heeft een eigen esthetische smaak en die smaak is wat de leden onderling verbindt. Wat de groepen onderling verbindt is de ambitie om het Westen als het ware in te halen. De ambitie komt voort uit een bewustwording van Chinezen over hoe ver ze in vergelijking met de Verenigde Staten en Europa achterliepen toen zij na de heerschappij van Mao weer toenadering zochten tot deze werelddelen (Smith, 2005). Dit bewustzijn zorgde voor een gevoel van 'anders zijn', van isolatie en schaamte. Toen de Chinese kunstenaars het gevoel kregen dat ze mee konden komen met het westen, zorgde dat voor zelfvertrouwen en een grote artistieke ambitie om te laten zien dat Chinese kunst minstens zo goed is als wat er uit het westen komt. Ook Chinese kunsthandelaren handelen uit dit gevoel en kopen veel Chinese kunst aan. Volgens Ho is deze ambitie een drijvende kracht in de groei van China's aandeel in de internationale kunstmarkt omdat de kunsthandelaren zorgen voor een vermenigvuldiging van de prijzen van zowel Chinese klassieke kunst als van moderne en hedendaagse werken.

China's interesse in China

De laatste jaren is er een trend waarin Chinezen steeds meer geïnteresseerd raken in hun eigen natie en identiteit. In de eerste plaats blijkt dit uit de ontwikkeling dat Chinese kunstenaars steeds meer hun eigen identiteit binnen hun kunst benadrukken. In de tweede plaats kopen en verzamelen Chinezen ook steeds meer kunst uit eigen land. Beide trends worden hieronder behandeld.

Is binnen de Chinese kunst uit de eerste decennia na Mao nog te zien hoe Chinese kunstenaars probeerden het westen bij te benen door westerse kunst na te doen; tegenwoordig benadrukken ze in hun werken juist de eigen identiteit (Lee, 2007). Dit hangt samen met het al besproken punt dat Chinese kunstenaars het gevoel hebben dat ze eindelijk kunst van hetzelfde niveau maken als wat er in het westen wordt geproduceerd. Hier zijn zij trots op. Daarom imiteren Chinese kunstenaars westerse kunstwerken en kunststijlen en stromingen niet langer, maar benadrukken zij hun eigen (lands)geschiedenis en cultuur.

Het benadrukken van de Chinese identiteit kan op een subtiele manier, bijvoorbeeld door het werk duidelijk te signeren in het Chinese schrift, maar het kan ook minder subtiel. Een voorbeeld van een minder subtiel Chinees hedendaags kunstwerk is een ongetiteld werk (2007, afb. 8) van Ji Lin (1958-). In dit werk heeft Lin overdadig gebruik gemaakt van Chinese tekens, waardoor de nationaliteit van de kunstenaar in één oogopslag duidelijk is. Daarnaast is het gemaakt met inkt, een materiaal dat men in China al sinds het begin van de schilderkunst gebruikt, wat een duidelijke verwijzing is naar oudere Chinese kunstwerken.



Afb. 8. Li Jin, ongetiteld, 2007, zeefdruk op karton, ArtChina Galerie, Hamburg.

Vermogende Chinezen verzamelen Chinese kunst niet alleen uit investeringsoogpunt. Ze verzamelen ook uit culturele trots (Ho, 2010). Doordat Chinezen meer geld te besteden hebben, hebben ze de

mogelijkheid om Chinees erfgoed te beschermen door zich geïnteresseerd te tonen in kunst uit eigen land.

Guan Yi (1966-) is een voorbeeld van een Chinees die het verzamelen van Chinese kunst ziet als een missie (Gill, 2008). Hij vindt dat de Chinese regering en de publieke instanties zich te weinig met het beschermen van kunst uit eigen land bezighouden en heeft nu tussen de zeventienhonderd en achthonderd werken verzameld. Hij is van plan een museum voor zijn collectie te bouwen en een park aan te leggen voor het tentoonstellen van zijn verzamelde sculpturen.

Er is nog een reden waarom Chinezen veel Chinese kunst kopen. Het is in China niet gangbaar om geld aan te bieden om bij een persoon in de gratie te komen (Steidlmeier, 1999). Het geven van geld beschouwt men als een te nadrukkelijke poging om in de gunst te komen, waardoor men het motief van de degene die het geeft in twijfel trekt. In plaats van geld geven Chinezen vaak cadeaus. Deze gewoonte komt in China naar voren in alle mogelijke relaties: binnen families, binnen vriendenkringen en binnen het zaken doen. Het gaat binnen bedrijven en onder zakenlui niet slechts om een economische transactie; het is een communicatieproces met een symbolische betekenis. Zo moet een cadeau duur genoeg zijn om recht te doen aan het inkomen van de gever, maar niet zo duur dat het lijkt alsof de ontvanger hebberig is. Kunst voldoet aan deze eisen. Met het geven doet de gever de ontvanger symbolisch eer aan. Daarnaast geeft degene die het cadeau in ontvangst neemt de aanbieder ook wat terug: vertrouwen in de integriteit van het karakter van de gever. Kunst ziet men daarom als een goed object om cadeau te doen. Chinezen handelen ook hierbij uit culturele trots en kiezen er vaak voor kunst van Chinese origine weg te geven (Ho, 2010).

Conclusie

Concluderend kan door de kunstgeschiedenis op de hoofdvraag - Hoe kan de snelle groei van de Chinese kunstmarkt worden verklaard? - geantwoord worden dat er twee trends zijn die kunnen verklaren waarom China een steeds grotere rol speelt binnen de internationale kunstwereld. De eerste tendens is dat China in opkomst is. En ten tweede zijn Chinezen steeds meer geïnteresseerd in hun eigen identiteit.

De opkomst van China heeft tot gevolg dat het buitenland steeds meer geïnteresseerd is in China en daardoor ook in de Chinese kunst. Volgens Ingrid Dudek is hierbij een analogie te trekken tussen wat er gebeurde in de Verenigde Staten na de Tweede Wereldoorlog en wat er nu gebeurt in China. Een gevolg van de interesse van het buitenland in China is dat binnen het zogenaamde fenomeen 'Artketing' steeds meer Chinese kunstenaars worden gevraagd een gelimiteerde editie van een product te ontwerpen. Een ander gevolg van de economische groei van China is dat men in het land zelf meer geld te besteden heeft. Chinezen zien kunst als een goede investering en kopen

vooral Chinese kunst doordat ze de ambitie hebben om de wereld te laten zien dat kunst uit China van hetzelfde niveau is als kunst uit het westen. Dit is een drijvende kracht in de groei van China's aandeel in de internationale kunstmarkt.

Chinezen zijn steeds meer geïnteresseerd in zichzelf en in de eigen identiteit. Dit is binnen de kunst te zien aan het feit dat Chinese hedendaagse kunstenaars in hun kunstwerken steeds meer hun eigen identiteit benadrukken. Deze ontwikkeling komt ook voort uit de ambitie om de buitenwereld te laten zien dat zij kunst van dezelfde kwaliteit kunnen maken als westerse kunstwerken. Chinezen zijn trots op de kunst uit eigen land en dat uit zich ook in het verzamelen ervan. Chinezen kopen en verzamelen steeds meer kunst uit China en handelen daarbij uit culturele trots: ze kopen en verzamelen Chinese kunst om het erfgoed te kunnen beschermen en de kunst in eigen land te houden. Daarnaast kopen ze Chinese kunst om deze cadeau te doen.

Economische benadering

In dit hoofdstuk wordt vanuit een economisch perspectief gekeken naar de hoofdvraag van deze scriptie: **Hoe kan de snelle groei van de Chinese kunstmarkt worden verklaard?** Het doel van dit hoofdstuk is om een aantal economische oorzaken aan te dragen die deze groei kunnen verklaren.

Eerst wordt er aandacht besteed aan de relatie tussen kunst en economie. Hier komen visies van verschillende economen aan bod, waarbij prijsvorming centraal staat. Vervolgens wordt er gekeken naar China's economie en wordt onderzocht hoe het land zich in algemeen economisch opzicht heeft ontwikkeld. Dit is nodig om de ontwikkelingen van China als land en economie beter te kunnen duiden en zo hun invloed op de Chinese kunstmarkt te kunnen onderzoeken. Hierna volgt een analyse van deze kunstmarkt van de afgelopen jaren, waarbij wordt gekeken naar kunst als investering. Verder wordt de Chinese kunstmarkt vergeleken met die van andere landen die een vergelijkbare groei doormaken. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een conclusie.

Kunst en economie

Vraag en aanbod zijn begrippen die in de economie centraal staan. Het zijn ook onderwerpen waar de kunstwereld veel mee te maken heeft. Mensen hebben immers behoefte aan kunst; dit geldt zowel voor de consumentzijde als voor de producentzijde (De Grauwe, 1990).

Hieronder wordt de visie van verschillende economen op de relatie tussen kunst en economie uiteengezet. We bespreken de prijsvorming van kunstwerken en hoe deze economen hierover denken. Dit draagt bij aan het beantwoorden van de onderzoeksvraag. Er is immers gebleken dat er niet alleen meer Chinese kunst wordt verkocht, maar dat de prijzen ook zijn gestegen (Hunt, 2011).

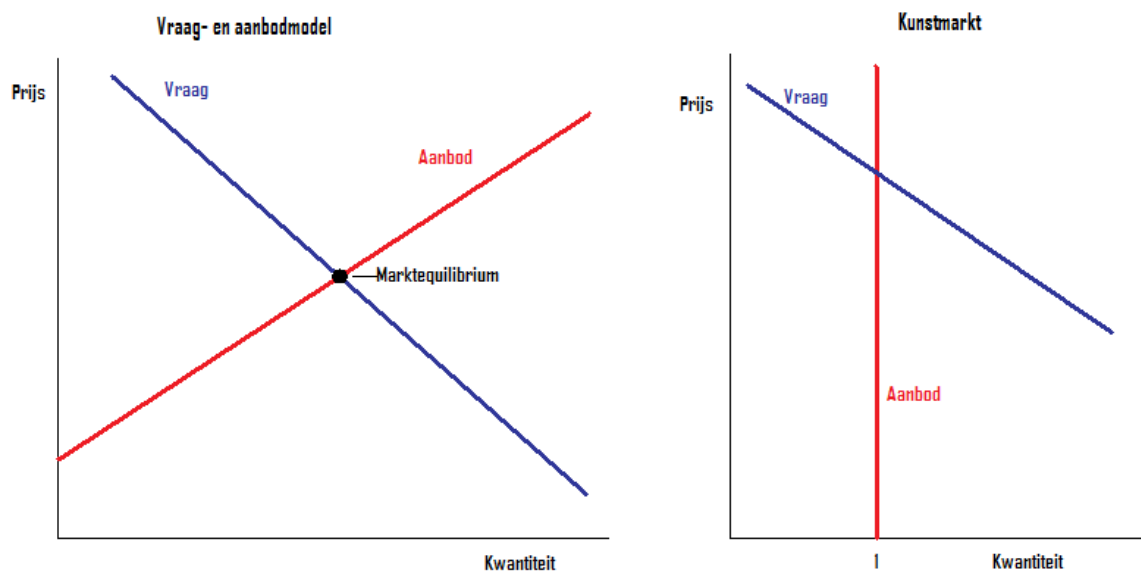
Niet alle principes van de economie zijn direct toepasbaar op de kunstwereld. Binnen de economie zijn het marktmodel en het vraag/aanbodmodel sterk met elkaar verbonden. Beide modellen gaan ervan uit dat een markt zonder invloeden van buitenaf en met zo min mogelijke transactiekosten op zichzelf efficiënt en effectief zal functioneren. De prijs van een product kan dan aan de hand van een evenwicht tussen het aanbod van de producent en de vraag van de consument worden bepaald. Een belangrijke aanname hierbij is reproduceerbaarheid, wat bijdraagt aan een efficiënt productieproces. Volgens sommige economen levert dit een probleem op bij de prijsvorming van kunstwerken, omdat kunstwerken vaak niet reproduceerbaar zijn.

Bert Mosselmans (2001) heeft het in dit verband over de 'natuurlijke prijs' van een product. Deze wordt bepaald aan de hand van de hoeveelheid arbeid en kapitaal die voor de productie van het

product nodig zijn geweest. Dit is een hoeveelheid waar de marktprijs uiteindelijk omheen schommelt, afhankelijk van vraag en aanbod. Echter, de prijs van (veel) kunst is nu eenmaal geen optelsom van arbeidsuren en gebruikte materialen en kapitaal (Mosselmans, 2001). Er gaan grote bedragen om in de kunstwereld en het is niet ongewoon dat mensen duizenden of zelfs miljoenen euro's betalen voor kunstwerken die de maker qua materiaal en arbeidsuren nog geen honderd euro hebben gekost.

