

Goedele Wellens WINNAAR VAN DE
SCRIPTIEPRIJS 2010

**WIE BEPAALT
WAT KUNST IS?**

Be. 34/100

INHOUD

- Wie bepaalt wat kunst is?
- 1 Inleiding
- 2 De grote kunstluchtbel
- 3 Een sociologisch perspectief
- 4 Sociaal kapitaal; invloed van sociale netwerken, connecties en achtergrond.
 - 4.1 Censuur en invloed van mecenaat en politiek
 - 4.2 Media
 - 4.3 Musea
 - 4.4 Veilinghuizen, verzamelaars en galleries; de commerciële tak der kunsten
- 5 Symbolisch kapitaal
 - 5.1 Tegenreacties, manieren om je te onderscheiden
- 6 Economisch kapitaal
 - 6.1 Kunst als bedrijf, de kunstenaar als cultureel entrepreneur
- 7 Een verschuiving in de kunst; hoge of lage kunst, kunst of gebruiksgoederen?
- 8 Publiek
- 9 Conclusie

WIE BEPAALT

WAT KUNST IS?

*Is dit afhankelijk van musea, galleries of zijn het de verzamelaars en het publiek die de dienst uitmaken? Hoe zit het met overheidsbemoeienis en de invloed van politiek op kunst? Hoe spelen de media daarin een rol? In hoeverre is de prijs die betaald wordt voor een werk leidend in de beoordeling van beeldend werk?*¹

Barbara Rose (kunstcriticus, 1968): “Misschien wordt Andy Warhol in de toekomst als de Maria Magdalena van de kunst gezien, de heilige hoer van de kunstgeschiedenis die zichzelf verkocht en passief de aandacht van het uitbuitende publiek accepteerde dat de kunstenaar koopt in plaats van zijn werk.”

“As artists we have sold off inspiration to buy influence” (Carl Andre)²

Draait het nu allemaal om de kunst, de kunstenaar of het prijskaartje dat aan een werk wordt gehangen?

I INLEIDING Sinds de Industriële Revolutie is de samenleving in Europa en de Verenigde Staten enorm veranderd. Met deze veranderingen is in de loop van de tijd ook een groei ontstaan van economische welvaart en daarmee een grotere middenklasse. Deze ontwikkeling versnelt na de Tweede Wereldoorlog en bereikt verschillende pieken in de 20ste eeuw en aan het begin van de 21ste eeuw. De groei van welvaart en de nieuwe verdeling van geld hebben ook zo hun invloed uitgeoefend op de kunstwereld.

In de kunstwereld is er altijd op een of andere manier sprake geweest van handel met kunst. In de Noordelijke Nederlanden, tijdens de periode van de Zeven Verenigde Provinciën, was er al sprake van een vrije markt. De Republiek maakte een enorme economische bloei door waardoor er een kunstmarkt kon ontstaan van vraag en aanbod. Deze markt was uniek voor Europa. De floreerende markt bracht in de Gouden Eeuw grote kunstenaars voort, zoals Rembrandt en Vermeer. Kunstenaars werkten met een eigen productiet atelier en lieten hun werk vervaardigen door medewerkers in het atelier om zo aan de grote vraag te kunnen voldoen.

Tegen het eind van de 19de eeuw, begin 20ste eeuw wordt kunst op een totaal andere manier benaderd. Met de economische welvaart neemt ook de individualisering toe. Hierdoor krijgen kunstenaars meer de behoefte zich te onderscheiden door middel van het werk dat zij maken. Kunst die ontstaat vanuit de eigen intrinsieke motivatie. Sinds de avant-garde en moderne tijd wordt kunst gemaakt om de kunst: 'l'art pour l'art'.

Constant stelt in 1964 dat avant-gardekunst de samenleving en cultuur die op dat moment leidend is wil verwerpen en bestrijden.³ Deze ontwikkeling wil ik laten beginnen bij Duchamp die door het gebruik van een kant-en-klaar product, de 'readymade', de relatie tussen inhoud en vorm van een object compleet verandert. Kunst bestaat alleen in het hoofd van de beschouwer. Het concept, het idee van de kunstenaar komt los te staan van het materiaal en de uitvoering. Sinds Duchamp hebben de ontwikkelingen elkaar in de beeldende kunst snel opgevolgd. Buiten de periodes van de twee wereldoorlogen en vlak na de Tweede Wereldoorlog, was kunst vooral een manier om je af te zetten tegen alles wat niet nieuw was.

Kijkend naar de ontwikkelingen vanaf de jaren '80 van de vorige eeuw, of het begin van het Postmodernisme, zie je tevens een hoop veranderingen optreden in de benadering van kunst. Modernisme, in tegenstelling tot het Postmodernisme, is kunst die niet populair is, zich juist wil afzetten en niet door iedereen begrepen hoeft te worden. Deze kunst is er voor een elitaire groep ingewijden. Maar sindsdien zijn steeds meer mensen zich gaan bezighouden met kunst. Kunst is populair geworden. Een kenmerk van het Postmodernisme is dat er geen richting meer is. Alles is mogelijk. Met als gevolg dat

iedereen iets wil vinden van kunst. Daarvoor was iedere wijziging in stijl of vernieuwing een reactie op de voorgaande periode. Nu lijkt de wereld van de kunst stuurloos te zijn geworden. Een bijkomende ontwikkeling is dat kunst wordt geconsumeerd. Als kijker of bezoeker aan een museum, maar ook als beleggings- en handelsobject. Kunst is een uiting geworden van het kapitalistische systeem. Er is een commerciële markt ontstaan voor kunst.

Neem alleen al een kijkje in East End, Londen of in Soho, New York. Kunstenaars struinen daar de galleries af in de hoop door een van deze galleries te worden uitgekozen om te mogen exposeren. Er zijn meer kunstenaars dan de galleries kunnen plaatsen. Zij kunnen uit een grote voorraad kunstenaars en kunstwerken putten. Zo is er een soort fabriek ontstaan waarbij de kunstenaar en zijn werk worden ingezet als product. Denk daarbij aan het werk van Mark Kostabi die dit letterlijk in schilderijen verbeeldt (afb. 1). Kunst als massaproduct.

Bij het functioneren van een fabriek of een groot bedrijf moet je regels van marketing en PR toepassen. Deze zijn leidend geworden om het mogelijk te maken je kunstwerk te laten zien aan een publiek. Maar wie bepaalt er dan welk werk wordt getoond? De galerie, de dealer, het museum? Je kunt je afvragen wiens belang deze instituten dienen. Als je namelijk een groot publiek wilt bereiken zul je ook vanuit de voorkeuren van het grote publiek de kunstwerken moeten selecteren. Erich Fromm noemt dit "consensual validation"⁴ (in overeenstemming bekrachtigen). Er wordt gekeken naar wat de markt vraagt en wat de markt vraagt resulteert meestal in een gemene deler. Maar door die massaliteit verliest het proces zijn eigenheid en daardoor ook kwaliteit. Dit proces vormt een sociaal patroon waar de kunstenaars, dealers en kopers deel van uit maken. Jasper Johns: "Een schilderij heeft geen betekenis dan welke het publiek eraan geeft."⁵ Dus zonder beschouwer verliest een kunstwerk zijn waarde. Rechtvaardigt dit dan marktwerking in de kunst? Moet je daarom uitgaan van die grote gemene deler en het publiek laten bepalen wat kunst is?

De galleries promoten en marketen de kunstenaars om zo de prijzen van hun werken te doen stijgen. Onder andere door te zorgen dat ze binnen de juiste cirkels bekend worden en marktwarde krijgen. Verzamelaars en bedrijfsinvesteers willen allemaal investeren in kunst van die kunstenaars die goed verkopen. De waarde van een werk van een populaire kunstenaar wordt gezien als waardevast en een zinvolle investering om in te beleggen. Veilinghuizen doen goede zaken en varen mee met deze stroom aan investeerders. Het kapitalistische systeem draait om carrière maken en om geld verdienen, ook de kunstwereld kan hier niet omheen.

