



ILLUSTRATIE: HEIN DE KORT VOOR HET FINANCIËLE DAGBLAD

CULTUUR

Democratisering van de kunst, een slecht idee

Als ik mensen hoor praten over de noodzaak tot 'democratisering van de kunst' springen bij mij alle stoplichten op rood. In de kunstwereld is democratisch versus elitair een geliefd oppositiepaar dat te pas en te onpas wordt gebruikt.

Claims tot democratisering van de kunst komen vaak van ondernemers die de kunsthandel willen vereenvoudigen en uitbreiden door kunst aan het grote publiek aan te bieden. Je maakt een website, je presenteert daar kunstwerken die makkelijk met een klik worden gekocht en de hele elitaire poespas met galeries, musea, kunstcritici en kunsthistorici kan eindelijk overboord. Het volk wordt serieus genomen en beslist democratisch zelf wat goede kunst is. Vaak wordt een vergelijking getrokken met de muziekindustrie, die makkelijk en voor iedereen toegankelijk is.

KENNIS EN ERVARING

Ook kunst zou voor iedereen toegankelijk moeten zijn, punt. Kunst is echter per definitie enigszins elitair: het vereist namelijk kennis en ervaring om het te kunnen waarderen. Ik hoor u al zeggen dat het onzin is, want je kunt iets gewoon mooi vinden — natuurlijk. Maar om van een schilderij een cultureel, sociaal en economisch betekenisvol object te maken, heb je een systeem nodig dat het werk contextualiseert en het betekenis verleent. Het probleem met kunst is dus dat het officiële systeem waar men vanaf wil nu juist de symbolische en financiële waarde bepaalt. Deze waarde komt niet alleen tot stand dankzij de kunstenaar, maar vooral door de constellatie van musea, academies, kunstcritici, de tijdgeest en de markt.

Om een voorbeeld te noemen: kopers betalen miljoenen voor schilderijen van David Hockney, maar niet alleen omdat ze zijn kleur blauw zo mooi vinden; deze waarde is een resultaat van kritische publicaties over de kunstenaar, zijn museum- en galerieshows, zijn bewuste experimenteerdrijf en zelfreflectie, een netwerk van verzamelaars en de toewijding van curatoren die door de jaren heen zijn positie

➤ **Claims tot democratisering van kunst komen vaak uit kunsthandel**

➤ **Maar kunst is enigszins elitair; het vereist kennis en ervaring**

➤ **Kunst krijgt juist waarde door context van musea, kunstcritici, markt, tijdgeest, etc.**

hebben geëtablereerd. Als je dit systeem elimineert, bewerkstellig je geen democratisering van de kunst, maar distributie van verder niet noemenswaardige plaatjes.

BANKSY

U kunt tegenwerpen dat er kunstenaars zijn die buiten het officiële systeem hun carrière hebben opgebouwd zoals Banksy: dat lijkt zo, maar het is niet zo.

Banksy's gesprayde meisjes met ballons zijn inderdaad immens populair onder het grote publiek, zijn heimelijk aangebrachte muurschilderingen ontwikkelden zich tot selfiesbedevaartsoorden en zijn x-factor groeit met de dag. Niemand weet wie de kunstenaar is, maar iedereen kent zijn werken. Maar terwijl hij het anti-establishment symboliseert, heeft hij een officieel bureau dat de authenticiteit vaststelt van zijn werken die aan veilinghuizen worden aangeboden. Het is op veilingen — een solide onderdeel van het officiële kunststelsel — dat hij zijn grootste stunts heeft uitgevoerd en de hoogste records heeft bereikt; wat hem niet verhindert zijn undergroundimago hoog te houden.

Er zijn meer dan 3000 prints en 500 schilderijen van hem op veilingen verkocht, inclusief *Devolved Parliament* uit 2009, een werk dat het Britse parlement voorstelt met open als parlementariërs. Met de destijds op handen zijnde brexit is het in 2019 voor £9,9 mln van eigenaar veranderd. Vergelijk Banksy's strategie met die van Trump die zich als president van de Verenigde Staten vier jaar lang als een anti-establishmentvechter wist te presenteren. Het idee van democratische kunst hielp Banksy om in 2019 de top van de honderd best verkopende kunstenaars wereldwijd te bereiken (omzet: \$28 mln).

STRATEGIE

Banksy laat overigens goed zien hoe complex en interessant kunst kan zijn. Terwijl de objecten die hij maakt makkelijk als sentimentele kitsch kunnen worden bestempeld, maakt zijn strategie hem tot een briljante performancekunstenaar die niet zozeer doek en verf als zijn materiaal beschouwt, maar de kunstwereld op zich.

Democratisering van de kunst werkt

ook niet waar het de smaak betreft: goede kunst is niet datgene wat de meerderheid wil. Het Russisch-Amerikaanse duo Komar en Melamid voerde in 1993 een enquête uit waarin ze meer dan duizend Amerikanen vroegen hoe hun ideale schilderij eruitzag. Op basis van de gedetailleerde antwoorden ontstond in 1994 het schilderij *America's Most Wanted*: een landschap met een blauw meer en blauwe wolken doorboord door zonnestralen, met aan de oever serene reeën, vrolijke wandelaars en George Washington in het midden. Dit provocerende project met een afschrikwekkend resultaat wees uit dat de consensus van smaak ons niet verder zou brengen. We weten uit de geschiedenis dat de grote doorbraken in de kunst vaak nauwelijks op bijval konden rekenen.

LEREN KENNEN

Wat kunnen we daaruit opmaken? Het adembenemende onderzoek van de Franse socioloog Pierre Bourdieu in de jaren zeventig heeft aangetoond dat onze mogelijkheden om kunst te kunnen waarderen en beoordelen niet aangeboren zijn, maar aangeleerd. Kunst zoals we die sinds de renaissance duiden, omhelst meer dan plaatjes alleen; kunst leren kennen vergt inspanning, maar de beloning is groot. Het is als een nieuwe taal die je leert. Hoe meer je weet, hoe minder vaak je zult zeggen 'mijn kind kan het ook'.

Democratisering werkt evenmin als het gaat om zelf kunst maken. Niet iedereen is kunstenaar en uw kind tekent niet als Picasso.

Is de schilderende Sylvester Stallone geen teken van democratisering? Nee, eerder van de sensatiezucht van de media.



Marta Gnyp is expert in hedendaagse kunst, gepromoveerd aan de Universiteit van Amsterdam. Ze werkt als internationaal kunstadviseur vanuit Berlijn. Reageer via expert@fd.nl.