Grafiek 3 biedt een eenvoudige weergave van het verschil tussen het standaard vraag- en aanbodmodel, zoals het in de economie wordt gepresenteerd, en de situatie in de kunstmarkt. Aan de linkerkant kan gezien worden dat naarmate de prijs daalt, de vraag naar een product zal toenemen. Als de prijs echter stijgt, zal de vraag dalen maar het aanbod juist toenemen. Deze lijnen kunnen ook, in kleine stappen, naar boven of naar beneden verschuiven als gevolg van veranderingen in vraag en aanbod. Dit is wat Mosselmans (2001) bedoelt wanneer hij stelt dat de prijs van een product rond de 'natuurlijke prijs' schommelt en dat het marktequilibrium van prijs en kwantiteit door vraag en aanbod wordt gevormd. In de kunstmarkt is dit echter vaak niet het geval. Als we uitgaan van een uniek schilderij, bedraagt de kwantiteit van het aanbod één. De hoeveelheid staat vast en de prijs wordt bijna geheel door de vraagkant aangedreven. Dat het aanbod uniek is maar de vraag wel hoog kan zijn verklaart dat kunstwerken vaak voor veel geld worden verkocht, maar het contrast tussen de door Mosselmans (2001) genoemde 'natuurlijke prijs' en de daadwerkelijk betaalde prijs kan desalniettemin bij kunstwerken soms erg groot zijn.

Grafiek 3: Schematische weergave verschil vraag- en aanbodmodel en situatie kunstmarkt



Bij kunst is er geen sprake van een prijs/kwaliteitverhouding die vraag en aanbod stuurt. Kunst is wat in de economie een luxeproduct wordt genoemd. Hoe nuttig, nodig of handig een product is, geldt niet voor kunst. Redenen om kunst te kopen zijn bijvoorbeeld de exclusiviteit van een kunstwerk, status en snobisme. Het betalen van een hoge prijs voor een kunstwerk kan zelfs bijdragen aan de status die aan het bezitten van kunst wordt ontleend. Hierdoor kan het standaard vraag- en aanbodmodel niet geheel probleemloos op de kunstmarkt worden toegepast.

Bruno S. Frey (2001) beschrijft hoe economen een esthetisch object benaderen en gebruikt hierbij een andere benadering dan Mosselmans (2001). Hij noemt in dit verband de principes *willingness-to-pay* en *nonuser values*. Met *willingness-to-pay* bedoelt hij de bereidheid van mensen om een bepaald bedrag te betalen. Afhankelijk van het motief waarmee mensen een kunstwerk kopen, kan er een erg grote betaalbereidheid zijn. Met *nonuser values* hanteert Frey een breder perspectief. Er wordt niet alleen gekeken naar de waarde die aan iets wordt toegekend door kopers, maar ook naar de waarde die mensen aan iets toekennen zonder dat zij het goed of product zelf willen kopen of gebruiken. Voorbeelden hiervan zijn *bequest value*, de waarde van het weten dat iets er is en dat hier in de toekomst gebruik van kan worden gemaakt; *prestige value*, de waarde van iets binnen een cultuur; en *educational value*, de waarde voor het onderwijs (Frey, 2001).

Het kopen en verkopen van kunst gebeurt veelal op veilingen, de belichaming van het *willingness-to-pay*-principe. Naast de eerder genoemde redenen om kunst te kopen, spelen investeringen in kunstobjecten hier een grote rol. Hier wordt verder op ingegaan, onder 'De Chinese kunstmarkt'. Daarnaast worden veel kunstobjecten opgekocht door musea, waar aan kunst, naast een waarde als investering en esthetisch object, ook een waarde als aantrekkingskracht voor bezoekers wordt toegekend. Hier spelen *bequest values* een grote rol, omdat er door potentieel publiek ook op deze wijze waarde aan wordt toegekend. Zo wordt wellicht de vraagkant, en daarmee de prijs van de markt, zoals bij grafiek 1 te zien is, dus niet alleen door potentiële kopers beïnvloed, maar indirect ook door mensen die *nonuser values* aan het kunstwerk toekennen.

Hoewel het misschien logisch lijkt dat de stijgende prijzen van Chinese kunstwerken betekenen dat mensen ook bereid zijn meer geld voor deze kunstwerken te betalen, laat Mosselmans (2001) zien dat dit niet geheel voor de hand ligt, aan de hand van zijn opvatting over prijsvorming. De kunstmarkt is een imperfecte markt, omdat de prijs bijna geheel afhangt van de vraagzijde van de markt. Het hangt er maar van af wat mensen bereid zijn te betalen, zoals uit Frey's (2001) *willingness-to-pay*-principe blijkt. Doordat kunst echter als een exclusief en statusverhogend goed beschouwd kan worden, kan deze betaalbereidheid erg hoog zijn. De stijgende prijzen op de Chinese

kunstmarkt laten zien dat mensen steeds vaker bereid zijn hogere bedragen te betalen voor Chinese kunst. De groeiende vraag leidt over de gehele Chinese kunstmarkt gezien tot meer verkochte kunstwerken, wat betekent dat hoewel het productie-aanbod misschien niet stijgt, het aantal Chinese kunstwerken dat wordt aangeboden voor verkoop wel toeneemt. De groeiende vraag leidt daarnaast ook tot hogere prijzen van individuele kunstwerken.

De Chinese economie

China's nationale economie biedt een referentiekader waarbinnen de groeiende Chinese kunstmarkt geplaatst kan worden. China heeft de afgelopen jaren een grote economische groei doorgemaakt. In 27 jaar, van 1978 tot 2005, groeide het Bruto Binnenlands Product van het land met gemiddeld 9,6 procent per jaar (Holz, 2008). Er wordt nu eerst gekeken naar China's ontwikkeling als afzetmarkt en producent. Dan volgt de kijk van verschillende economen op China's groei, met de nadruk op de redenen van de ontwikkeling, de problemen waarmee China te maken heeft, en wat dit voor de kunstmarkt betekent.

China als afzetmarkt en als producent

Hoewel China al sinds 1978 bezig is met een grote inhaalslag, is de hype rond de opkomst van China relatief nieuw. Begin jaren tachtig trokken veel westerse ondernemers richting China omdat ze nieuwe exportmogelijkheden zagen nadat China zijn grenzen had opengesteld voor handel (Tegenlicht, 2004). Douglas Allen bekijkt in zijn artikel 'Meet the New China' (2002) vier industrieën: vliegtuigen, auto's, mobiele telefonie en woningbouw. Aan de hand hiervan analyseert hij China's transformatie. Al deze industrieën laten een enorme groei van China als afzetmarkt zien. Allen (2002) stelt dat China in 2000 volgens Boeing de op één na grootste vliegtuigmarkt ter wereld was. In 1990 was er nog amper een markt voor auto's voor persoonlijk gebruik, maar tegen 1998 waren er ruim vier miljoen auto's in persoonlijk bezit, veelal met behulp van internationale participatie geproduceerd (Allen, 2002). Misschien nog wel indrukwekkender is de groei van de Chinese afzetmarkt voor mobiele telefonie. In 2001 is China de VS voorbij gestreefd in het aantal mobiele telefoons dat in het hele land in gebruik was (Economist, 2001). Nu heeft China weliswaar veel meer inwoners, maar gezien het verschil in het gemiddelde welvaartsniveau van Chinezen en Amerikanen is het toch een indrukwekkende ontwikkeling. Woningbouw is een ander verhaal wat betreft groei, want waar de andere drie industrieën zwaar op de productie van internationale bedrijven als Boeing, Volkswagen, General Motors, Nokia en Motorola geleund hebben, kwam de woningbouw vanuit China zelf (Allen, 2002).

De ontwikkeling van de woningbouw, die vooral vanuit China kwam, sluit aan bij een andere ontwikkeling die zich ook aan het voltrekken was. Allen (2002) laat zien dat China niet alleen een steeds groter aandeel in al bestaande internationale bedrijven levert, maar dat Chinese bedrijven ook meedoen op de (internationale) markt. China speelt zo een grote producerende rol op de wereldmarkt. Als centraal voorbeeld noemt hij Haier, een witgoedbedrijf dat ooit begon in handen van de overheid, in 2001 was uitgegroeid tot de op vijf na grootste elektronica-producent ter wereld (Allen, 2002), en tegenwoordig zijn producten in meer dan honderd verschillende landen aanbiedt (Haier, 2008). Uit *Economic Survey of China* (2005) van de Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) blijkt dat Chinese goederen en diensten in 2005 maar liefst zes procent van de wereldhandel uitmaakten. Op dat moment voorspelde de OECD dat China in 2010 wellicht 's werelds grootste exportland zou kunnen worden en zo de Verenigde Staten en Duitsland voorbij zou kunnen streven (OECD, 2005). Dit is gebeurd (BBC, 2010). Ook groeien volgens Allen Chinese bedrijven snel en zijn ze in toenemende mate internationaal georiënteerd. Daarbij zijn ze aanvankelijk alleen in Azië actief, maar breiden ze zich geleidelijk steeds verder uit.

Analyse van China's economische groei

Het staat vast dat China economisch gezien de afgelopen decennia een grote groei heeft doorgemaakt. Deng Xiaoping's economische beleid heeft hier waarschijnlijk veel aan bijgedragen: hij zorgde dat grenzen werden opengesteld voor handel en dat centrale planning werd verminderd. Dit verklaart echter niet de volledige groei.

Dic Lo en Yu Zhang bekijken in 'Making Sense of China's Economic Transformation' (2008) de dynamiek en ontwikkeling van de Chinese economie vanuit verscheidene economische theorieën. Een centrale paradox die ze proberen op te lossen is het gegeven dat China's economische ontwikkeling zeer indrukwekkend is in de context van de algehele stagnatie die heerst in de rest van de wereld, en ook in andere ontwikkelingslanden (Lo & Zhang, 2010). Bovendien komen weliswaar veel eigenschappen van het door Deng Xiaoping ingevoerde economische beleid overeen met algemene aannames over economische ontwikkeling, maar zijn er nog altijd veel verschillen. Zo kan niet alles door de huidige theorieën verklaard worden. Daarnaast maken Lo en Zhang in hun artikel ook een vergelijking met de voormalige Sovjet Unie. Uitgaande van de algemene *property rights theory*, ofwel de theorie over eigendomsrechten, heeft het zogenaamde 'Oost-Europese model' de 'juiste' aanpak waar het aankomt op de wijze waarop veranderingen zijn doorgevoerd. Het 'Chinese model' zou volgens de algemene theorie echter recht op een economische ramp afstevenen, aangezien deze de mogelijkheid tot eigen bezit erg belangrijk vindt voor de groei van een economie. Deze visie rijmt echter niet met de werkelijkheid. Het blijkt namelijk dat individuele

eigendomsrechten niet alleen onvoldoende, maar ook onnodig zijn voor economische groei (Lo & Zhang, 2010).

Lo en Zhang noemen nog een belangrijk verschil tussen de voormalige Sovjet Unie en China: het industrialisatieniveau. China had aan het begin van de verandering in zijn economisch beleid een laag industrialisatieniveau, terwijl de Sovjet Unie op industrieel gebied al wel meer ontwikkeld was. Holz beaamt dit in zijn artikel 'China's Economic Growth 1978-2025: What We Know Today About China's Economic Growth Tomorrow' (2008). Hierin kijkt hij naar de ontwikkeling van China tot 2008 en onderzoekt hij wat deze ontwikkeling eventueel zegt over de toekomst. Holz is van mening dat niet alleen de doorgevoerde economische veranderingen voor China's groei hebben gezorgd (Holz, 2008). Hij beargumenteert dit door te stellen dat het dan allang gedaan zou moeten zijn met China's economische groei. Holz ziet meer in groeipatroontheorieën vanuit de ontwikkelingseconomie, waarbij China wordt vergeleken met andere landen zoals Japan, Korea en Taiwan, die een vergelijkbare groei hebben doorgemaakt. Hier vormt de groei van BBP per werknemer een belangrijk onderdeel, omdat er tijdens zo'n economische ontwikkeling een grote verschuiving van werknemers vanuit de landbouwsector naar industriële sectoren plaatsvindt. Wanneer wordt gekeken naar de vergelijkingslanden Japan, Korea en Taiwan, blijkt dat het aantal werknemers in de landbouw rond de tien procent van de totale beroepsbevolking stabiliseerde. De krimp van de agrarische sector zet in China nu gestaag door met een gemiddelde van één procentpunt per jaar. Hiervan uitgaande duurt het nog 35 jaar voordat China's agrarische sector zal stabiliseren (Holz, 2008). Lo en Zhang vinden het echter ook te eenvoudig om alles te wijten aan het lage industrialisatieniveau van China. In 1980 waren het industrie-BBP van India en Zuid-Korea in verhouding zelfs nog lager dan dat van China, terwijl deze landen de laatste twintig jaar lagere groeipercentages laten zien. Dit toont aan dat er naast het aangepaste economisch beleid en het industrialisatieniveau ook andere factoren meegespeeld moeten hebben (Lo & Zhang, 2010).