De kunstenaar zelf moet zich opstellen als ondernemer. De kunstenaar als cultureel entrepreneur, maar tegen welke prijs? Hoe kan het dat de waarde van een kunstwerk grotendeels uitgedrukt wordt in geld? Hoe zit het met de

kracht dat een beeld uitoefent op de individuele beschouwer en de intrinsieke waarde van een kunstwerk? Wordt die waarde ook meegenomen in het beoordelen van wat goede of slechte kunst is? Wat of wie bepaalt die waarde?

Goedele Wellens

DE GROTE KUNSTLUCHTBEL ⁶ Een economische luchtbel houdt in dat de waarde van aandelen of, bijvoorbeeld binnen het vastgoedcircuit, van woningen enorm stijgt. Hierdoor ontstaat er een situatie waarbij banken of kredietverstrekkers makkelijker (hoge) leningen afsluiten. Op het moment dat teveel huizen op de markt komen, ontstaat er dus meer aanbod en zal als gevolg daarvan de waarde van de huizen ook dalen. Dan staat de waarde van de lening niet meer in verhouding tot de waarde van het huis. Er is teveel krediet verleend en de bezitters kunnen de lening niet meer terugbetalen, waardoor de markt inklappt. Het resultaat is dat kopers in te dure huizen wonen waarvan ze de hypotheek niet meer kunnen opbrengen. Hun schuld is hoger dan het bezit dat ze hebben. De luchtbel knapt. Ben Lewis, een Brits kunstjournalist onderzoekt dit fenomeen binnen de kunstwereld. Hij constateert dat, ondanks het instorten van de huizenmarkt en de kredietcrisis, die al is ingezet in de zomer van 2007, de kunstmarkt vrolijk zijn gang gaat. Er worden binnen de handel in moderne kunst van na 1945 recordbedragen neergeteld voor werken van onder andere Warhol, Marc Rothko, Francis Bacon en ga zo maar door. Maar ook voor werk van nog levende kunstenaars worden torenhoge bedragen neergelegd, zoals Jeff Koons of, als topje van de ijsberg, Damien Hirst. Volgens berekeningen die Ben Lewis heeft laten maken zijn de prijzen voor deze kunst sinds 2003 met 600 % gestegen. Tijdens veilingen bij de bekende veilinghuizen wordt massaal gekocht door handelaars, verzamelaars en kunstadviseurs. Met als resultaat een enorme luchtbel, mede ontstaan door een overvloed aan werk dat op de markt is gekomen. Van de oude meesters en bijvoorbeeld de Impressionisten is bijna geen werk meer te koop, deze markt is verzadigd. Dit in tegenstelling tot hedendaagse kunst.

Er studeren meer potentiële kunstenaars af van academies dan ooit en de populariteit van kunst bij het publiek is enorm. Mensen staan net zo graag in de rij om naar het museum te gaan als, bij wijze van spreken, om naar een voetbalwedstrijd te gaan kijken. De culturele markt is entertainment geworden, een vrijetijdsbesteding.

Er worden lijsten bijgehouden van aantallen bezoekers die tentoonstellingen bezoeken. Ook moderne kunst behoort tot de populaire vrijetijdsbestedingen. Wat daarbij ook een belangrijke rol speelt is dat iedereen erover mee wil praten. Wil je 'jong' en 'hip' zijn dan is hedendaagse kunst 'hot'. (bijlage 1)

Wat betekent dit voor de handel in kunst? Het probleem is, zeggen experts (onder andere Josh Baer, kunstadviseur, voormalig galeriebezitter en uitgever van de 'Baer Faxt' van Ben Lewis), vooral ontstaan door de mogelijkheid om te speculeren met kunst. (Multi-) miljonairs kopen massaal werk in en slaan dit op in magazijnen. Hier liggen de werken te wachten tot het juiste moment waarop ze het meeste geld zullen opleveren. Kunst krijgt pas betekenis als het wordt waargenomen door publiek, maar door werken op te slaan in magazijnen verliezen ze hun publieke waarde. Kunst is commercieel geworden, 21ste eeuwse handelswaar.

In de berichtgeving in de media wordt de waarde van schilderijen vaak alleen nog maar uitgedrukt in geld. Op 8 maart jongstleden nog kopt het NRC Handelsblad: “Topprijzen veiling Peter Stuyvesant collectie ... de hoogste opbrengst ooit voor een veiling van moderne kunst in Nederland. ... Voor een paar uur was Amsterdam gisteravond het wereldtoneel van de kunsthandel. De veilingzaal van Sotheby's aan de Boelelaan in Buitenveldert barstte uit zijn voegen. Vijfhonderd bezoekers, onder wie vele museumdirecteuren, bekende handelaren en grote verzamelaars, dromden bijeen.” Mark Grol, directeur van Sotheby's Nederland: “We zijn vanavond door het dak gegaan”, zei hij na afloop. “Het vertrouwen is terug in de markt. Bij sommige werken waren er meer dan twintig bidders. Die mensen waren dus allemaal bereid om grote bedragen voor een kunstwerk te betalen.”⁷ Onder andere De Volkskrant, Trouw en het Parool geven een soortgelijke kop.

Ook al is de luchtbel in het kunstencircuit al geknapt, toch nemen de populariteit en enorme bedragen die betaald worden niet af. De berichtgeving in de media speelt daar zeker een rol bij. Het benoemen van leidende figuren binnen de kunstwereld die bereid zijn veel geld neer te tellen voor werken uit deze collectie zullen andere actoren in het veld op scherp zetten. Zij krijgen het gevoel dat je een werk uit de collectie van British American Tobacco (BAT) moet hebben aangeschaft, of er minstens bij moet zijn geweest. Beweegredenen van deelnemers om werk aan te schaffen kunnen zijn: het behoud van Nederlands cultureel erfgoed of het idee dat je koste wat kost een werk uit deze collectie moeten hebben. Joop van Caldenborgh, eigenaar van Caldic Chemie en de grootste particuliere kunstverzamelaar van Nederland, zal vele privéverzamelaars door zijn aanwezigheid het gevoel hebben gegeven dat een deel van de collectie een ‘must have’ is.

Deze kunstcollectie zal op die manier opgedeeld worden. Er wordt in de media gesuggereerd dat dit veroorzaakt wordt door het winstbejag van de voormalige eigenaar. Het gevoel overheerst dat de collectie toe zou moeten behoren aan Nederlandse musea voor Moderne Kunst. Dit komt door de invloed van adviseurs als Willem Sandberg, Wim Beeren en Martijn Sanders, die mede de collectie hebben bepaald door de jaren heen. Maar wie moet een collectie van ruim 1000 schilderijen opnemen in de eigen collectie? Een collectie als die van BAT is vooral interessant vanwege het verhaal dat erachter zit, dit kan een hogere opbrengst opleveren. Maar is hij dan ook interessant voor een museum? Het blijven toch individuele werken die binnen een nieuwe context niet meer hetzelfde verhaal kunnen vertellen. Hoe moet een museum al deze werken binnen zijn eigen collectie zien in te passen? Desondanks is het onbegrip begrijpelijk, topstukken verdwijnen in privécollecties en zullen niet meer toegankelijk zijn voor publiek.

Echter in 2008 is bij veilinghuis Sotheby's in Londen ogenschijnlijk nog geen vuiltje aan de lucht. Je zou kunnen zeggen dat de aanzet tot de handel in kunst op deze schaal begint bij Charles Saatchi in de jaren '90. Hij koopt

kunstwerken van jonge Britten en verkoopt deze met winst door op het juiste moment. Het hebben van kunstwerken, van kunstenaars die ‘hot’ zijn, geeft je aanzien. Door de aanschaf van deze werken koop je dus eigenlijk status. De handel beperkt zich echter niet tot West-Europa en de Verenigde Staten. Ook rijke Russen, Chinezen, Indiërs en Arabieren gaan zich mengen in de handel in moderne kunst. De ‘nouveau riches’ van Rusland bijvoorbeeld willen zich niet meer onderscheiden door grote auto's, dure juwelen of merkkleding aan te schaffen. Je kunt status verwerven door kunst aan de muur te hangen. De oude meesters zijn niet meer zomaar voorradig; moderne kunst echter, is er in overvloed.

