

Zwichten de kenners langzaam maar zeker voor de smaak van het grote publiek?



ILLUSTRATIE: HEIN DE KORT VOOR HET FINANCIËLE DAGBLAD



Marta Gnyp is internationaal kunstadviseur.



En van de geheimzinnigste fenomenen in de kunstwereld is smaak. Smaken verschillen, over smaak valt niet te twisten: dat zijn clichéuitspraken die vaak van pas komen als we over kunst praten. Ze suggereren dat we vrij en subjectief zijn in onze keuzes omtrent dat wat we interessant of mooi vinden. Niets is echter minder waar: elke periode kent zijn eigen smaak met ongeschreven regels.

Hoe individueel we ook denken te zijn, we zijn onderworpen aan het dictaat van de sociaal-politieke context, de bagage van (kunst)geschiedenis, technologische ontwikkelingen en de ongrijpbare zeitgeist, een soort bewustzijn dat bij een specifieke tijd hoort. Deze laatste is het moeilijkst te vangen, zoals dat met geesten altijd het geval is.

Sorry, u bent dus niet zo vrij en vooral niet zo origineel in uw keuzes als u denkt. Volgens Glenn Brown kan je ook als kunstenaar beter niet te origineel zijn, want dan is je kwaliteit

niet zichtbaar. Je originaliteit is alleen traceerbaar binnen het bekende systeem. Of, zoals prachtig verwoord door de grote kunsthistoricus Adolf Riegl, niet elke gedachte is mogelijk in elke tijd.

Het is vandaag moeilijk voor te stellen, maar de achttiende-eeuwse kunstconnaissieurs lieten Rembrandt en de Vlaamse primitieven links liggen. Dichterbij in de tijd, nog maar vijftien jaar geleden, had bijna niemand interesse in Afro-Amerikaanse kunstenaars als Jack Whitten en Kerry James Marshall. Beiden worden nu vertegenwoordigd door de megagaleries (in het geval van Whitten betreft het diens nalatenschap). Hun werken brengen op veilingen niet zelden miljoenen dollars op en de schare bewonderaars groeit in rap tempo.

#BLACKLIVESMATTER

Deze collectieve smaakdeformatie geldt niet alleen voor de verzamelaars. Ook de musea hebben veel excellente kunstenaars over het hoofd gezien en proberen nu halsoverkop deze gaten in hun collecties te dichten.

Het San Francisco Museum of Modern Art heeft bijvoorbeeld vorig jaar het schilderij *Untitled* (1960) van de naoorlogse held Mark Rothko voor \$50,1 mln verkocht om Afro-Amerikaanse en vrouwelijke kunstenaars aan te kunnen schaffen. Een van de eerste werken die het museum heeft gekocht was een abstract schilderij van de Afro-Britse Frank Bowling, die vorig jaar op een leeftijd van 84 jaar zijn eerste, adembenemende, retrospectief in het Tate Britain heeft gehad.

Vraagt u zich af hoe het kan dat deze grandioze kunstenaars simpelweg

niet gezien werden? Deels omdat het kunstsysteem ze uitsloot. Dat vervangt slechts de ene vraag door de andere: Waarom laat het systeem deze kunstenaars nu wel toe en vijftien jaar geleden niet? Natuurlijk was het werk van Marshall formeel even sterk als nu, maar de brede interesse van vandaag heeft te maken met transformaties van een andere aard: de zogenaamde #blacklivesmatter-beweging werd populair en postkoloniale naweën kregen volop aandacht.

Bovendien zijn er nieuwe Afro-Amerikaanse verzamelaars opgestaan die hun eigen helden claimen. In 2019 was de rapper Diddy bereid \$21,1 mln te betalen voor Marshalls schilderij *Past Times* uit 1997 met, zoals altijd, alleen zwarte personages. Marshalls schilderijen zijn toegankelijk, niet schokkend, maar dubbelzinnig genoeg om een politieke boodschap van sociaal activisme en ruimdenkendheid uit te dragen. Smaak is ten dele een kwestie van een identiteitskeuze en de sociale houding die je wilt uitstralen.

Een ander opvallend kenmerk van de smaak anno 2020 is de omarming van kitsch en populisme. Zoals in de barokke tijd mythologie een excuus was om pornografie aan je wand te hangen, zo zijn vandaag de dag kunstenaars die zogenaamd commentaar leveren op kitsch een excuus om kitsch in huis te halen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de groene en roze sculpturen met daarop geschilderde vlinders van Nicolas Party.

ELITAIRE CONSERVATIEF

Onze officiële kunstsmak is langzamerhand gezwich voor de druk van bredere populistische trends: 'de kiezer heeft gelijk' is vertaald naar 'de

smaak van het publiek telt'.

Niemand wil worden aangezien voor een elitaire conservatief die de aansluiting mist bij de coole socialemedia-crowd. En dus worden kunstenaars zoals Banksy en Kaws door de markt en ook door het discours omarmd.

Banksy's verrassende stunt tijdens een veiling op Sotheby's in 2018, waarbij zijn schilderij *Girl with Balloon* uit 2006 zichzelf begon te versnipperen, werd gecategoriseerd als performance art (verkocht voor \$1,4 mln). Zijn aapjes en kussende politieagenten gaan voortaan als democratische kunst door het leven.

KAWS, bekend door zijn rondvormige mannetjes met kruisjes in plaats van ogen, werd tot voor kort door bijna niemand in het kunstestablishment serieus genomen. Inmiddels wordt hij vertegenwoordigd door de gerespecteerde galerie Skarstaedt; zijn solotentoonstelling in Qatar vorig jaar werd georganiseerd door de vooraanstaande curator Germano Celant en zijn schilderij *The Simpsons* werd voor \$14,8 mln verkocht op een veiling in Hongkong.

De artdealersfamilie Mughrabi, die hevig bij de markt van Warhol is betrokken, bezit ook veel werken van Kaws. Dat verklaart de forse prijsstijging enigszins, maar ook in dit geval roept de ene vraag de andere op: Waarom investeren de Mughrabi in deze kunst?

De volledige uitspraak van filosoof Immanuel Kant luidt: 'Over smaak valt wel te twisten, maar niet te discussiëren'. Dat betekent dat we over onze individuele voorkeuren kunnen strijden, maar dat we ze niet rationeel kunnen beargumenteren. Mij lukt het ook niet. Onze smaak reflecteert in elk geval de woelige tijden waarin we leven.

Kunst die zogenaamd commentaar levert op kitsch, is een excuus om kitsch in huis te halen