Er bestaan bepaalde voordelen voor zich ontwikkelende landen. Holz (2008) stelt bijvoorbeeld dat veel technologische vooruitgang al ontdekt of ontwikkeld is, waardoor er veel technieken gekopieerd kunnen worden; dit wordt ook wel *catching up* genoemd. Holz bekijkt hierbij de arbeidsproductiviteit van ontwikkelingslanden als percentage van dat van de Verenigde Staten. Hieruit blijkt dat China nog steeds op een laag ontwikkelingsniveau zit vergeleken met de VS, met slechts 1,2 tot 3,4 procent van de Amerikaanse arbeidsproductiviteit. Een ander aspect dat Holz (2008) bestudeert, is het *Heckscher-Ohlin-Samuelson theorem*. Dit stelt dat relatief vergelijkbare (*skill-specific*) lonen in verschillende landen naar elkaar toe zullen bewegen. Er wordt van uitgegaan dat in een land waar arbeid relatief goedkoop is in vergelijking tot kapitaal, de vraag naar arbeid zal

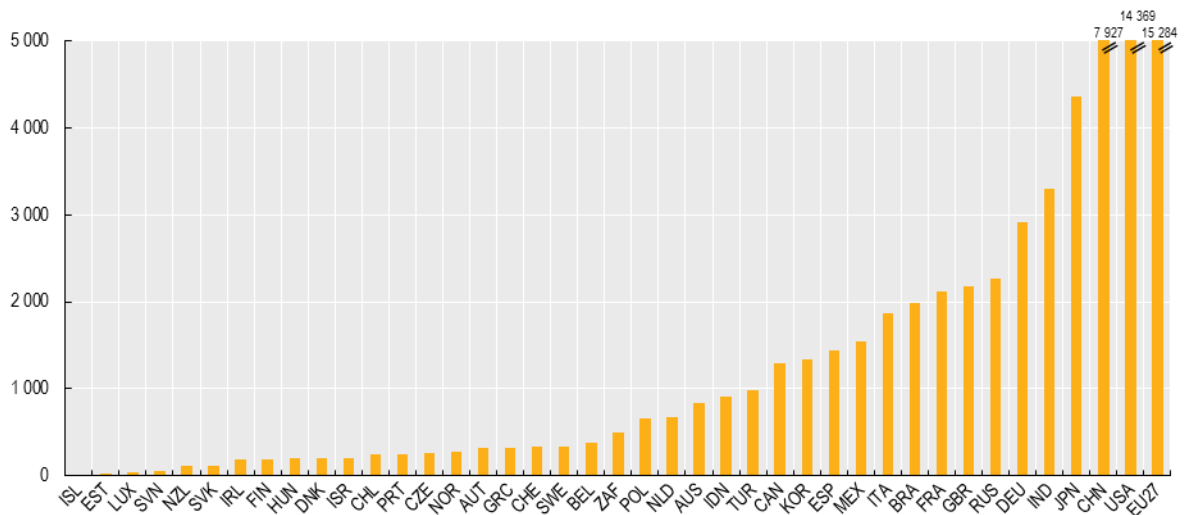
stijgen, en andersom. Ook volgens deze benadering zal China's economie nog een zekere tijd doorgroeien, aangezien China nog slechts tussen de twee en zeven procent van de Amerikaanse arbeidsproductiviteit zit.

Inkomen en inkomensongelijkheid

Tot nu toe is veel van China's groei voortgekomen uit de export. Tegenwoordig wil China zich ook meer op eigen consumptie richten. Het is een grote uitdaging voor China om de economische groei niet alleen uit de export te halen, maar ook de binnenlandse consumptie te vergroten en de levenskwaliteit van zijn inwoners te verbeteren (Gurría, 2011). Ondanks China's grote groei lag het BBP per persoon in 2009 namelijk nog steeds onder het wereldgemiddelde (Marrewijk, 2011). De volgende grafieken (zie volgende pagina) laten het verschil zien tussen het BBP van China als land en het BBP per hoofd van de bevolking in 2008, gecorrigeerd naar prijs en koopkrachtpariteit. Te zien is dat China (CHIN) een relatief hoog BBP heeft, maar een relatief laag BBP per hoofd van de bevolking. In Grafiek 4 heeft China alleen een kleiner BBP dan de Verenigde Staten en het totaal van de zeventwintig EU-landen, met \$7.926,5 miljard. In Grafiek 5 heeft China met slechts \$5.970 één van de laagste BBPs per hoofd van de bevolking, ten opzichte van het OECD-gemiddelde van \$33.732. Dit houdt in dat de gemiddelde Chinees vergeleken met een inwoner uit bijvoorbeeld Nederland of zelfs Hongarije niet heel veel te besteden heeft.

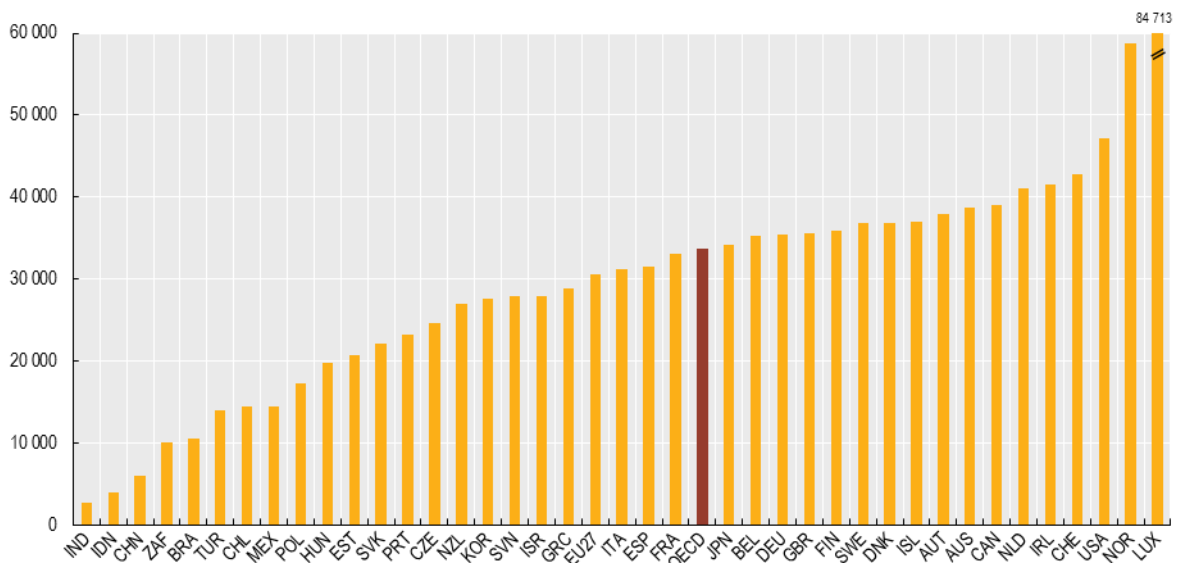
Andere belangrijke aspecten van China's economie met het oog op ontwikkeling zijn armoede en ongelijkheid. De armoede is sterk gedaald de afgelopen decennia: zo'n vijftig procent sinds de eerste helft van de jaren tachtig, en in de jaren negentig hing het percentage rond de tien procent (Ying, 2001). Recente cijfers zijn helaas moeilijk te vinden. Op data-webpagina's zoals OECD en Worldbank zijn geen recente gegevens over armoede in China te vinden. De Gini-coëfficiënt is een manier voor het berekenen van inkomensongelijkheid in een land, waarbij nul voor algehele gelijkheid van inkomen staat – iedereen heeft hetzelfde inkomen –, en één voor extreme ongelijkheid – één persoon heeft alles en de rest heeft niks (Barr, 2004). Tussen 1982 en 1993 is deze Gini-coëfficiënt gestegen van 0,162 naar 0,206, wat een kleine stijging van de inkomensongelijkheid in China betekent (Ying, 2001). In 2009 was de Gini-coëfficiënt 0,47, een flinke stijging in vergelijking met 1993. Sindsdien is China's Gini-coëfficiënt echter weer gedaald naar 0,415, een daling van 11,7% (CIA, 2011). Ter vergelijking: de gemiddelde Gini-coëfficiënt van de OECD ligt op het moment op 0,31 (OECD, 2011). Er is dus vrij veel inkomensongelijkheid in China. Deze inkomensongelijkheid zorgt ervoor dat sommige Chinezen veel meer profiteren van de groeiende economie dan anderen, en dat niet alle Chinezen meer te besteden hebben.

Grafiek 4: BBP, Miljarden Amerikaanse dollars, huidige prijzen en koopkrachtpariteit, 2008



Bron: OECD (2010)

Grafiek 5: BBP per hoofd van de bevolking, Amerikaanse dollars, huidige prijzen en koopkrachtpariteit, 2008



Bron: OECD (2010)

Het staat vast dat China's groei afhankelijk is van veel factoren. Het economische beleid van Deng Xiaoping lijkt de aftrap te hebben gegeven, maar vooral over wat daarna heeft meegespeeld lopen de meningen uiteen. Er kan in ieder geval gesproken worden van een paradox, zoals Lo en Zhang ook doen, aangezien China niet geheel het geijkte pad volgt dat algemene economische theorieën op het gebied van ontwikkeling aangeven. Als echter naar een aantal specifieke eigenschappen gekeken wordt, blijkt dat de Chinese economie volgens verschillende ontwikkelingstheorieën nog wel even zal doorgroeien; misschien wel zo'n 35 jaar, zoals Holz (2008) stelt. Vooral relevant voor de

kunstmarkt is dat Chinezen steeds meer te besteden hebben. Zoals eerder gesteld geldt dit door de vrij hoge inkomensongelijkheid niet voor alle Chinezen; vooral de rijkere Chinezen profiteren mee van de economische groei van het land.

De Chinese kunstmarkt

In het licht van de algehele Chinese groei de afgelopen 27 jaar, is het niet gek dat China op zoveel fronten de wereld lijkt te veroveren. Volgens de al eerder genoemde aanleiding tot dit onderzoek, de publicatie van TEFAF uit 2011 over de internationale kunstmarkt, is de Chinese kunstmarkt sinds 2009 bijna verdubbeld in waarde. De veilingen in China zetten in 2010 bijna zes miljard euro om (Maastrichtnet, 2011). Deze groei is de laatste jaren niet onopgemerkt gebleken. Volgens Artprice heeft China's kunstmarkt sinds 2001 een groei van 780 procent laten zien (Kraeussl en Logher, 2010). Kraeussl en Logher (2010) komen echter uit op een lagere, maar nog steeds sterke, groei van 330 procent (Kraeussl & Logher, 2010).

In deze paragraaf wordt gekeken naar de relatie tussen de economie van een land en zijn kunstmarkt, en de mogelijkheid van investeren in kunstobjecten. Vanuit economisch oogpunt is het van belang om te weten of Chinese kunst een goede investering is: een bevestigend antwoord op deze vraag kan leiden tot een grotere vraag naar Chinese kunst.

Kraeussl en Logher (2010) vergelijken China's groeiende kunstmarkt met de groeiende kunstmarkten van India en Rusland. Een interessante ontdekking is dat kunstmarkten over het algemeen op de lange termijn een positieve relatie vertonen met de ontwikkeling van economieën. Dit houdt in dat als economieën over het algemeen een groeiende trend vertonen, kunstmarkten lijken mee te groeien. Op de korte termijn lijkt deze relatie echter afwezig te zijn (Kraeussl & Logher, 2010). Dat de omvang van kunstmarkten meegroeit met de economie, is geen vreemd verschijnsel. Zoals eerder gesteld kan kunst gezien worden als een luxeproduct, wat inhoudt dat als mensen meer geld te besteden hebben er meer aan het product wordt uitgegeven.

Kunst wordt daarnaast vaak als een goede investering gezien. Frey is echter van mening dat een investering in kunst over het algemeen niet de beste mogelijkheid is (Frey, 2001). Hij heeft dit gebaseerd op gegevens van ruim 2400 transacties op grote kunstmarkten als New York, Londen en Parijs verspreid over ruim 350 jaar, waarmee hij de *average real net rate of return* heeft uitgerekend, ofwel de gemiddelde groei in waarde. Deze bedroeg 1,5 procent, terwijl investering in staatsobligaties gemiddeld drie procent opleverde (Frey, 2001). Vanuit louter financieel oogpunt is investeren in kunst in het algemeen dus niet de beste optie. Een verklaring waarom kunst over het

algemeen toch vaak wel als investering gebruikt wordt, is dat kunst een toegevoegde waarde heeft. Een staatsobligatie zal niemand aan zijn muur hangen. Het bezitten van kunst draagt in zekere mate bij aan sociale status, maar is ook tastbaar en in esthetisch opzicht een verrijking (Kraeusl & Logher, 2010).