Ben Lewis denkt dat de enorme stijging van prijzen voor een belangrijk deel te danken is aan strategieën van kunsthandelaars. Zo zou José Mugrabi, een van de grootste verzamelaars van werken van Warhol, de prijzen moedwillig hebben opgedreven. Zoals hijzelf zegt is het simpel, en betalen hij en anderen zoveel voor een werk van Warhol omdat ze het mooi vinden en bereid zijn dit ervoor te betalen. Hij heeft inmiddels zoveel werken van Warhol dat hij de markt monopoliseert. Binnen de financiële wereld zou dit nooit mogelijk zijn geweest. Een bedrijf mag bijvoorbeeld niet meer dan 5% van het staal bezitten dat er op de wereld te koop is. Anders eigen je jezelf teveel macht toe.

Buiten verzamelaars en handelaars zijn de veilinghuizen ook onderdeel van het probleem. Bij Sotheby's bijvoorbeeld worden leningen verstrekt aan kopers. Mocht een koper de prijs van een werk niet kunnen opbrengen, dan kunnen ze voor het deel dat ze niet kunnen betalen een lening afsluiten bij het veilinghuis. Op deze manier kan de prijs opgedreven worden. Een werk dat normaal gesproken zou blijven hangen op 5 miljoen zou dan in een extreem geval voor 7 miljoen verkocht kunnen worden. De koper kan namelijk boven zijn macht doorbieden dankzij de lening die hij achter de hand heeft. Ook worden prijzen kunstmatig hoog gehouden door het geven van garanties aan verkopers, in de vorm van een minimumopbrengst. De veilinghuizen zoeken voor een werk de juiste koper en adviseren deze om op het werk te bieden. Hiermee begeven ze zich op glad ijs, aangezien ze zo een waardeoordeel uitspreken over het werk en niet meer optreden als objectief tussenpersoon tussen kunstenaar en koper. Ze nemen de rol aan van adviseur. Er is voldoende aanbod en er worden steeds meer kredieten gegeven. Hierdoor worden betalingen zo lang mogelijk uitgesteld. Zo vormen de veilinghuizen de kern van de luchtbel en zullen daar de grootste klappen vallen als de bel knapt. Als mensen stoppen met kopen zitten de veilinghuizen met torenhoge schulden en verzamelaars met overvolle voorraden.

Een voorbeeld waaruit blijkt dat de kunstmarkt toch niet bereid is alles te betalen voor moderne kunst is het werk ‘For the love of God’ van Damien Hirst (afb. 2).

Er blijkt niemand te zijn die 50 miljoen pond wil neertellen voor de schedel. Het werk zal uiteindelijk gekocht worden door een groep aandeelhouders,

maar Jay Joplin (eigenaar White Cube, Londen en zijn galeriehouder) en Damien Hirst zelf blijken nog altijd het grootste aandeel te hebben. De luchtbel staat op het punt om uit elkaar te spatten en niet iedereen is bereid voor iedere prijs alles te kopen.

Het idee van schaarste bij een gearriveerd kunstenaar werkt ook een opdrijving van de prijs in de hand. Hier opnieuw het voorbeeld Hirst. Hij blijkt enorme hoeveelheden werk in het magazijn van White Cube te hebben liggen, welke niet op de markt zijn gebracht. Om te bewijzen dat die hele luchtbel een fantasie is, organiseert Hirst zijn eigen veiling, 'Beautiful inside my head' bij Sotheby's en zet zijn eigen galleries buiten spel. De veiling op zich is een succes, maar Jay Joplin en Larry Gagosian (Gagosian Gallery) bieden alsnog mee tijdens het veilen van de werken om te voorkomen dat de prijzen teveel dalen en zij hun investering kwijt zijn. Hirst lacht hier het hardst. Hij vangt niet alleen 100 % van de inkomsten, maar zijn eigen dealers hebben ook nog eens meebetaald aan deze veiling.

In november 2008 spat de luchtbel alsnog uit elkaar en lukt het de grote mannen niet meer om hun werk te verkopen. Sotheby's leidt 83 miljoen verlies. In februari 2009 zie je dat de prijzen zijn teruggelopen met 75 %.

EEN SOCIOLOGISCH PERSPECTIEF Pierre Bourdieu, een toonaangevend Frans socioloog, signaleert en beschrijft processen die je ook zou kunnen toe-passen binnen de kunstwereld. De stand van zaken in de kunstwereld, zoals door Ben Lewis beschreven, is voor mij aanleiding om aan de hand van de ideeën van Bourdieu een basis te scheppen voor mijn onderzoek; wat het is of wie het is die bepaalt wat kunst is of zou moeten zijn. Deze processen vormen een kader voor met name de westerse maatschappij. Bourdieu probeert inzicht te verschaffen in de relaties tussen verschillende groepen mensen of gebieden in de samenleving. Hij gebruikt in zijn werk drie begrippen die hierbij een rol spelen. Die drie begrippen zijn 'veld' ofwel wereld, bijvoorbeeld de wereld of het veld van de beeldende kunst, 'habitus' en 'kapitaal'. Via die processen kun je een oorzaak vinden van het feit dat bepaalde kunstwerken of kunstenaars worden gewaardeerd en andere niet.

Volgens Bourdieu bestaat de wereld uit verschillende velden waarvan een individu wel of geen deel uitmaakt. Deze velden beslaan een bepaald gebied in de maatschappij, "relatief autonome sociale universa die werken volgens volstrekt eigen logica".⁸ Zo bestaat er bijvoorbeeld een cultureel veld, politiek veld of een literair veld. Deze velden staan niet zomaar op zichzelf, maar kunnen elkaar overlappen en overeenkomsten hebben. Het is een dynamisch geheel. Binnen het veld kun je spreken van groepen die iets gemeen hebben. Verschillende mensen nemen bepaalde rollen aan, die elk hun eigen aandeel hebben in het veld. Er wordt een spel gespeeld om een bepaalde positie te ver-

werven. "Denken in termen van gedragingen is denken in termen van relaties."⁹ Die gedragingen en ideeën zijn inherent aan het veld waarbinnen je beweegt en worden door Bourdieu aangeduid als 'habitus'. Je zou 'habitus' ook kunnen zien als een tweede natuur, of een onderbewuste structuur. Ieder individu binnen het veld kent de spelregels en gedraagt zich daarnaar. Je kunt alleen meespelen als je de regels kent. Het spel om een positie te verwerven wordt door Bourdieu omschreven als een strijd om de macht of de strijd om het 'kapitaal'. Heb je de macht, dan bepaal je voor een groot deel de toon voor de rest of voor wie de toon zet. Zo kun je bijvoorbeeld als je de macht hebt binnen het literaire veld, bepalen wie je gaat publiceren.¹⁰

Binnen het veld heb je leidende figuren en volgers. Het kapitaal is ongelijk verdeeld en iedere speler probeert winst te halen uit kapitaal. Als je aan de top staat heb je de macht om te bepalen hoe het veld eruit ziet. Binnen die top heb je producenten, maar ook instituten: in het geval van het culturele- of het kunstveld kun je spreken van musea, galleries, verzamelaars en handelaars in kunst. Deze maken de dienst uit. Als een kunstenaar zich genoeg bewezen heeft en de instituten niet meer om hem heen kunnen, zal hij zich ook binnen de top kunnen manifesteren en invloed kunnen uitoefenen op die instituten. Bourdieu maakt onderscheid tussen 'economisch kapitaal' (geld, eigendom), 'cultureel kapitaal' (genoten onderwijs, intellectuele bagage), 'sociaal kapitaal' (netwerken van sociale invloed of connecties, bijv. adellijke titel) en 'symbolisch kapitaal' (manier waarop je je weet te onderscheiden binnen het veld).¹¹ Met kapitaal heb je de macht en de mogelijkheid tot overheersen en kun je een sociale positie verwerven. De sociale relatie van macht. Om macht te kunnen uitoefenen heb je symbolisch kapitaal nodig. Om macht te kunnen toe-eigenen is er sociale en economische ongelijkheid nodig, het kapitaal moet namelijk verdeeld kunnen worden. De mens is altijd op zoek naar status of cultureel prestige, dit kan door middel van titels, taal, kennis, culturele kennis, sociale stijl, kwalificaties, smaak, enzovoorts.