Kraeusl en Logher (2010) onderzochten ook de Russische, Indiase en Chinese kunstmarkten vanuit een investeringsperspectief. Om China's kunstmarkt vanuit een investeringsoogpunt te analyseren, hebben ze naar de verkoopcijfers van verschillende veilinghuizen gekeken en deze gegevens gebruikt om onder andere de omvang van de kunstmarkt te bepalen en de *return on investment* te berekenen. Ze hebben de waardes van de kunstmarkten vergeleken met de schommelingen van de S&P 500, de beursindex van de Verenigde Staten die een betrouwbaar beeld geeft van ontwikkelingen op de aandelenmarkt, en ontdekten dat de Chinese kunstmarkt een jaarlijkse *geometric return*, opbrengst gecorrigeerd naar tijd, heeft van 5,7%. Dit is vrij laag vergeleken met de S&P 500 index, maar ook laag in vergelijking met India en Rusland, die opbrengsten van boven het gemiddelde van de S&P 500 index lieten zien (Kraeusl & Logher, 2010). Vanuit het oogpunt van de verwachte opbrengsten is investeren in Chinese kunst dus niet de beste mogelijkheid.

Wat echter ook uit het onderzoek van Kraeusl en Logher (2010) naar voren kwam, is dat Chinese kunst een negatieve markt­b­eta heeft en dus een negatieve correlatie vertoont met de algemene financiële markt. Dit betekent dat de Chinese kunstprijzen in de tegenovergestelde richting bewegen van de algemene financiële markt. Deze negatieve correlatie maakt investeren in Chinese kunst toch wel aantrekkelijk. In een streven naar risicospreidend gedrag proberen veel aandeelhouders en investeerders een gediversifieerd portfolio op te bouwen, om zo het risico op een groot verlies te verkleinen. Chinese kunst zou, met haar negatieve markt­b­eta, een goede investering ter aanvulling van aandelen kunnen zijn (Kraeusl en Logher, 2010). Hoewel ook met het oog op een optimale portfolioverdeling het investeren in kunst van opkomende kunstmarkten vaak niet de beste optie is, blijkt investeren in Chinese kunst op kleine schaal wel op zijn plaats te zijn in een optimale portfolioverdeling, zo stellen Kraeusl en Logher (2010). Chinese kunst wordt door hen wel gezien als een markt met hedgefondspotentie, dat wil zeggen als een investering die goed gebruikt zou kunnen worden voor risicoverkleining in tijden dat de algehele financiële wereld ondermaats presteert (Kraeusl & Logher, 2010).

Ook Hsieh, Lee en Tzeng (2009) bekijken Chinese kunst vanuit investeringsoogpunt. Zij komen ook tot de conclusie dat deze kunst een mogelijke aanvulling voor portfoliodiversificatie is, vanwege de negatieve correlatie met de algemene financiële markt. Zij zijn zelfs nog positiever gestemd over het

investeren in Aziatische kunst, zeker in vergelijking met het investeren in Westerse kunst (Hsieh et al., 2010). Hiernaast onderzoeken zij de aanwezigheid van het zogenaamd *Masterpiece Effect*, dat inhoudt dat duurdere kunstwerken hogere opbrengsten genereren; en het *Main Auctions Effect*, dat ervan uitgaat dat kunstwerken verkocht via grote, bekende veilingen meer opbrengen dan kunstwerken verkocht op andere veilingen (Hsieh et al., 2010). Het *Masterpiece Effect* blijkt, hoewel er in de Westerse kunstmarkt geen onderbouwing voor gevonden is, in de Aziatische kunstmarkt wel degelijk te bestaan (Hsieh et al., 2010). Over het algemeen kan men stellen dat hoe meer een Aziatisch kunstwerk in eerste instantie waard is, des te hoger de verwachte waardeestijging en de verwachte opbrengsten zullen zijn. Het *Main Auctions Effect* blijkt op de Aziatische kunstmarkt niet echt te bestaan. Kunstwerken lijken wel voor een hogere prijs te worden verkocht op grotere, bekende veilingen, maar dit lijkt verder geen invloed te hebben op het verloop van de waarde van het kunstwerk en de verwachte opbrengsten (Hsieh et al., 2010). Als kopers zich van deze twee effecten bewust zijn, zou dit mede kunnen verklaren waarom er niet alleen meer, maar ook duurdere kunst verkocht wordt.

Conclusie

In dit hoofdstuk is geprobeerd vanuit economische perspectief een antwoord te vormen op de vraag: Hoe kan de snelle groei van de Chinese kunstmarkt worden verklaard? Er zijn een aantal factoren gevonden die vanuit de economie meespelen.

Zoals eerder bleek, laten de hogere prijzen van Chinese kunst zien dat er door een groeiende vraag niet alleen meer kunst verkocht wordt, maar dat mensen ook bereid zijn er meer voor te betalen. Interesse in Chinese kunst vanuit het westen kan in verband worden gebracht met de groeiende interesse van het westen in China als opkomende natie, die al een aantal decennia waarneembaar is. Een mogelijke verklaring voor de specifieke interesse in kunst komt vanuit een investeringsoogpunt. De Chinese kunstmarkt blijkt een negatieve correlatie met de algemene financiële markt te vertonen, waardoor hij, zeker als men de extra waarde van het bezitten van kunst ten opzichte van het bezitten van aandelen in overweging neemt, met het oog op portfoliodiversificatie een interessante investering zou kunnen zijn.

Het feit dat er ook meer vraag naar is van en meer voor betaald wordt door Chinezen zelf, staat in direct verband met China's economische groei. Uit het artikel van Kraeusl en Logher blijkt dat het wel vaker voorkomt dat een groeiende kunstmarkt samenhangt met een groeiende economie; dit is ook bij Rusland en India het geval. Deze relatie gaat vooral op voor de lange termijn. Verder lijkt China zich nu meer te richten op het eigen land en is het van plan het accent op groei door export te

verleggen naar groei via binnenlandse consumptie, zodat alle Chinezen meer te besteden hebben. Hoewel het BBP per hoofd van de bevolking in China in vergelijking tot de Westerse wereld nog steeds vrij laag is, stijgt het wel. Als gevolg van de inkomensongelijkheid zijn er Chinezen die veel meer te besteden hebben dan het BBP per hoofd van de bevolking laat zien.

Filosofische benadering

Inleiding

De filosofie houdt zich bezig met het denken van mensen en volken. Om de filosofie van een volk te begrijpen moet men ook wat weten van de geschiedenis (van de filosofie) van dat volk. Dit is vooral zo omdat we de filosofie niet willen zien als een stelsel van op zichzelf staande gedachten, maar ook willen weten wat de invloed van de filosofie is op bijvoorbeeld de kunsten. Dat kan onder andere door te kijken naar welke functie die gedachten hebben in de maatschappij. Dit stelt Karel van der Leeuw in zijn boek *Het Chinese denken* (1994). In dit hoofdstuk zal daarom eerst een beknopte geschiedenis van de filosofie van China worden gepresenteerd. Deze filosofie zal niet alleen bekeken worden omdat we naar de geschiedenis moeten kijken, maar ook omdat de belangrijkste filosofische stromingen ook nu nog een grote rol spelen in het huidige China. De onderzoeksvraag van deze scriptie is hoe we kunnen verklaren dat de Chinese kunstmarkt de laatste jaren zo'n snelle groei heeft doorgemaakt. Net als eerder vanuit de kunstgeschiedenis en de economie, zal hier nu vanuit de filosofie een verklaring voor worden gezocht. Daarbij zal aandacht worden besteed aan de invloed van de Chinese filosofie op de Chinese kunst.

Er zal in dit hoofdstuk eerst gekeken worden naar de geschiedenis van de filosofie van China: hieruit zullen de grootste en meest relevante filosofische stromingen worden besproken: het confucianisme en het taoïsme. Daarna zal er een vergelijking worden gemaakt tussen deze stromingen en de Westerse filosofie om duidelijk te maken wat er anders is aan China en waarom de Chinese kunstmarkt wel groeit terwijl Westerse kunstmarkten dat niet doen. Vervolgens zal gekeken worden naar de invloed van deze denkrichtingen op de kunst in China. Er zal worden nagegaan welke filosofische aspecten terug te vinden zijn in de kunst, en wat er veranderd is in de laatste jaren. Het hoofdstuk zal worden afgesloten met een voorlopige conclusie over de filosofie.

De geschiedenis

China heeft van alle landen ter wereld de langste ononderbroken geschiedenis wat betreft taal, cultuur en volk (Van der Leeuw, 1994). Via geschreven bronnen is min of meer vast te stellen dat deze al begon in circa 1500 v. Chr. Er zijn natuurlijk ook andere oude culturen zoals de Egyptische en de Mesopotamische beschaving, maar het unieke aan de Chinese beschaving is dat de Chinese cultuur is blijven voortbestaan, en nog steeds bestaat, tot in onze tijd.

Net als het rijk zelf gaan ook de belangrijkste filosofische stromingen van China ver terug in de tijd (Van der Leeuw, 1994). In de oudheid was de Chinese filosofie het meest veelvormig. Deze periode staat ook wel bekend als de periode van de 'honderd scholen'. Na de oudheid versmalde de Chinese filosofie tot twee hoofdstromen: het confucianisme en het taoïsme.

Het confucianisme en het taoïsme namen allebei elementen over van de andere filosofische scholen uit de oudheid en stonden ook nog eens voortdurend met elkaar in wisselwerking (Van der Leeuw, 1994). Hierdoor is het moeilijk een algemene karakterisering van deze scholen te geven. Door al deze wisselwerkingen ontstond zelfs een mengeling van deze stromingen: het zogenoemde neo-confucianisme (Dean, 2001).

De filosofische geschiedenis in schema:

Dynasty	People and Events
Legendary Period (2852–2197 B.C.)	Fu Xi-Yin Yang Shen Nong Huang Di
Primitive Dynasties (2197–221 B.C.) Xia (Hsia) (1994–1523 B.C.) Shang (Yin) (1523–1027 B.C.) Zhou (Chou) (1027–221 B.C.)	'Great Flood' brought under control Casting of bronze Confucius, Lao Tzu (Father of Taoism), and Mencius
Ancient Dynasties (221 B.C.–618 A.D.) Qin (Ch'in) (221–207 B.C.) Han (207 B.C.–220 A.D.)	Great Wall built; languages standardized Confucianism established Buddhism introduced (64 A.D.)
Three Kingdoms (220–265 A.D.) Jin (Chin) (265–420 A.D.) North and South (420–589 A.D.) Sui (589–618 A.D.)	Buddhism well developed
Medieval Dynasties (618–1368 A.D.) Tang (T'ang) (618–905 A.D.) Five Dynasties (905–960 A.D.) Song (Sung) (960–1279 A.D.) Yuan (Mongol) (1280–1368 A.D.)	Arts and literature developed, printing invented Neo-Confucian philosophy Marco Polo to China
Modern Dynasties (1368–1911 A.D.) Ming (1368–1644 A.D.) Qing (Ch'ing, Manchu) (1644–1911 A.D.)	Painting, industry, all arts flourish Opium War. T'aiping Rebellion

Bron: Dean, E. (2001)

Het confucianisme

Het confucianisme is door de tijd heen de bekendste en invloedrijkste filosofie in China geweest en beleeft ook nu een grote opleving, volgens fysiotherapeute Elizabeth Dean. Zij deed onderzoek naar de invloed van confucianisme en taoïsme in de fysiotherapie (Dean, 2001). Haar bevindingen zijn ook in dit onderzoek te gebruiken, met name haar karakterisering van de twee stromingen.

Het confucianisme beroept zich op Confucius, die het als zijn taak zag de instellingen van de vorsten van de Chou-dynastie te behouden en over te dragen. In overeenstemming met deze doelstelling heeft het confucianisme altijd een behoudend en conformistisch karakter gehad. De confucianisten zagen het als hun taak om bij te dragen aan het behoud of herstel van de maatschappelijke orde (Van der Leeuw, 1994, pp. 35-36). Het confucianisme was dus in de eerste

plaats een politieke filosofie, met een ethisch karakter, gericht op maatschappelijke orde. De gedachten van het confucianisme hebben de Chinese cultuur door de geschiedenis heen beïnvloed en vorm gegeven aan de politieke, economische en technologische vooruitgang tot op de dag van vandaag (Dean, 2001).

Confucius leefde in de 6^e eeuw voor Christus, tegelijk met Boeddha en Lao Tzu (een van de vaders van het taoïsme). Confucius propageerde een levensvervulling gebaseerd op de omgang met anderen. In de eerste plaats de omgang binnen het gezinsleven, dan het leven in de gemeenschap, en daarna het nationale leven (Dean, 2001). Het ging dus om het sociale leven op verschillende niveaus, waarbij respect centraal stond. In de confucianistische traditie spelen vooral de verwantschapsrelaties een belangrijke rol: de verhoudingen man/vrouw, vader/zoon, maar ook heerser/onderdaan en vriend/vriend, zijn allemaal gebaseerd op respect. Daarbij gaat het er vooral om dat de een boven de ander staat. Zo staan oudere generaties altijd boven jongeren (ouder/kind) en heersers boven onderdanen, maar ook staan oudere vrienden boven jongere vrienden en mannen boven vrouwen (Van der Leeuw, 1994). Confucius benadrukte het belang van de sociale orde en een actief leven en bekommerde zich vooral om de oprechtheid, ofwel de 'Hsin' (Dean, 2001). Dit heeft te maken met de deugd 'jen'. 'Jen' is het bij uitstek mens-zijn, ofwel de humaniteit. Confucius' gouden regel was dan ook: 'wat u niet wilt dat u geschiedt, doe dat ook een ander niet'. Daarnaast is het de bedoeling dat men loyaal is, dat men zijn best doet voor anderen.

Het hoofdkenmerk van het confucianisme is dus vooral respect. Het is erg belangrijk dat er respect bestaat binnen relaties. Vooral binnen familierelaties, maar ook tussen de heerser van een land en zijn onderdanen of binnen kleinere gemeenschappen zoals bedrijven. Na Mao is de verbreiding van deze leer weer toegenomen.

Het taoïsme

Net als het confucianisme heeft ook het taoïsme in de hele Chinese geschiedenis een rol gespeeld. Het taoïsme heeft nog geleidelijker dan het confucianisme vorm gekregen. De stamvaders van het taoïsme zijn Chuang-tzu en Lao-tzu, en deze vertonen grote onderlinge verschillen. Vanaf de oudheid heeft het taoïsme de rol gespeeld van 'alternatieve' ideologie. Dit houdt in dat het een wereldbeschouwing vormde van de mensen die zich aan de maatschappelijke werkelijkheid onttrokken of zich daartegen verzetten.

In het algemeen wordt het taoïsme gekenmerkt door een mystieke inslag en een sterk non-conformisme (Van der Leeuw, 1994). Deze mystieke inslag is waarschijnlijk toe te schrijven aan de manier waarop taoïsten de relatie tussen lichaam en geest beschrijven. Zelf noemen de taoïsten hun studie vaak "wetenschap van essentie en leven". Hierbij slaat de wetenschap van de essentie op de geest en de wetenschap van het leven op het lichaam. Het is hun doel om te koesteren en

verbeteren wat zij de grondslagen van het menselijk bestaan noemen, namelijk vitaliteit, energie en geest. In het Westen staat het taoïsme vooral bekend als mysterieus vanwege zijn mystieke heelwijzen, zoals bijvoorbeeld acupunctuur of Chinese massage (Dean, 2001). Het taoïsme gaat namelijk terug naar de natuur en kiest daarbij voor natuurlijke heelwijzen. Een goed leven leiden is volgens de tao mogelijk door dicht bij de natuur te blijven. Het belang van de natuur is voornamelijk een kenmerk van het taoïsme. Het taoïsme is volgens Libbrecht dan ook de basisfilosofie van China, omdat natuurfilosofie de basis is van het Chinese denken (Libbrecht, 2004).

Terug naar de klassieke filosofie na het marxisme

Naast de twee bovengenoemde stromingen uit het oude China, was sinds de jaren '40 van de twintigste eeuw in China ook een grote rol weggelegd voor het marxisme, waarop de Chinese maatschappij sinds Mao gebaseerd is. Het marxisme zal kort behandeld worden omdat het van belang is voor de verandering die in China heeft plaats gevonden. Tot de jaren '70 werd in China voornamelijk filosofische studie gedaan naar het marxisme. Het hele land was ingedeeld volgens marxistische, communistische maatstaven, en stond onder leiding van Mao. De laatste jaren heeft er echter een omslag in de Chinese filosofie plaatsgevonden. Men heeft weer oog voor het eigen filosofisch verleden en doet daar weer onderzoek naar. Volgens Ulrich Libbrecht is de grote uitdaging aan China ten eerste dat het land gaat kijken naar zijn verhouding tot, en invloed op, de westerse filosofie; en ten tweede dat het zich bezint op zijn verhouding met het marxisme, waarop de staat is gebaseerd. Hier is het huidige China inderdaad mee bezig, door zich te beroepen op een vergelijkende benadering van het Chinese denken, vooral van het taoïsme en het confucianisme (Libbrecht, 2003).

Kenmerken van de Chinese filosofie

Uit de bovengenoemde stromingen kunnen een aantal kenmerken worden afgeleid die typerend zijn voor de Chinese filosofie. De Chinese filosofie gaat zoals we weten ver terug in de tijd, maar is haar invloed nog lang niet kwijt. Het confucianisme is vooral gebaseerd op de relatie tussen mensen, om ervoor te zorgen dat een vorst zijn taak om het land te beschermen en te leiden zo goed mogelijk vervult. In ruil voor die bescherming moeten de onderdanen respect tonen. Dit geldt niet alleen voor heersers en onderdanen, maar ook voor familieleden en vrienden. De gulden regel: 'wat u niet wilt dat u geschiedt, doe dat ook een ander niet' is de basis voor een goede samenleving in China, gebaseerd op wederzijds respect. Naast deze sociale, ethische visie was er behoefte aan iets bovennatuurlijks; omdat het taoïsme zich hiermee bezig hield nam het taoïsme een belangrijke plek in naast het confucianisme. Dit bovennatuurlijke haalden de taoïsten vooral uit de natuur. De Chinese filosofie staat niet voor niets bekend om haar mystieke karakter. Zij heeft drie begrippen

waar alles om draait, namelijk hemel, aarde en mens. Deze drie moeten in harmonie met elkaar samengaan. Daarnaast gelooft de Chinese filosofie in het bestaan van eeuwige ideeën of substanties en in de autonomie van de ziel. Het belangrijkste is misschien wel dat de Chinese filosofie de natuur representeert als waarde an sich (Libbrecht, 1999) – waarover later meer.

Naast de bovengenoemde kenmerken is het ook van belang om verschillen vast te stellen tussen de Chinese en westerse filosofie. Deze verschillen zijn van belang, omdat we aan de hand daarvan kunnen nagaan wat de westerse kunstmarkt zo interessant vindt aan Chinese kunst. Deze verschillen zullen uitgelegd worden in de volgende paragraaf.

Chinese filosofie vs. westerse filosofie

Om te weten welke positie de Chinese filosofie ten opzichte van de westerse filosofie inneemt is het nuttig om deze twee te vergelijken. Zoals we zagen is de Chinese filosofie vooral ontstaan vanuit een politiek-maatschappelijke motivatie. Deze motivatie was in China veel dominanter dan in het Westen. Een tweede verschil dat Van der Leeuw aanstipt is dat de belangstelling voor logica in China altijd heel minimaal is geweest. Als verklaring hiervoor geeft Van der Leeuw dat het wellicht toevallig ontstaan van Aristoteles' *Corpus Logicum* een stimulans moet zijn geweest voor logische studies toen het werk van Aristoteles eenmaal herontdekt was, terwijl de logische geschriften uit de Chinese oudheid spaarzaam en tekstueel gecorrumpeerd zijn overgeleverd (Van der Leeuw, 1994). Als derde geeft Van der Leeuw nog een verschil dat de kern van het Chinese denken raakt. Dit is het ontbreken van een onderscheid tussen feitelijke en morele kennis. In China is kennis van de principes van de natuur en kennis van morele principes door de eeuwen heen als gelijksoortig behandeld. Het besef dat het passend gebruik van een tafel iets anders is dan het passend en met eerbied reageren in een bepaalde situatie schijnt in het Chinese denken te ontbreken (Van der Leeuw, 1994).

Ulrich Libbrecht noemt een aantal verschillen tussen de Chinese en westerse filosofie die niet zo eenvoudig met elkaar geïntegreerd kunnen worden. Een groot verschil in de basis van de Chinese filosofie is dat deze theontisch van karakter is (Libbrecht, 2003). Theontisch houdt in dat het zijnde (het 'ontische') gekoppeld wordt aan godengestalten (Libbrecht, 1999). Daarnaast gelooft de Chinese filosofie, zoals in de vorige paragraaf bleek, in het bestaan van eeuwige ideeën of substanties en in de autonomie van de ziel. Maar het belangrijkste verschil met de westerse filosofie is dat het Chinese denken een dimensie vertegenwoordigt die in het Westen nooit echt tot ontwikkeling is gekomen, namelijk de natuur als waarde an sich (Libbrecht, 1999). De westerse wereldvisie is in vergelijking met de Chinese erg antropocentrisch. De volgende uitspraak van Kuo-yü maakt dit verschil goed duidelijk: "Zij die in alle tijden de mensen hebben geleerd hoe ze met het water moesten omgaan, hebben dit niet geleerd van Yü de Grote, ze hebben dit geleerd van het

water.” Yü de Grote leerde zijn volk hoe men de vruchtbare delta van de grote rivieren kon indijken en kanaliseren. Toch zeiden de mensen niet “doe wat Yü heeft gedaan, maar: leer van het water zelf”. Waar de westerse cultuur altijd erg afhankelijk is geweest van geschriften om kennis door te geven is dit volgens Libbrecht China ten voeten uit (Libbrecht, 2004).

Wat heeft de Chinese filosofie het Westen te bieden?

Er zijn dus duidelijke verschillen aan te wijzen tussen de Chinese en de westerse filosofie. Vaak wordt er gedacht dat er niet zoiets is als het Chinese denken, maar dat er alleen verschillende Chinese denkers zijn (Libbrecht, 2003). Dit is onjuist; er is wel degelijk een basis te vinden van waaruit de verschillende stromingen ontstaan zijn, een soort gemeenschappelijke deler van de stromingen. Libbrecht ging op zoek naar deze dieptestructuur, die als een soort logica onze interpretaties van de werkelijkheid stuurt. Uit zijn onderzoek kwam als dieptestructuur naar voren dat het Chinese denken een wordings-denken is, waarin de natuur centraal staat.

Hier is dan ook het grootste verschil tussen het Chinese en westerse denken te vinden: de westerse filosofie is gebaseerd op een zijn-denken, terwijl het Chinese denken gebaseerd is op wordings-denken. Het zijn-denken komt van de Grieken. Zij vonden de onophoudende veranderende wereld – de fenomenaliteit – onvolmaakt en zochten het blijvende achter die wereld, want dat zou pas volmaakt zijn. Het wordings-denken van de Chinezen houdt in dat men achter de fenomenen geen verborgen onveranderlijke werkelijkheid zoekt, maar de natuur zelf als ultieme realiteit beschouwt (Libbrecht, 2004).

De natuur staat dus centraal binnen de Chinese filosofie. De natuur bestaat binnen het wordings-denken uit twee basisprincipes, namelijk *ch'i* (Chinees) en *aisthesis* [Grieks]. *Ch'i* is het meest fundamenteel en is de energie die het hele universum vervult. Het heelal is geen lege ruimte, maar een energetisch proces dat zich uit in informatieve patronen. Deze patronen duidt men in China aan met de term *tao*, die ‘de weg’ betekent. Naast de energie is er de *aisthesis*. *Aisthesis* is aandachtige waarneming door aanwezigheid, en dus niet door middel van analyse of dissectie. De kennis van de natuur van de Chinezen is gebaseerd op ervaring door waarneming. Wanneer ze de natuur en haar werking beschrijven, gebeurt dit in metaforische taal, zoals bijvoorbeeld ‘moeder aarde’. Er wordt dus op poëtische, kunstzinnige wijze gesproken over de natuur. Dit zou ook de reden kunnen zijn dat het taoïsme zo rijk is aan metaforen, waardoor er een zekere bedwelming van uitgaat (Libbrecht, 2004). Het verschil uit zich ook in de taal. Het westerse alfabet leent zich uitstekend voor analyse. De Chinese karakters daarentegen zijn gestalten die men niet kan ontleden. Ze zijn rijk aan inhoud, maar niet scherp begrensd. Hierdoor werken Chinezen met gestalten, omdat de meeste concepten niet scherp gedefinieerd kunnen worden.