De strijd om de macht binnen de kunstwereld wordt door Bourdieu vergeleken met de opkomst van de avant-garde aan het begin van de 20ste eeuw. Hierbij probeert een groep kunstenaars de zittende macht van zijn troon te stoten door juist iets compleet anders te gaan doen. Dit om te zorgen dat er een omslag plaats vindt in de verdeling van de macht. Deze strijd vindt constant plaats en iedere keer zal er een moment komen dat er een machtswisseling plaatsvindt. Die groepen hebben zogezegd als doel het veld te veranderen of juist te behouden. Dit machtsspel wordt vanuit eigenbelang geïnitieerd. Om dit te illustreren geeft Bourdieu nog een voorbeeld uit het literaire veld. Wat wordt wel of niet als poëzie of literatuur gezien? Waar liggen de grenzen van het gebied. Stel dat je als schrijver niet gezien wordt als schrijver van literatuur: dan word je buiten spel gezet. Je wordt als het ware buiten het culturele spel gehouden. Wie het culturele kapitaal in handen heeft, heeft de macht.

Die bepaalt wat goed en fout is.

“Aanleg en begaafdheid zijn ook het product van een investering in tijd en in cultureel kapitaal.”¹² Investeren gaan dus niet alleen om geld maar ook om geestelijke ontwikkeling. Als een persoon één is geworden met zijn culturele bagage, is ‘hebben’ ‘zijn’ geworden, en spreken we van ‘habitus’. Bourdieu noemt dit ook wel “geïncorporeerd kapitaal”. Dit kapitaal is niet te koop en maakt het daardoor juist bijzonder en schaars, hierdoor geeft het je meer macht in het veld. Dus aanleg en begaafdheid of de juiste opvoeding om binnen het veld te floreren hangen sterk af van de mate waarin je kapitaal hebt toegeëigend. Als je veel cultureel kapitaal hebt verwerf je maatschappelijke status. Met je sociale kapitaal onderhoud je het netwerk en kun je het netwerk ook uitbreiden. Het doel is om zo nuttig mogelijke relaties te onderhouden en hiermee economisch of symbolisch winst te maken. Hoe groter je netwerk, hoe makkelijker je het netwerk kunt onderhouden. Bekendheid of een adellijke naam helpen enorm mee om je netwerk te vergroten. Als je dus handig gebruik weet te maken van de media, heb je een streepje voor binnen het veld. In een interview met Robert Indiana vraagt Barbaralee Diamonstein hoe belangrijk het is om deel uit te maken van het kunstestablishment: “Enormously important, if you want to ‘make it’. Everything in life seems to be who you know and when you know them and where you are, and to be in the right place at the right time with the right thing is about what Pop amounted to. And it’s certainly my case...”¹³

Daarnaast heb je nog een ander element dat van belang is binnen deze machtsstrijd. Door het maken van onderscheid neemt de waarde van cultureel kapitaal toe. Door afstand te scheppen tussen datgene wat gewoon of doorsnee is, kun je je dus beter onderscheiden en neemt je symbolisch kapitaal en daarmee je macht toe. Als je genoeg macht hebt verworven ga je deel uitmaken van de gevestigde elite. Maar na verloop van tijd zul je zelf streven naar een behoud van de normen en waarden in het veld. Er zullen dan weer tegenbewegingen ontstaan die de gevestigde elite van zijn troon willen stoten die dan op hun beurt weer deel uit gaan maken van die hernieuwde elite. Dit is dus een doorgaand proces waardoor alles constant in beweging is.

Wat heeft dit alles te maken met de stand van zaken in de kunstwereld op dit moment? Doordat er constant een strijd om de macht gaande is, is er dus sprake van een elite die het voor het zeggen heeft. Bourdieu zegt daarover dat “een kleine culturele elite de macht heeft over het culturele kapitaal, in bezit is van het culturele kapitaal. Kunstenaars worden gedomineerd in hun relaties met politieke en economische machten.”¹⁴ Voorheen, in de tijd van Rembrandt bijvoorbeeld, in de vorm van patronage. Tegenwoordig door algemene mechanismen, zoals marktwerking. De elite heeft er belang bij om te blijven zitten waar ze zit. Dit heeft te maken met aanzien, sociaal en maatschappe-

lijk, maar ook op economisch gebied. Als je kunt bepalen wat op dit moment het topje van de kunstwereld is, wordt deze groep een selecte en exclusieve groep. Hierdoor kun je hogere prijzen vragen voor het werk, omdat er veel vraag is en weinig werk.

Zo zouden bijvoorbeeld Damien Hirst en zijn galerie werk bewust niet tentoonstellen omdat het anders zijn exclusieve waarde zou verliezen. Zo kun je de prijzen van je werk (kunstmatig) hoog houden. Door je binnen de bovenlaag van de hiërarchie te bewegen heb je meer ruimte om te spelen binnen het veld. Hirst bepaalt op dat moment met (of zonder) zijn galerie wat er binnen het veld gebeurt. Als cultureel producent heb je op dat moment dus specifieke macht, je hebt de mogelijkheid om dingen te maken, te laten zien die een ander niet kan zien of maken. Deze macht kun je in dienst stellen van de dominante partijen en daar zelf ook beter van worden.

Hierop aansluitend schrijft Bourdieu in zijn artikel ‘De productie van geloof. Bijdrage tot een economie van symbolische goederen’¹⁵, dat de handel in kunst eigenlijk een ontkenning van de economie is. Met kunst zouden eigenlijk geen economische belangen gemoeid zijn. Dit omdat een kunstwerk niet gemaakt wordt om te voldoen aan de vraag van klanten. Dit spreekt Suzi Gablik in haar boek, ‘Has modernism failed’ (1984) tegen. Sinds er een ‘overschot’ aan kunst en kunstwerken is ontstaan en kunst als een beleggingsobject wordt ingezet, is er marktwerking ontstaan binnen het kunstveld. Bij marktwerking ga je uit van vraag en aanbod met het doel meer omzet te genereren. Je benadert een kunstwerk dan als een gebruiksobject en niet als een object dat volledig autonoom is. Hiermee zijn economische belangen gemoeid. Is het zo dat sinds het Postmodernisme een kunstwerk alleen nog maar gewaardeerd kan worden op basis van zijn geldwaarde?

Een kunstenaar kan volgens Bourdieu maar op één manier economisch kapitaal opbouwen en dat is door eerst symbolisch kapitaal op te bouwen. Hierdoor kan hij naam opbouwen en zal hij bekend en erkend worden. Pas als hij die status heeft opgebouwd heeft hij zelf culturele waarde opgebouwd en zal hij die kunnen omzetten in economisch kapitaal.