De invloed van de Chinese filosofie op de kunst

In de vorige paragraaf was sprake van aisthesis, ofwel waarneming door aanwezigheid. Het woord aisthesis is verwant met het woord esthetica. Esthetica is afgeleid van dit Griekse woord (αισθησις) en betekent 'zintuiglijke ervaring' of 'gevoel'. In de filosofie verwijst esthetica naar de discussie over de essentie van kunst; het is zelfs de benaming van een aparte subdiscipline van de filosofie, die ontstaan is uit de grote interesse van de filosofie voor de kunsten (Baumeister, 2005). De woorden zijn dus ook semantisch verwant. Het Chinese denken is voornamelijk gebaseerd op waarnemingen, vooral van de natuur. Het sacrale van de natuur is ook terug te vinden in de kunst, en met name de kunst van het schilderen van landschappen. In de traditionele Chinese kunst stond het landschap niet in dienst van de mens of een verhaal, maar werd de mens gereduceerd tot een klein en nietig wezen ten opzichte van de natuur. Het landschap drukte zijn eigen ontroerende diepte uit in zijn eigen leegte, ofwel zijn eigen ch'i. Dit is op zich al een groot verschil met de westerse kunst, waarin de mens juist vaak centraal staat. Een ander duidelijk verschil tussen de Chinese en westerse kunst zit hem in de techniek, met name in het Chinese gebruik van lijnen. Op deze techniek zal dieper worden ingegaan in de volgende paragraaf, waar een beeld geschetst wordt van Chinese schildertechnieken.

Lijnen

Het belangrijkste verschil tussen de Chinese en westerse kunst betreft volgens Jianqiu Sun en Chang Xiao het tekenen met lijnen (Sun & Xiao, 2008). In de westerse kunst is het tekenen met lijnen geleidelijk verdwenen, omdat men een steeds natuurlijker evenbeeld probeerde te creëren. Van de paleolithische fresco's in de grotten van Altamira tot het neolithische beschilderde aardewerk van de Yangshao cultuur maakten alle mensen gebruik van lijnen om de objectieve voorwerpen die ze waargenomen en gevoeld hadden weer te geven. In de beginfase gebruikten verschillende volkeren ook in de schilderkunst lijnen om objecten en beelden af te bakenen. Hieruit ontstonden twee trends. De ene trend gebruikt vooral licht, donker en kleuren als taal om ideeën vorm te geven. De andere trend hanteert voornamelijk zwarte lijnen als hulpmiddel bij de vormgeving van ideeën. De laatste trend ontwikkelt zich tot de oosterse schilderkunst. Van alle oosterse schilderkunsten wordt de Chinese als de meest aantrekkelijke gezien.



Afb. 9. Onbekend, Chinees landschapsschilderij

De traditie van de Chinese schilderkunst benadrukt 'het bezit van zowel een gelijkenis van de vorm als van de geest', drukt de geest van het lichaam uit, en concentreert zich op 'uiterlijke vormgeving en innerlijk gevoel' om correct te observeren en zich objectieve objecten van buiten naar binnen eigen te maken. De Chinese schilderkunst benadrukt het begrijpen van geestelijke functies en omvat de subjectieve geest van schilders, inclusief hun culturen, morele karakters en kenmerken. Door deze culturen, karakters en kenmerken uit de objectieve wereld in de schilderkunst op te nemen kunnen mooie afbeeldingen en sferen met een diepe betekenis gecreëerd worden. Wat de Chinese schilderkunst vooral zo interessant maakt, is dat zij zeer bedreven is in het maken van een combinatie van gedichten, kalligrafie (kalligrafie is in China geen ambacht zoals in het westen, maar een kunst), schilderen en grafiek die wemelt van oosterse kenmerken, traditionele Chinese cultuur en een overvloed aan esthetische gedachten (Sun & Xiao, 2008).

Inhoud van de schilderkunst

Wat er wordt geschilderd legt volgens Li Zehou, de meest creatieve levende Chinese filosoof, de nadruk op een aantal punten van zorg (Zijiang Ding, 2002). De Chinese kunst viert volgens hem een zintuiglijk genot dat gerelateerd is aan de sociale ethiek en politiek van het confucianistische China. Ze heeft zich toegelegd op functie, relatie en ritme in plaats van inhoud en objecten. Ze heeft zich beziggehouden met de harmonie van geslachtsgemeenschap of de interactie tussen verschillende tegenstellingen, in plaats van met conflicten. Ze heeft geprobeerd een intrinsieke interesse in het menselijk leven uit te drukken, in plaats van exacte imitatie en getrouwe reproductie te verstrekken. Ze heeft geprobeerd om emotie en rede te integreren en het intuïtieve streven van de emoties naar harmonie en tevredenheid te realiseren binnen het menselijk leven, in plaats van in te gaan op irrationele fantasie of geloof in het bovennatuurlijke. Ze heeft zowel de zachte en emotionele schoonheid van vrouwelijke elegantie als de vette en krachtige schoonheid van mannelijke kracht gewaardeerd, en niet een fatalistische zorg om terreur of tragedie gekoesterd.

De Chinese kunst wordt dus voornamelijk gemaakt met behulp van lijnen, maar laat zich leiden door de waarneming van de natuur. De uiting van het Chinese denken in de (landschaps)kunst wordt door Libbrecht ook wel de zwijgende filosofie genoemd (Libbrecht, 2004). Deze kunst houdt zich dus inhoudelijk voornamelijk bezig met de ethiek en politiek van het confucianisme, met de natuur in het algemeen en met de menselijke natuur. De lessen uit het confucianisme en het belang dat het taoïsme aan de natuur hecht zijn dus allebei duidelijk terug te vinden in de Chinese kunst.

De verandering in China

De Chinese filosofie doet weer een beroep op haar eigen verleden. Hierbij is het van belang dat ze niet alleen de geschiedenis herkauwt maar deze ook in een eigentijdse filosofie omzet. Er zijn duidelijke verschillen tussen de Chinese en de westerse filosofie. Vooral de tegenstelling tussen zijn-denken en wordings-denken is een groot verschil tussen deze twee. Maar juist door dit verschil is de Chinese filosofie van belang voor het westerse denken.

Het Westen heeft in zijn antropocentrisch wereldbeeld de natuur namelijk altijd ondergeschikt gemaakt aan de mens. Dit zou wel eens problemen kunnen gaan geven in het heden. Dat de natuur machtiger is dan de mens wordt wel weer duidelijk na een ramp als de aardbeving in Japan. De mens denkt met zijn techniek de natuur steeds de baas te kunnen. De natuur wordt zo het beschikbare en het manipuleerbare. Het westen heeft volgens Libbrecht de natuur als belevingsgrond uitgeschakeld en zijn rationaliteit afgezonderd als grondslag voor techniek. Daardoor verliest de natuur haar sacrale dimensie. Het taoïsme zou hierin verandering kunnen brengen met zijn gedachtegoed waarin de natuur centraal en op zichzelf staat. Met al de huidige milieuproblemen is er juist behoefte aan deze denkrichting, die nu al intuïtief al wordt aangevoeld (Libbrecht, 2004).

De invloed van het taoïsme wordt dus belangrijk in het Westen. Dit uit zich in de Verenigde Staten door bijvoorbeeld het Populair Western Taoism (PWT). Het PWT is een moderne religieuze stroming in de Verenigde Staten die zich richt op de natuur en het spirituele (Populair Western Taoism, 2011). Dit is bijvoorbeeld te zien aan de groeiende behoefte aan Chinese geneeswijzen die voortkomen uit het taoïsme: de World Health Organization (WHO) heeft namelijk recent onderzoek gedaan naar het gebruik van Chinese kruiden. Volgens de WHO neemt het gebruik van Chinese kruiden de laatste jaren sterk toe (Chinese traditionele geneeskunde, 2005). Deze kruiden worden momenteel in ruim 130 landen verkocht. In 1998 was de totale export van deze kruiden ongeveer 500 miljoen Amerikaanse dollars. In China is het zelfs zo dat de Chinese kruiden 30-50 % van de totale medische kosten in beslag nemen. Ook in het Westen is een toegenomen interesse in Chinese kruiden te constateren. Om de studie naar deze kruiden te intensiveren heeft de WHO zeven TCM centra in China mede opgericht (IOCOB). De resultaten van deze studie zijn helaas nog niet bekend.

Met de sterk afgenomen populariteit van de kerk is er meer plaats voor het confucianisme in het westen. Het Christendom dat zo lang het centrale denken van Europa in zijn greep had, verliest zijn positie. Het Westen raakt los van zijn eigen ethische basis, zegt Libbrecht. Maar het kan inspiratie vinden in het confucianisme voor zijn eigen ethische vernieuwing. Het vindt volgens Libbrecht in het confucianisme immers 'een ethisch huis met vele woningen' (Libbrecht, 2004). Ook de Chinese academie voor sociale wetenschappen is het hiermee eens. In het Westen heeft het Christendom veel van zijn invloed verloren. Maar in de samenleving, bijvoorbeeld op scholen, wordt

wel naar vervanging gezocht voor de rol die het Christendom had met betrekking tot ethiek en burgerschap. Volgens de Chinese academie voor sociale wetenschappen biedt het confucianisme hier uitkomst, want China heeft niet alleen dingen van het Westen overgenomen, maar het Westen wordt zeker ook door China beïnvloed. Zo is de invloed van het Chinese denken vooral onder Duitse intellectuelen al duidelijk zichtbaar. Deze invloed wordt duidelijk uit de grote toename van cursussen hierin op scholen en universiteiten, maar ook uit de literatuur die hierover in Westerse boekwinkels te vinden is (Chinese Academy of Social Sciences, 2003).

Hoewel het bovenstaande allemaal heel mooi klinkt op papier, is dit in de praktijk nog niet altijd het geval. China heeft het milieuprobleem nog niet opgelost en er zijn nog geen miljarden mensen gaan leven volgens het Confucianisme. De Chinese ideeën kunnen hieraan echter wel bijdragen, en het zou goed zijn als deze bijdrage door China zelf en door de rest van de wereld erkend wordt.

Het Chinese denken wordt dus op prijs gesteld in de huidige westerse wereld. Er is behoefte aan oplossingen voor de milieuproblemen en sinds het sterk teruglopen van het kerkbezoek is er ook behoefte aan een religie, een levenswijze. Aan die behoefte voldoet China met het taoïsme en confucianisme op perfecte wijze. In de kunst komen deze denkstromingen tot uiting. Dit was honderden jaren geleden het geval, tijdens de keizertijd van 200 voor tot 1200 na Christus, maar ook gedurende de laatste jaren. Alleen de jaren '80 van de vorige eeuw vormden in dit opzicht een recessie, omdat de Chinese kunstenaars zich toen juist bezighielden met het kopiëren van het Westen. Nu ze weer terug zijn bij hun eigen originaliteit en bij hun eigen ethiek en politiek, en respect voor de natuur en anderen laten terugkomen in hun kunst, beleven ze weer net zulke hoogtijdagen als in de keizertijd. Doordat ze hun eigen denkwijze in hun kunst leggen, wordt deze door het Westen én door China zelf beter geaccepteerd.

Conclusie

China realiseert zich de laatste jaren dat het zich niet moet richten op het overnemen van het westerse denken (zoals het marxisme), maar zelf een grote filosofische erfenis heeft. Door zich weer te verdiepen in oude filosofische stromingen als het confucianisme en taoïsme kan het land veel voor de wereld betekenen. In de wereld is er behoefte aan deze manier van denken, aan de ethiek van China en aan het Chinese respect voor de natuur. Zeker nu, in een tijd waarin het Christendom zijn macht verliest en de aarde opwarmt. Dit leidt tot een herwaardering van het Chinese denken; niet alleen in China, maar ook in de rest van de wereld. Deze herwaardering uit zich onder andere in de groei van de Chinese kunstmarkt, omdat de Chinese kunst een duidelijke weergave is van de Chinese waarden en normen. Omdat deze waarden en normen gewaardeerd worden, krijgt ook de Chinese kunst meer waardering.

Common ground

In de common ground worden de meest bruikbare inzichten van elke discipline bij elkaar gebracht. Daarbij wordt bekeken welke inzichten relevant zijn voor het beantwoorden van de onderzoeksvraag. Er wordt per discipline gekeken naar welke inzichten deze discipline bijdraagt. Vervolgens wordt bestudeerd hoe deze inzichten verdeeld zijn over de disciplines. Hierbij moet gedacht worden aan in hoeverre een inzicht uniek is voor een discipline of juist overeenkomsten vertoont met andere disciplines. Hierna wordt gekeken hoe de gevonden inzichten zich tot elkaar verhouden en of er opvattingen conflicteren. Als er conflicten bestaan, dan moeten deze zo goed mogelijk worden opgelost. Om dit mogelijk te maken, worden de gevonden inzichten hieronder eerst per discipline op een rij gezet.

Als verklaring voor de groei van de Chinese kunstmarkt presenteert de discipline kunstgeschiedenis de volgende inzichten:

- Het Westen is meer geïnteresseerd in de China, omdat de groeiende Chinese economie mogelijkheden biedt.
- Dankzij de groeiende economie van China hebben Chinezen meer geld te besteden, waardoor ze meer kunst kunnen kopen. Chinezen zien kunst als een goede investering.
- Chinezen zijn steeds meer geïnteresseerd in de eigen identiteit. Doordat ze meer geld te besteden hebben, kopen ze uit culturele trots steeds meer Chinese kunst.
- In China is het niet gebruikelijk om geld te geven om in de gratie te komen. Kunst is voor veel Chinezen een respectabel alternatief om als cadeau aan te bieden.