Bourdieu zegt dus dat een werk eerst beoordeeld wordt op zijn intrinsieke waarde en dan pas op zijn economische. Zelf stelt hij ook de vraag hoe de waarde bepaald wordt van een kunstwerk. “Wie produceert de waarde van een kunstwerk nu in feite, de schilder of de handelaar, de schrijver of de uitgever?”¹⁶

Het idee van de kunstenaar die zegt dat de waarde van zijn eigen werk afhangt van de kwaliteit ervan, gaat voorbij aan het feit dat de kunsthandelaar het kunstwerk gebruikt om mee te handelen. Deze kunsthandelaar stelt het werk bloot aan de markt en geeft het daardoor commerciële waarde. Hij vertegenwoordigt de kunstenaar en is woordvoerder naar zijn klanten toe. Hij zal zijn nek uitsteken in het belang van de kunstenaar en hij fungeert als een sym-

bolisch bankier voor de kunstenaar. Door het netwerk dat de kunsthandelaar heeft wordt de kunstenaar ook opgenomen in dat netwerk, waar ook de critici deel van uitmaken. Bij de juiste aandacht kan de kunstenaar zijn netwerk steeds verder naar boven uitbreiden. Hoe meer je gebruik maakt van het spel dat hoort bij het veld, in dit geval hoe beter je een façade kunt opzetten en gebruik maakt van PR en marketingstrategieën, hoe hoger je rendement wordt en hoe groter de winst. “De aandacht van de scheppende kunstenaar wordt verplaatst naar de ‘ontdekker’ als schepper van de scheppende kunstenaar.”¹⁷ De handelaar en galeri houder gaan op zoek naar talent op de academies, houden bij welke kunstenaars prestigieuze prijzen winnen. Denk aan Saatchi die met zijn Saatchi Gallery een enorme macht heeft gekregen, waardoor je als jonge kunstenaar in Engeland niet meer om hem heen kunt om deel uit te maken van het veld. Saatchi weet door zijn netwerk van curatoren en galerieën een nieuw netwerk aan te boren waaruit hij weer nieuwe kunstenaars kan ‘pluggen’. Daar kan hij vervolgens weer meer symbolisch kapitaal uithalen en zijn status verhogen. In zijn aanpak gaat hij op zoek naar jonge kunstenaars die nog op de academies of vervolgoopleidingen zitten. Hij bezoekt de meest obscure tentoonstellingen die worden georganiseerd in de underground scene. Als hij de eerste is die ze ontdekt en hij ze groot kan maken, kan hij er op zijn beurt ook weer beter van worden. Door zijn reputatie lijkt het alsof alles wat hij in handen krijgt goud wordt. Verzamelaars lijken blind op werk van zijn keuze te vertrouwen. Hij weet op een slimme manier kunstwerken te promoten en te verkopen.

Naast de kunsthandelaars heb je de critici die deel uitmaken van het veld. Zij bepalen samen de reputatie en handelswaarde. Zij zijn het die de nieuwe talenten ‘ontdekken’ en door te kiezen wie ze al dan niet exposeren of over wie ze schrijven, beïnvloeden ze op hun beurt de kopers en verkopers. Consumenten dragen op hun beurt ook hun steentje bij door werk te kopen (verzamelaars) of symbolisch toe te eigenen (kijkers, lezers).¹⁸ Binnen dit systeem wordt er dus gestreden om de status en om de macht. Binnen dit veld wordt de waarde van kunst bepaald.

“Kunst zou zich eigenlijk verre moeten houden van sociale processen en puur blijven aan zichzelf” (Greenberg).¹⁹ Kunst zou altijd op zichzelf moeten staan en niet afhankelijk zijn van politiek, ambities en commercie. Deze mening was de modernist toegedaan. Maar in hoeverre kan zelfs de purist zich hiervan onthouden, kan hij autonoom blijven? De functie van kunst verandert steeds en reageert op de sociale omgeving. Er is altijd een relatie tussen de waarden, richting en motieven van de kunst en de maatschappij waarin deze kunst ontstaat.

Tot zover de sociale aspecten van de strijd om het kapitaal en de reden waarom er een voortdurende machtsstrijd gaande is binnen de kunstwereld. Door middel van de verschillende vormen van kapitaal zal ik een beeld schetsen wie of wat bepaalt wat kunst is. Hoe je dus voldoende cultureel kapitaal op-

bouwt om mee te tellen binnen het culturele veld. Dit vooral aan de hand van voorbeelden uit de beeldende kunst van de laatste 50 jaar.

4.1 SOCIAAL KAPITAAL; INVLOED VAN SOCIALE NETWERKEN, CONNECTIES EN ACHTERGROND.

Om als kunstenaar cultureel kapitaal op te bouwen zul je een netwerk moeten aanleggen of je netwerk moeten uitbreiden. Deze netwerken kunnen gezocht worden binnen het bedrijfsleven of de politiek. De politiek bepaalt het beleid, kan subsidies of opdrachten verstrekken. Het bedrijfsleven beschikt over financiële middelen en is tevens op zoek naar een vorm van symbolisch kapitaal. Als bedrijven zich weten te onderscheiden kunnen zij ook hun netwerk uitbreiden en klanten genereren.

Ook kun je op basis van de familie waarin je geboren bent al een netwerk tot je beschikking hebben. Bij het ontbreken van zo’n aangeboren status kun je bekendheid opzoeken door middel van de media en op deze wijze een netwerk vormen.

Voornoemde vormen van netwerken bevinden zich grotendeels buiten het culturele veld zelf. Binnen het culturele veld kun je dan nog te maken hebben met musea, galleries, handelaren en veilinghuizen. Deze partijen zijn voor een kunstenaar van groot belang, aangezien zij de expertise in huis zouden moeten hebben om een oordeel te vormen over de kunstenaar en zijn werk. Voor al deze connecties geldt dat zij een kunstenaar ook kunnen tegenwerken. Niet alleen door het werk te bestempelen als inferieur, maar ook door het toepassen van censuur.

4.1.1 CENSUR EN INVLOED VAN MECENAAT EN POLITIEK

In 1886 wordt de Bern Conventie georganiseerd en opgesteld, hierin is besloten dat literair en artistiek werk recht heeft op bescherming. In 1971 is deze aangepast en een clausule wordt opgenomen waarin wordt gesteld, dat door de emancipatie van de kunstenaar en het meer en meer autonoom worden van kunst sinds het einde van de 18de eeuw, de kunstenaar complete artistieke vrijheid geniet. Bij inkrimping van deze vrijheid is er sprake van censuur. Toch ontkom je niet aan een vorm van censuur, bijvoorbeeld in het geval van vrijheid van meningsuiting. In eerste instantie is deze bedoeld om burgers te beschermen tegen staatsinmenging. Maar grote bedrijven en multinationals hebben veel terrein gewonnen op het gebied van financiële, economische en politieke macht. Hierdoor zijn zij een grotere bedreiging geworden voor die vrijheid van meningsuiting. Dit is duidelijk zichtbaar bij kunstpatronage van autonome kunst.

Staatspatronage en bedrijfssponsoring kunnen door het beschikbaar stellen van financiële middelen censuur opleggen binnen een vrije, democratische,

kapitalistische maatschappij. Dario Gamboni geeft in zijn boek 'The destruction of art, Iconoclasm and Vandalism since the French Revolution' een voorbeeld van dergelijke invloed bij de opdracht van een kunstwerk van Diego Rivera. Tijdens de bouw van het Rockefeller Center in New York krijgt hij de opdracht om een drieluik te maken. Hij begint in 1933 met de schildering die op de meest geziene locatie in het gebouw geplaatst wordt. Zichtbaar voor alle medewerkers en arbeiders die daar werken. Het meest opvallende aan de muurschildering is de tegenstelling tussen het kapitalistische en socialistische systeem. Hij voegt daaraan het portret van Lenin toe, wat op enorm verzet stuit bij de directie van het bedrijf dat zich zou vestigen in het gebouw. Ze eisen dat hij het portret verandert. Rivera weigert en vernietigt de muurschildering liever dan toe te geven aan de druk om zijn artistieke werk aan te passen. De Rockefeller's, zijn kunstsponsors, halen hun handen af van Rivera en houden zich verder buiten de discussie. Uiteindelijk betaalt het bedrijf Diego Rivera, maar laat het werk vervolgens vernietigen. Hij heeft hiermee een opdracht verloren, zijn werk is vernietigd en zijn Noord-Amerikaanse sponsors is hij kwijt (afb. 3).

Een voorbeeld van politieke bemoeienis in de Verenigde Staten is te zien gedurende de jaren '50, onder McCarthy. Na de Tweede Wereldoorlog wil het Amerikaans Modernisme zich verre houden van politiek. Het Abstract Expressionisme moet gaan over individuele vrijheid, expressie en democratie. Maar door bemoeienis van McCarthy wordt moderne kunst alsnog betrokken bij het politieke spel. Moderne kunst wordt simpelweg in zijn geheel weggezet als communistisch.

Een kunstenaar die zich bijna uitsluitend bezig houdt met sociaal-politieke en sociaal-artistieke onderwerpen is Hans Haacke. Hij stelt vragen bij de autonomie van kunst. De kunstwereld is voor hem niet los te zien van de dagelijkse realiteit. Politieke en economische machten spelen onmiskenbaar een rol in de kunst. Deze gedachte ligt in dezelfde lijn als Bourdieu in de vorm van zijn verschillende velden. Volgens Haacke zijn bij het ontstaan van de postmoderne samenleving de culturele grenzen verlegd en is het effect en de macht van kunst weg. Kunstenaars willen buiten de grenzen werken van de traditionele vormen van kunst en zo keren zij zich tegen het establishment en zijn instituten. Haacke zegt dat je hierdoor eigenlijk de instituten nog harder nodig hebt om het kunstwerk te valideren en te definiëren als kunst. Zonder die instituten zou dit werk het publiek niet eens bereiken. Zonder je netwerk ben je geen speler binnen het kunstveld.

Haacke probeert de processen die zich voordoen in de kunstwereld inzichtelijk te maken. In de Verenigde Staten bijvoorbeeld kunnen musea grotendeels bestaan dankzij privégiften. Deze giften komen vaak uit conservatieve hoek, van individuen of bedrijven. Deze drukken hun stempel op collecties en musea kunnen afhankelijk worden van deze giften. Dat kan deze mecenenaten veel macht geven. In de jaren '70 en '80 zie je een enorme groei van sponsoring door bedrijven

ook in Europa ontstaan. Hiermee zien zij mogelijkheden om hun imago op te poetsen (symbolisch kapitaal te verwerven) en wordt het koppelen van hun naam aan een kunstcollectie een communicatie-instrument. Een middel om de publieke opinie te beïnvloeden. Haacke laat met zijn werk de grote bedrijfs-systemen zien die hun macht en invloed uitoefenen binnen het establishment. Je kunt gebruik maken van dit systeem maar in de praktijk ontcom je er niet aan je te schikken naar de hand van bijvoorbeeld het grote instituut of bedrijf dat je werk tentoonstelt of je werk sponsort. Musea en galerieën blijven toch de meest krachtige middelen om je werk en ideeën aan een publiek te laten zien. Je kunt bijna niet ontkomen aan de morele en sociale codes van de tijd waarin je leeft. Haacke: "In order to contribute to the gradual decomposition of the belief structure of today's fantastically resilient capitalism, one cannot but mimic and play along with some of its ways. Only history will tell in retrospect who was co-opting whom, if one can really speak of co-optation in such a dialectically complex setting."²⁰

Haacke laat dit zien in het werk 'Manet-Projekt '74'. Hierin laat hij de voormalige eigenaren van een werk van Manet, 'Bos Asperges' (1880) zien en wat er met een schilderij gebeurt als dit van eigenaar wisselt en wat ervoor betaald wordt.²¹ (afb. 4/5) Het werk is een periode ook in handen geweest van de Nazi's en Haacke wil daarmee aantonen dat je als kunstenaar geen invloed kunt uitoefenen op de weg die je werk aflegt op het moment dat het bezit wordt. Hij verzamelt ook statements van grote bedrijven, die door middel van die statements willen tonen hoe goed het is om zichtbaar geld te steken in kunst. Niet alleen vanwege altruïstische motieven steken bedrijven geld in kunst. Zo kan het grote voordelen opleveren, in de vorm van publiciteit en reclame, zelfs belastingvoordeel in sommige landen. Het imago van het bedrijf wordt opgepoetst en je product krijgt een exclusiever karakter. Die statements verwerkt Haacke op dezelfde manier waarop bedrijven adverteren.

Met de komst van het Postmodernisme is er sinds grofweg de jaren '80 een ontwikkeling gaande waarbij het succes van een tentoonstelling wordt afgemeten aan de mate waarop de expositie de media heeft gehaald en de hoeveelheid bezoekers die er zijn geweest. De 'blockbuster', waarbij het allemaal draait om het record aantal tickets dat moet worden verkocht, is inmiddels een bekend fenomeen. Vaak worden deze tentoonstellingen georganiseerd door middel van een grote sponsor. Het gevaar voor musea is dat deze te afhankelijk worden van bedrijfsinkomsten en daarmee bedrijven teveel te zeggen kunnen krijgen over de samenstelling van exposities of zelfs het gebruik of de functie van een museum. Een museum dat gebruikt wordt voor viparrangementen van de sponsor van de tentoonstelling. Een bedrijf kan besluiten dat het zijn belangrijkste contacten niet bloot wil stellen aan bepaalde 'aanstootgevende' werken. Waarop besloten kan worden de doeken te bedekken of zelfs te verwijderen. Een bedrijf kan een tentoonstelling gebruiken om bij het promoten van een tentoonstelling publiek te werven voor producten of

diensten die zij leveren. De expositie wordt als het ware de ‘merchandise’ en het publiek dat op de tentoonstelling afkomt je markt.

Tot slot nog een laatste voorbeeld van de politieke invloed in de Verenigde Staten. In de jaren '90 is er sprake van de zogenaamde ‘Culture Wars’. Gedurende deze periode gebruikt de politiek bepaalde provocerende kunst om staatssteun en subsidies stop te zetten. Ze gebruiken bijvoorbeeld werk van Mapplethorpe, Serrano en Karen Finley om aan te tonen hoe verderfelijke kunst is en daarom niet in aanmerking zou mogen komen voor staatssteun. Finley is een van de kunstenaars die haar subsidie ingetrokken ziet worden door de National Endowment for the Arts (NEA).

Nu was er in de Verenigde Staten al amper sprake van kunstbeleid of subsidies, maar dit soort werken worden misbruikt om moderne kunst te stigmatiseren. Gedurende deze periode in de Amerikaanse geschiedenis wordt er door de politiek besloten wat wel en niet als kunst beschouwd mag of kan worden. Met name kunst die zich kritisch opstelt ten aanzien van deze overheid zelf.

Joseph Kosuth stelt in 1990 een tentoonstelling samen in het Brooklyn Museum of Art, ‘The play of the unmentionable’.²² Met deze tentoonstelling neemt Kosuth stelling tegen censuur van kunst en literatuur. Dit doet hij door werk wat op dat moment aanstootgevend is te exposeren naast werk dat in het verleden aanstootgevend is geweest. De hele tentoonstelling staat in het teken van vrijheid van meningsuiting. De populariteit was enorm en laat daardoor goed zien hoe kunst ook een sociale functie kan vervullen.