In het disciplinaire stuk van economie zijn de volgende inzichten aan het licht gekomen:

- De westerse wereld is al sinds het begin van de jaren '80 meer geïnteresseerd in de Chinese economische markt. Dit komt voornamelijk doordat een groeiende economie veel mogelijkheden biedt voor bedrijven.
- De hele economie van China is groeiende. Een voorkomende waarneming is dat wanneer de algemene economie van een land groeit, de kunstmarkt van een land ook groeit.
- China richt de aandacht steeds meer op het eigen land. In plaats van alleen economische groei te behalen uit export, komt binnenlandse consumptie steeds meer centraal te staan.
- De Chinese kunstmarkt is negatief gecorreleerd aan de algehele financiële markt. Dit maakt het ten behoeve van risicospreiding mogelijk om te investeren in Chinese kunst, en speelt mogelijk mee bij de groeiende westerse interesse in Chinese kunst.

De discipline filosofie biedt de volgende inzichten die de groei van de Chinese kunstmarkt kunnen verklaren:

- Chinezen zijn meer geïnteresseerd in hun eigen filosofische verleden. Omdat dit filosofisch verleden geuit wordt in de kunst, willen zij daar graag de trotse bezitter van zijn.
- In het Westen neemt de invloed van het confucianisme en het taoïsme toe. Omdat de ideeën van deze twee stromingen terugkomen en geuit worden in de Chinese kunst, zijn westerlingen dus ook meer in die kunst geïnteresseerd.
- Het confucianisme stelt relaties centraal, en met name het tonen van respect binnen relaties.

Nu de inzichten per discipline op een rijtje zijn gezet, is te zien dat deze inzichten niet met elkaar conflicteren. Er is echter wel sprake van inzichten die voor een deel of helemaal met elkaar overeenkomen. Tussen de elf inzichten die in totaal door de drie disciplines geleverd worden, zijn er vier overeenkomsten te vinden.

Als eerste overeenkomst is gevonden dat de Chinezen geïnteresseerd zijn in hun eigen identiteit. Hoewel dit alleen binnen de kunstgeschiedenis expliciet wordt gesteld, bieden filosofie en economie beide een inzicht dat hiermee overeenkomt. De filosofie stelt namelijk dat Chinezen weer meer geïnteresseerd zijn in hun eigen filosofische verleden. Een filosofie, een wereldbeeld, is een onderdeel van iemands identiteit, zodat gezegd kan worden dat wanneer Chinezen weer geïnteresseerd zijn in hun filosofisch verleden, ze daarmee geïnteresseerd zijn in hun eigen identiteit. De economie noemt het inzicht dat China zich meer richt op de binnenlandse consumptie. Dit houdt in dat Chinese bedrijven mogelijkheden zien in het verkopen in eigen land, terwijl men zich voorheen vrijwel uitsluitend op export richtte. Hoewel de drie disciplines dus niet helemaal hetzelfde zeggen, bedoelen ze allemaal dat Chinezen steeds meer interesse hebben in zichzelf en in hun eigen land. Om een common ground tussen deze inzichten te creëren introduceren wij een nieuwe term: 'eigenheid'. De Chinezen zijn meer geïnteresseerd in hun eigenheid, waardoor ze meer kunst uit eigen land kopen.

De tweede overeenkomst kan gevonden worden in elkaar aanvullende inzichten over de economische groei van China. Het gaat hier om inzichten die de kunstgeschiedenis en economie leveren en waar de filosofie niets over zegt (de filosofie spreekt ze dus ook niet tegen). Kunstgeschiedenis en economie stellen in feit hetzelfde: de groeiende economie van China heeft een groeiende Chinese kunstmarkt tot gevolg. Het verschil tussen beide disciplines is dat de kunstgeschiedenis een oorzaak-gevolg argument geeft dat direct aan China gerelateerd is, want er wordt beargumenteerd dat de Chinese economie groeiende is en dat mensen in China daardoor meer geld bezitten om uit te geven aan kunst; de economie stelt daarentegen in het algemeen dat

wanneer een nationale economie groeit, de kunstmarkt meegroeit. Deze twee inzichten conflicteren niet, maar vullen elkaar aan. Om deze reden hoeft geen common ground gecreëerd te worden, maar kunnen de inzichten worden samengenomen tot één inzicht, namelijk: de groeiende economie van China heeft een groeiende Chinese kunstmarkt tot gevolg.

De derde overeenkomst berust weer op inzichten van alledrie de disciplines. Een opvallende overeenkomst is dat het Westen geïnteresseerd is in China, en daarom ook in de Chinese kunst. Volgens de economie en de kunstgeschiedenis komt deze interesse voornamelijk voort uit het idee dat een groeiende economie interessant is voor bedrijven omdat ze mogelijkheden biedt. Door een algemene economische interesse in China raakt het westen daarom ook geïnteresseerd in de Chinese kunst. Volgens de filosofie is de oorzaak van de interesse van het Westen in China dat filosofische stromingen als het confucianisme en het taoïsme in het Westen steeds grotere invloed krijgen. Dankzij hun behoefte aan deze stromingen raken westerlingen geïnteresseerd in het Chinese denken en daarmee in de kunst die uit China komt. De inzichten van kunstgeschiedenis en economie en het inzicht van filosofie conflicteren niet maar vullen elkaar aan. Om deze reden hoeft er geen common ground gecreëerd te worden en kan uit de afzonderlijke inzichten één inzicht worden gedestilleerd: het westen is meer geïnteresseerd in China, en daarom ook in de Chinese kunst. Hierbij is het van groot belang dat het Westen vooral ook geïnteresseerd is vanwege de omgekeerde beurs situatie in China. Want juist sinds de crisis waarbij de westerse beurzen instortten, is de Chinese markt, en vooral de Chinese kunstmarkt, juist enorm gegroeid.

Als vierde overeenkomst is er het verband tussen het inzicht van de filosofie over het respect dat centraal staat in het confucianisme en dat van de kunstgeschiedenis over het geven van kunst als een respectabel cadeau. Hier houdt de economie zich afzijdig, maar spreekt het inzicht ook niet tegen. Het confucianisme hecht veel belang aan relaties tussen mensen, en met name aan het respect dat mensen voor elkaar moeten hebben. Het geven van een cadeau aan bijvoorbeeld zakenrelaties komt hier waarschijnlijk uit voort. Het confucianisme leeft namelijk sinds de dood van Mao in 1976 weer enorm in China en het geven van kunst als respectbetuiging kan daar een uiting van zijn. Uiteraard wordt er dan Chinese kunst gegeven, omdat de Chinezen trots zijn op hun eigen producten (zie inzicht 1). Om van de deze bijdragen van kunstgeschiedenis en filosofie één inzicht te creëren, introduceren we een nieuwe term: 'cadeaucultuur'. Het vierde inzicht is dus dat er in China een cadeaucultuur heerst waarbinnen kunst als een respectabel cadeau wordt gezien. Samen met het al besproken feit dat Chinezen steeds meer Chinese kunst kopen, zorgt dit voor een verkoopstijging van Chinese kunst.

Samenvattend kan gesteld worden dat uit de elf disciplinaire bijdragen de volgende vier interdisciplinaire inzichten gecreëerd kunnen worden:

- Chinezen zijn meer geïnteresseerd in hun eigenheid. Deze eigenheid komt tot uiting in de kunst, wat maakt dat Chinezen meer Chinese kunst kopen.
- De groeiende economie van China zorgt voor een groeiende Chinese kunstmarkt.
- Het Westen is geïnteresseerd in China, waardoor westerlingen meer Chinese kunst kopen.
- In China heerst een 'cadeaucultuur' waarbinnen kunst als een goed cadeau wordt gezien. Dit zorgt voor een toenemende verkoop van Chinese kunst.

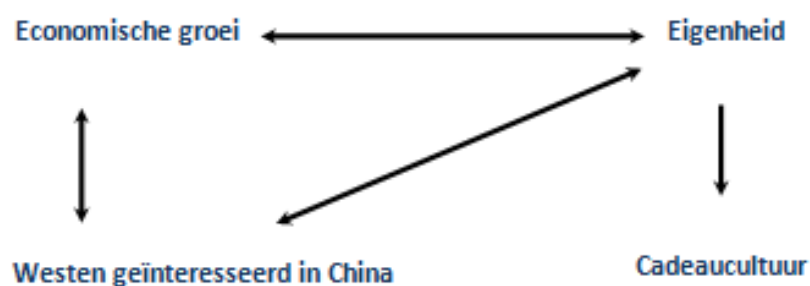
Integratie

Bij het creëren van de common ground bleek al snel dat de verklaringen die gevonden zijn bij elkaar passen en elkaar niet uitsluiten. Door de verklaringen die overlap hadden samen te voegen onder een nieuwe term ontstonden er uiteindelijk vier interdisciplinaire inzichten die de groei van de Chinese kunstmarkt kunnen verklaren. Deze vier inzichten staan niet per se los van elkaar, maar vertonen onderling een samenhang. Deze inzichten zullen hieronder kort worden genoemd waarna de onderlinge samenhang duidelijk gemaakt wordt. Aansluitend volgt een antwoord op de hoofdvraag van dit onderzoek: Hoe kan de snelle groei van de Chinese kunstmarkt worden verklaard?

Het eerste inzicht dat de groei van de Chinese kunstmarkt kan verklaren is dat Chinezen meer zijn geïnteresseerd in hun eigenheid. Deze eigenheid komt tot uiting in de kunst, wat maakt dat Chinezen meer Chinese kunst kopen. Het tweede inzicht is dat de groeiende economie van China zorgt voor een groeiende Chinese kunstmarkt. Ten derde is Westen meer geïnteresseerd in China, waardoor westerlingen meer Chinese kunst kopen. Als vierde inzicht is gevonden dat er in China een 'cadeaucultuur' heerst waarbinnen kunst als een goed cadeau wordt gezien. Dit zorgt voor een toenemende verkoop van Chinese kunst.

Vooraf de eerste drie inzichten (de Chinese interesse in eigenheid, de economische groei, en de westerse interesse in China) hangen onderling samen. Deze samenhang is schematisch weergegeven in de onderstaande afbeelding:

Figuur 2. Schematische weergave van de samenhang tussen de interdisciplinaire inzichten



Uit dit schema wordt duidelijk dat drie van de vier interdisciplinaire inzichten een onderlinge wisselwerking vertonen. We zien dat China meer geïnteresseerd is in zichzelf doordat de economie groeit. Tegelijkertijd zien we dat de economie groeit doordat China meer interesse heeft in zijn eigenheid. Aan het schema is ook af te lezen dat het westen geïnteresseerd is in China doordat er sprake is van economische groei, maar dat tegelijkertijd de economie groeit doordat het westen geïnteresseerd is. Deze wisselwerking bestaat ook tussen de inzichten dat China meer interesse heeft in zijn eigenheid en dat het Westen meer geïnteresseerd is in China. In feite versterken deze

drie inzichten elkaar. Het inzicht over de cadeaucultuur heeft niet zo'n samenhang met de rest van de inzichten. We zien dat het geven van Chinese kunst, waardoor de verkoop van Chinese kunst toeneemt, eigenlijk een specifieke uiting is van de algemene grotere interesse in de eigenheid. Het is niet een op zich zelf staande verklaring voor de groei van de Chinese kunstmarkt. Daarom zullen we bij het formuleren van een antwoord op de hoofdvraag uitgaan van de drie andere disciplinaire inzichten.

Conclusie

Binnen dit onderzoek naar de vraag 'Hoe kan de snelle groei van de Chinese kunstmarkt worden verklaard?' zijn er drie interdisciplinaire inzichten gevonden die samen een antwoord kunnen vormen op deze vraag. Deze inzichten bieden een beter begrip in de groei van de Chinese kunstmarkt dan de afzonderlijke disciplinaire inzichten, en betreffen: (1) Chinezen zijn meer geïnteresseerd in hun eigenheid. Deze eigenheid komt tot uiting in de kunst, wat maakt dat Chinezen meer Chinese kunst kopen; (2) De groeiende economie van China zorgt voor een groeiende Chinese kunstmarkt; (3) Het Westen is meer geïnteresseerd in China, waardoor westerlingen ook meer geïnteresseerd zijn in Chinese kunst. Hierdoor kopen zij meer Chinese kunst. Deze oorzaken vertonen een onderlinge wisselwerking en versterken elkaar.