In Amerika heeft zelfs de douane iets te zeggen over wat kunst wel of niet is. Doordat de overheid aan het begin van de 20ste eeuw extra belasting is gaan heffen op de invoer van kunst hebben ze richtlijnen moeten opstellen over de definitie van kunst. Wie bepaalt dan wat wel en wat geen kunst is? Als voorbeeld noemt Gamboni ‘Bird in flight’ van Brancusi. Dit werk werd door de douane niet gezien als kunst. Het werk was in 1928 gekocht door de Amerikaanse fotograaf en galeriehouder Edward Steichen. Tijdens het invoeren ontstond er onduidelijkheid hoe het werk belast moest worden. Als industrieel object of kunstobject. De ambtenaar bij de douane zou advies hebben gevraagd aan de National Academy en National Sculpture Society. Die verklaarden dat het geen kunst was. De rechter heeft uiteindelijk uitspraak moeten doen en het werk als kunstwerk bestempelt. Er werd in 1909 al extra belasting geheven over kunst die gemaakt was in de 20 jaar daarvoor. Dit leek met name tot doel te hebben moderne kunst buiten de Verenigde Staten te houden, dit werd ‘Ellis Island Art’ genoemd (de plek waar alle immigranten uit Europa aankwamen).²³

4.2 MEDIA Door gebruik te maken van de media hebben vele kunstenaars zich een plaats weten te veroveren binnen de culturele elite. Gilbert & George hebben zichzelf als persoonlijkheden op de markt gezet als kunst, hun leven als een groot kunstwerk. Om op deze manier een publiek te bereiken heb je de media nodig. Jeff Koons gebruikt zichzelf als onderwerp en maakt daarbij gebruik van elementen uit de populaire cultuur, vooral uit de kitsch-sfeer. Door zijn provocerende houding en de aard van zijn projecten is zijn werk extra gevoelig voor de media. Andy Warhol past ook in dit rijtje, met zijn eigen televisieprogramma's zoals ‘Andy Warhol's Fashion’, ‘Andy Warhol's TV’ en ‘Andy Warhol's Fifteen Minutes’. Voor hem was de wereld die je op de televisie zag echter dan de wereld waarin wij leven. Volgens Warhol was iedereen op zoek naar zijn ‘fifteen minutes of fame’.

Eind jaren '80 ontstaat er in Engeland een kleine groep jonge kunstenaars, de Young British Artists (YBA). Zij willen als jonge startende kunstenaars alle taboes doorbreken. Zij staan voor anarchisme en anti-establishment. Damien Hirst wordt gezien als leider van de groep en is tevens curator van de tentoonstelling ‘Freeze’ in 1988. Met deze tentoonstelling zet hij deze groep meteen op de kaart, dit in samenwerking met Charles Saatchi. Zij zijn een groep ‘working-class’ kunstenaars en zoeken de grenzen op in het tijdperk van Thatcher. In dit liberale Engeland was de overheid wars van provocerende of progressieve kunst. Galeriesten durfden hun nek niet uit te steken omdat ze bang waren subsidies kwijt te raken. Saatchi echter heeft door zijn achtergrond, zijn wereldwijd opererend communicatiebureau, een enorm netwerk waarmee de YBA's een goede entree hebben gehad binnen de kunstwereld. Tracey Emin behoort tot deze YBA's en is een duidelijk voorbeeld van hoe de groep te werk ging. Door haar persoonlijke leven openbaar te maken en door haar liefdesleven te exploiteren genereerde zij enorm veel media-aandacht. Hiermee heeft zij haar naam weten te vestigen in de kunstwereld.

Nog een voorbeeld van een kunstenaar die op zoek is naar een shockeffect en zo heel bewust de media naar zich toe weet te trekken is Maurizio Cattelan. Hij probeert met zijn acties de media te halen om een statement te maken. Hierdoor kun je zijn werk beschouwen als theaterstukken of performances. Zo steekt hij de draak met de manier waarop de kunstwereld zijn financieringen regelt. Bijvoorbeeld door zijn galeriehouder in een konijnenpak te laten rondlopen tijdens een opening van zijn werk. Dit werk ‘Errotin, le vrai lapin’ lijkt verdacht veel op een enorme roze fallus. Dit als knipoog naar de cyclus van distributie en consumptie in de galeriewereld. Of hij tapet zijn galeriehouder in Milaan aan de wand met ducktape, voor Cattelan een reden dit werk ‘A Perfect Day’ te noemen (afb. 6).

Naast het gebruiken van de media om beroemd te worden kun je de media ook gebruiken om de werkelijkheid naar je hand te zetten. Marshall McLuhan had het in dit verband over ‘The Global Village’²⁴, deze Canadese theoreticus

schrijft hier al over in de jaren '60. Volgens hem is de manier waarop we informatie tot ons krijgen belangrijker dan de inhoud. Door de televisie worden we allemaal met elkaar verbonden. Wil je de huidige wereld begrijpen, dan moet je de media begrijpen. Inmiddels kun je zeggen dat de televisie vervangen is door computer en internet. In de jaren '80 schrijft Baudrillard over een 'hyperrealiteit' waarin de realiteit is vervangen door tekens en beelden. Onze werkelijkheid is gebaseerd op datgene dat we via de media zien. Deze tekens en beelden worden echter dan de realiteit. De hyperrealiteit wordt gedomineerd door simulaties van de werkelijkheid en niet de echte realiteit of acties. Dit staat allemaal omschreven in zijn 'Simulacra & Simulations'.²⁵ Volgens Baudrillard overigens diende een kunstwerk als teken. Een teken waarmee een verzamelaar of bezitter van het werk zich weet te onderscheiden en sociaal aanzien weet te verwerven.

4.1 E MUSEA Het ontstaan van musea heeft een rol gespeeld bij de waardering van kunst. Door een kunstwerk in een museum te plaatsen krijgt het een bijzondere waarde, krijgt het meer belang. Dit is met name in Frankrijk tijdens de Franse Revolutie een kentering geweest. Kunst zou een positief beeld kunnen geven van de morele, politieke, economische en esthetische situatie van het land. Belangrijk was een onderscheid te maken tussen teken en betekenis. De betekenis van een object veranderde door het te plaatsen in een museum.²⁶ Musea werden plekken om historische gebeurtenissen te laten zien, kunstschaten te bestuderen en van het object op zichzelf te genieten. Het museum ontwikkelde zich gaandeweg tot de plek om actueel werk te tonen. Kunstwerken kregen een meer autonome status en musea werden de uitgelezen plekken om deze werken te bekijken.

Maar de rol van musea en hun status is in de loop van de tijd wisselend geweest. Begin 19de eeuw zegt Maurice Quai ²⁷ dat het Louvre moet worden platgebrand, musea bestaan om smaak te corrumperen. Pissarro heeft het over het vernietigen van de necropolissen van de kunst. Het Louvre wordt volgens hem overheerst door het verleden en dit verhindert kunstenaars en publiek om met een frisse blik naar het heden en de toekomst te kijken. De gevestigde instituten zouden moeten worden vernietigd. Theodor Adorno vindt dat musea de familiegraven van de kunst zijn. Bruce Chatwin op zijn beurt schrijft in zijn novelle 'Utz' in 1988, dat kunst alleen kan herleven door musea iedere 50 jaar te plunderen en dan hun collecties weer in roulatie te brengen. Genoeg kritiek dus op de status en aanwezigheid van musea. Onafhankelijke kunstenaars zijn gaan ageren tegen officiële en commerciële kunst. Zij willen benadrukken dat zij niet afhankelijk zijn van officiële instituten. Zich niet schikken naar de norm en vooraf bepaalde verwachtingen. Hierdoor wordt vernieuwing het speerpunt van esthetische waarde. Je moet als kunstenaar

bewijzen dat je werk kwaliteit en waarde heeft en zich sociaal onderscheidt. Het breekt met bestaande criteria, maar wordt daardoor massaal afgewezen door het publiek. Zo is er een gat ontstaan tussen belangrijke innovatieve en creatieve kunstenaars en de algemene waardering door het gewone publiek. Dit moment kun je beschouwen als het omslagpunt naar de avant-garde. In onze postmoderne tijd is dit gat eigenlijk nog steeds niet gedicht. Juist werk dat onrust veroorzaakt, aanvallend is, shockeert, is interessant geworden voor verzamelaars van hedendaagse kunst. Voor nieuwe kunst moet je radicaal breken met de oude kunst. Duchamp deed dit door zijn 'Fountain' in een museum te plaatsen. Door het plaatsen van een ordinair gebruiksvoorwerp als een urinoir in het museum wordt het vanzelf kunst. Maar is het ook kunst? Door deze radicale breuk met het verleden en door zijn werk op deze manier te presenteren heeft hij de discussie aangezwengeld wat wel en geen kunst is. Duchamp is zelfs op een gegeven moment helemaal gestopt met kunst maken, aangezien voor hem de ware kunst alleen nog maar in het hoofd bestaat. Het publiek van de Armory Show waar het werk voor het eerst te zien is geweest, was er zeker niet van overtuigd dat ze hier te maken hadden met een kunstwerk.