Bibliografie algemeen

- Artprice. (2010). *Art Market Trends 2010*. Opgeroepen op 30 maart, 2011, van Artprice:
http://imgpublic.artprice.com/pdf/trends2010_en.pdf
- McAndrew, C. (2011, 23 maart). *Art Market Report: A New Global Landscape*. Opgeroepen op 30 maart, 2011 van The European Fine Arts Fair:
<http://www.tefaf.com/DesktopDefault.aspx?tabid=78>

Bibliografie Kunstgeschiedenis

- Arnason, H., & Mansfield, E. (2010). *History of Modern Art - Painting, Sculpture, Architecture, Photography*. London: Prentice Hall.
- Artketing and Chinese artists*. (2010). Opgeroepen op 29 mei, 2011, van LuxArt Asia:
<http://www.luxartasia.com/2010/08/published-artketing-and-chinese-artists.html>
- Chen Yanning*. (2011). Opgeroepen op 20 mei, 2011, van Christie's:
http://www.christies.com/LotFinder/lot_details.aspx?intObjectID=4829457
- Chinese art through the ages*. (2011). Opgeroepen op 18 mei, 2011, van Gallery of China:
<http://www.galleryofchina.net/china-art-history/chinese-art-through-the-ages.html>
- Gill, C. (2008, 24 juli). *Meet China's top collector of contemporary art*. Opgeroepen op 30 mei, 2011, van The Art Newspaper: <http://www.theartnewspaper.com/articles/Meet-China-s-top-collector-of-contemporary-art/8658>
- Gombrich, E. H. (1995). *The Story of Art*. London: Phaidon Press Limited.
- Historicus duidt het decennium: Maarten van Rossem vindt opkomst China historisch*. (2009, 29 december). Opgeroepen op 29 april, 2011, van Geschiedenis 24:
<http://www.geschiedenis24.nl/nieuws/2009/december/Maarten-van-Rossem-vindt-opkomst-China-historisch.html>
- Ho, H. (2010). *The Rise and Rise of Chinese Art*. DSL Collection.
- Kolesnikov-Jessop, S. (2010, 13 augustus). *The Chinese Artist Makes the Brand*. Opgeroepen op 29 mei, 2011, van Newsweek: <http://www.newsweek.com/authors/sonia-kolesnikov-jessop.html>
- Kunstenaars: Yue Minjun*. (2011). Opgeroepen op 30 mei, 2011, van Den Haag onder de Hemel:
<http://denhaagonderdehemel.com/tentoonstelling-1/kunstenaars-1/>
- Lee, E. (2007). *Chineseness in contemporary Chinese art criticism*. Opgeroepen op 20 mei, 2011, van Scribd: <http://www.scribd.com/doc/17201976/Chineseness-in-Contemporary-Chinese-Art-Criticism>
- Oeghoede, N. (2010). *Hedendaagse kunst in China*. Opgeroepen op 20 mei, 2011, van Gele Draak:
<http://www.geledraak.nl/html/page483.asp>

- Santini, L. (2010, 12 januari). *Asian Artists Shine Despite Tough Times*. Opgeroepen op 10 mei, 2011, van The Wall Street Journal: <http://online.wsj.com/article/SB10001424052748704675104575000722625850304.html>
- Smith, K. (2005). *Nine lives - The birth of Avant-Garde in New China*. Zurich: Scalo.
- Steidlmeier, P. (1999). Gift giving, bribery and corruption: ethical management of business relationships in China. *Journal of Business Ethics*, 121-132.
- To raise the Water Level in a Fishpond*. (2011). Opgeroepen op 20 mei, 2011, van Zhang Huan: <http://www.zhanghuan.com/ShowWorkContent.asp?id=39&iParentID=21&mid=1>
- Veldkamp, J. (2011, 4 maart). *China zet vaart achter hervormingen*. Opgeroepen op 29 april, 2011, van NOS Nieuws: <http://nos.nl/artikel/223157-china-zet-vaart-achter-hervormingen.html>
- Yip, K. (2010, 11 februari). *More Chinese collectors consider art as an investment vehicle*. Opgeroepen op 30 mei, 2011, van China Daily: http://www.chinadaily.com.cn/bizchina/2010-02/11/content_9463684.html

Bibliografie Economie

- Allen, D. (2002). Meet the New China. *International Journal of Business*, 36-49.
- Artlistings. (2011, 14 maart). *China zet opmars in kunstmarkt voort*. Opgeroepen op 18 april, 2011, van Artlistings: <http://www.artlistings.com/nl/media/1379/china-zet-opmars-in-kunstmarkt-voort/>
- BBC. (2010, 10 januari). *China 'overtakes Germany as world's largest exporter'*. Opgeroepen op 10 juni, 2011, van BBC News: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/8450434.stm>
- CIA. (2011, 15 juni). *The World Fact Book: China*. Opgeroepen op 27 juni, 2011, van Central Intelligence Agency: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/ch.html>
- Economist, T. (2001, 30 augustus). *The Economist*. Opgeroepen op 8 juni, 2011, van Mobile Phones in China: A billion voices calling?: http://www.economist.com/node/761061?story_id=E1_SGTDGT
- Frey, B. S. (2001). What is the Economic Approach to Aesthetics? In N. A. Baer, *Rational Decision-making in the Preservation of Cultural Property* (pp. 225-234). Dahlem: University Press.
- Frey, B. S. (2008). What Values Should Count in the Arts? In M. A. Hutter, *Beyond Price. Value in Culture, Economics, and Arts* (pp. 261-269). New York: Cambridge University Press.
- Grauwe de, P. (1990). *De Nachtwacht in het donker*. Tiel: Uitgeverij Lanoo.
- Gurría, A. (2011, 11 maart). *China: New Era of Opening Up*. Opgeroepen op 2 mei, 2011, van Organisation for Economic Co-operation and Development:

- http://www.oecd.org/document/14/0,3746,en_21571361_44315115_47404942_1_1_1_1,0
0.html
- Haier. (2008). *Haier*. Opgeroepen op 10 juni, 2011, van About Haier:
<http://www.haier.net/abouthaier/corporateprofile/facts.asp>
- Holz, C. (2008). China's Economic Growth 1978-2025: What We Know Today about China's Economic Growth Tomorrow. *World Development*, 1665-1691.
- Hsieh, S., Lee, J. & Tzeng, L. (2010). Art as an Investment: Empirical Study of Asian Contemporary and Chinese 20th Century Modern Art. *International Conferance on Finance*, (1-24). Taiwan.
- Hunt, K. (2011, 8 juni). *China Flexes its Muscels in the Contemporary Art Market*. Opgeroepen op 10 juni, 2011, van BBC News: <http://www.bbc.co.uk/news/business-13611835>
- Kraeussl, R. & Logher, R. (2010, december). Emerging Art Markets. *Emerging Markets*, 301-318.
- Lo, D. & Zhang, Y. (2010, oktober). Making Sense of China's Economic Transformation. *Review of Radical Political Economies*, 33-55.
- Maastrichtnet. (2011, 14 maart). *Uitslag TEFAF onderzoek naar internationale kunstmarkt*. Opgeroepen op 15 april, 2011, van Maastrichtnet:
<http://www.maastrichtnet.nl/nieuws/uitslag-tefaf-onderzoek-naar-internationale-kunstmarkt>
- Maneker, M. (2010, 2 maart). *Tefaf Art Market Report: Art Economics*. Opgeroepen op 20 juni, 2011, van Art Market Monitor: <http://www.artmarketmonitor.com/2010/03/02/tefaf-art-market-report-art-economics/>
- Marrewijk, C. (2011). Course Development Economics Lecture 1.
- Mosselmans, B. (2001). De economie van kunst en cultuur: contradictio a terminis? In B. Mosselmans, *Kunst te koop* (pp. 43-62). Roeselare: Roularta Books.
- OECD. (2005, 16 september). *China could become world's largest exporter by 2010*. Opgeroepen op 9 mei, 2011, van Organisation for Economic Co-operation and Development:
http://www.oecd.org/document/15/0,3746,en_33873108_36016481_35363023_1_1_1_1,0
0.html
- OECD. (2010). *Country Statistical Profiles*. Opgeroepen op 2 mei, 2011, van Organization for Economic Co-operation and Development: <http://stats.oecd.org/index.aspx?queryid=23114>
- OECD. (2011, 4 april). *Statistics from A to Z - Beta version*. Opgeroepen op 20 mei, 2011, van Organization for Economic Co-operation and Development:
http://www.oecd.org/document/0,3746,en_2649_201185_46462759_1_1_1_1,00.html
- Tegenlicht, V. (2004). *De Chinezen Komen 1*. Opgeroepen op 8 mei, 2011, van VPRO-Tegenlicht:
<http://tegenlicht.vpro.nl/afleveringen/2004-2005/de-chinezen-komen-1.html>
- Ying, Y. (2001). *Poverty and Inequality in China*. Opgeroepen op 20 mei, 2011, van The World Bank Group: <http://www.worldbank.org/html/prddr/trans/j&a96/art2.htm>

Bibliografie Filosofie

- Baumeister, T. (2005). *De filosofie en de kunsten*. Budel: Damon.
- Chinese Academy of Social Sciences. (2003). *Chinese and Western Values: Reflections on a Cross-Cultural Dialogue on a Universal Ethics*. Hong Kong: Bureau of International Cooperation.
- Chinese traditionele geneeskunde*. (2005). Opgeroepen op 28 mei, 2011, van Stichting voor innovatief onderzoek en onderwijs van complementaire behandelwijzen:
<http://www.iocob.nl/traditioneel/chinese-geneeskunde.html>
- Dean, E. (2001). Neo-confucianism and Physiotherapy: The Mind-Body-Spirit Connection. *Hong Kong Physiotherapy Journal*, 3-8.
- Leeuw, K. van der (1994). *Het Chinese denken*. Amsterdam: Boon.
- Libbrecht, U. (2003). De oude Chinese filosofie in het hedendaagse China. *Lezing 25 jaar comperatieve school*, (pp. 1-17). Leuven.
- Libbrecht, U. (1999). *Inleiding Comparatieve filosofie II*. Assen: Van Gorcum en Comp.
- Libbrecht, U. (2004). Wat mogen wij verwachten van de hedendaagse filosofische studie in China?
Deel 1. *Filosofie 3*, 31-34.
- Libbrecht, U. (2004). Wat mogen wij verwachten van de hedendaagse filosofische studie in China?
Deel 2. *Filosofie 4*, 21-24.
- Populair Western Taoism*. (2011). Opgeroepen op 28 april, 2011, van Center for daoist studies:
<http://www.daoistcenter.org/pwt.html>
- Sun, J., & Xiao, C. (2008). An Analysis on the Influence of Line in Chinese And Western Painting on Visual Shaping Language. *Asian Social Science*, 112-114.
- Zijiang Ding, J. (2002). Li Zehou: Chinese Aesthetics from a Post-Marxist and Confucian Perspective. In C. Cheng, & N. Bunnin, *Contemporary Chinese Philosophy* (pp. 246-259). Oxford: Blackwell Publishers Ltd.

Lijst van afbeeldingen

Afbeelding 1. Gu Kaizhi, *Nimf van de rivier de Luo*, kopie uit de 12^e of 13^e eeuw, inkt op zijde, 34,2 x 310,9 cm, Freer Gallery, Washington D.C.

Bron: <http://www.asia.si.edu/collections/zoomObject.cfm?ObjectId=7336>

Afbeelding 2. Chen Yanning, *President Mao inspecteert het platteland van Guangdong*, 1972, olieverf op doek, 173 x 295 cm, Sigg Collectie.

Bron: <http://sites.asiasociety.org/chinarevo/?p=15>

Afbeelding 3. Wang Guangyi, *Nieuw Coca-cola*, 2002, lithografie, 86 x 77 cm, privécollectie.

Bron: http://www.terminartors.com/artworkprofile/Wang_Guangyi-New_Coca-Cola

Afbeelding 4. Zhang Huan, *Het water laten rijzen van een visvijver*, 1997, performance, Peking.

Bron: <http://www.zhanghuan.com/ShowWorkContent.asp?id=39&iParentID=21&mid=1>

Afbeelding 5. Yue Minjun, *Flexibele latitude*, 2010, roestvrij staal, 4,25 x 7,8 x 4,3 m, Peking.

Afbeelding 6. Andy Warhol, *210 Coca-Cola Flessen*, 1962, zeefdruk, inkt, acrylverf en potlood op linnen, 210 x 267 cm, Daros Collectie, Zwitserland.

Bron: http://www.studiointernational.com/studio-images/face_to_face/bottles_b.asp

Afbeelding 7. Zeng Fanzhi, *Maskerserie 1996 Nr. 6*, 1996, olieverf op doek, 200 x 360 cm, ShanghART, Shanghai.

Bron: http://www.christies.com/LotFinder/lot_details.aspx?intObjectID=5078565

Afbeelding 8. Li Jin, ongetiteld, 2007, zeefdruk op karton, ArtChina Galerie, Hamburg.

Bron: <http://www.artnet.com/artwork/425720394/424855850/li-jin-untitled.html>

Afbeelding 9. Informatie onbekend.

Bron: http://www.fusionhealthacu.com/?page_id=7