In de jaren '60 en '70 nemen kunstenaars zijn ideeën over. Deze conceptuele kunstenaars streven naar kunst als idee. Kunst bestaat niet meer uit tastbaar of duurzaam materiaal, is in ieder geval niet meer verkoopbaar. Lawrence Weiner is een kunstenaar die dit ver doorvoert: "Many coloured objects placed side by side to form a row of many coloured objects"²⁸, 1979. Het kunstwerk bestaat uit niet meer dan de letters die op de wand te lezen zijn. Kunst bestaat alleen in het hoofd van de beschouwer. De instituten zouden een vals bewustzijn hebben gecreëerd en de 'conceptuelen' willen dit blootleggen. Galeriers zijn alleen nog maar bezig met kunstenaars die hot zijn, lees: goed verkopen. Verzamelaars zien kunst als beleggingsobject en niet meer als een object dat op zichzelf staat, waarbij de waarde niet uitgedrukt kan worden in geld.

Marcel Broodthaers probeert met zijn 'Musée d'Art Moderne', (afb. 7, tentoongesteld tijdens de expositie 'Museum as muse' in MOMA, New York) aan te tonen dat het presenteren en bewaren van kunst maar een secundaire functie is van musea.

Hun eerste doelstelling is toch vooral hun eigen voortbestaan en het ondersteunen van eigen activiteiten.²⁹ Zijn 'Musée d'Art Moderne' is in 1968 in Brussel ontstaan en de verschillende secties zijn tot 1971 op verschillende plaatsen op verschillende momenten te zien geweest. In zijn museum verkocht hij baren goud tegen de dubbele marktwaarde om zijn museum te kunnen financieren. Als knipoog naar musea die hun prioriteiten niet bij kunst zelf zouden hebben liggen. Eerder naar het werven van een zo groot mogelijk publiek of de economische waarde van werken. Daarbij speelt onder andere dat een zo groot mogelijk publiek bereiken een toename in prestige betekent.

Een zo groot mogelijk publiek naar je museum zien te krijgen is natuurlijk ‘an sich’ een goede doelstelling, mits je daarmee geen inhoudelijke concessies doet aan het werk dat je tentoonstelt.

In 1939 schrijft Clement Greenberg in zijn essay ‘Avant-garde and Kitsch’³⁰ dat de avant-garde altijd verbonden is met de heersende klasse als “an umbilical cord of gold.”³¹ Hij zegt dat kunst kan bestaan doordat de elite hierin investeert. Hierdoor ontstaat er een clash tussen de mythe van de kunstenaar als onafhankelijk en vrij wezen en zijn verwevenheid met de wereld van status, investeringen en geld. Kunstenaars blijven zich verzetten tegen het systeem. En wel omdat ze zich tegen de musea willen verzetten die als heersers over die wereld (de machthebbers over het veld) kunnen bepalen welk werk en welke kunstenaar de geschiedenisboeken ingaan.

Bourdieu heeft met zijn velden een rake omschrijving gegeven van de processen die gaande zijn binnen en buiten de verschillende velden. Door je te verzetten en te proberen diegenen die aan de macht zijn van hun troon te stoten, ontstaat er een redelijk evenwicht tussen de verschillende deelnemers aan het veld. Het kapitaal wordt opnieuw verdeeld en de kaarten opnieuw geschud. Maar de vraag is of economische aspecten niet belangrijker zijn geworden in het veld dan de deelnemers. Het economisch kapitaal in zijn meest enge vorm, namelijk in de vorm van geld.

Antonio Muntada laat in zijn video-installatie ‘Between the frames: The Forum 1983-1993’³² zien hoe de relaties lopen tussen de verschillende partijen binnen de gevestigde kunstwereld. Hij toont als het ware een soort topologie van de kunstwereld. De reden voor dit werk is vooral ontstaan vanuit een onvrede bij kunstenaars. Voor deze kunstenaars voelt het alsof kunst gebruikt wordt als vorm van sociale en financiële macht. Eigenlijk kun je als kunstenaar niet ontsnappen aan de processen die gaande zijn in een kapitalistische maatschappij. Probeer je je te verzetten tegen deze processen, dan wordt je werk gezien als tegendraads en rebels, wat het juist weer interessant maakt. Hierdoor zal het werk aantrekkelijker worden voor verzamelaars en musea, mede doordat het een beeld geeft van de tijd waarin wij leven. In het werk van Muntada komen de verschillende partijen die iets te maken hebben met de kunstwereld aan het woord: dealers, critici, galleries, verzamelaars, musea, docenten en media. In de epiloog laat hij de kunstenaars zich uitspreken. Hij wil door middel van dit werk laten zien dat de interpretatie van een kunstwerk, door de gevestigde critici, minder afhankelijk is van de bedoelingen van de kunstenaar, dan wel van de manier waarop een werk is opgenomen en gepositioneerd binnen het kunstsysteem.

Begin jaren ’90 is de kunstmarkt wat getemperd in tegenstelling tot de overvloed van de jaren ’80. Toch blijft er onrust rondom de kunstmarkt en zijn instituten. Musea breiden uit, er ontstaat een wereldmarkt, er komen vele

kunstveilingen en internationale biënnales. Cultuur wordt gebruikt als diplomatiek middel, er ontstaat cultureel toerisme en musea spelen hierop in door zichzelf als aanbieder van entertainment op te stellen. Musea geven opdrachten, geven aandacht aan bepaalde kunstenaars, organiseren thematentoonstellingen. Er ontstaan curatorenopleidingen zoals in Amsterdam bij De Appel. “De curatorenopleiding heeft zich ontwikkeld tot een hermetische, intellectualistische debatclub, die meer met zichzelf bezig is dan met kunst en hoe die te presenteren”. Zo klaagt Lucette ter Borg over de opleiding voor tentoonstellingsmakers van De Appel, naar aanleiding van de afstudeerexpositie 2009.”³³ Musea krijgen meer invloed in keuzes die kunstenaars maken bij het ontstaan van hun werk. Zij conformeren zich in die zin aan musea en geven hen daardoor meer macht. Musea zien die ontwikkeling zelf ook en spelen daar handig op in door kunstenaars zelf als curator te laten optreden. Bijvoorbeeld in 1999 in MOMA, New York, ‘Museum as muse’ door gastcuratoren Allan McCollum en Fred Wilson. Bij ‘The end of the museum’ in Fundació Antoni Tàpies in Barcelona zegt de titel voldoende. Hierin stelt het museum zelf de vraag hoe het staat met de houdbaarheid en functie van het museum.

Guillaume Bijl heeft op zijn beurt kritiek op het elitisme van musea. In 2002 installeert hij in Tate Gallery in Liverpool zijn ‘Your Supermarket’. Een supermarkt geplaatst in het museum, bevoorrad door Tesco werknemers (budget supermarkt in Engeland). Zijn doel was het echte leven naar het museum te verplaatsen. Hij noemt dit soort werk “reality in unreality” of “compositions trouvé” en wil hij dingen uit de alledaagse werkelijkheid verplaatsen naar een andere context, zoals de neutrale setting van een museum. Hij wil hiermee aantonen dat kunst weinig tot geen sociale noodzaak heeft, vergeleken met dat wat de maatschappij in zijn basisbehoeften dient.

Andrea Fraser probeert met haar werk de overspannen relatie tussen publiek of gemeenschap en kunstinstituut te laten zien. In 1991 leidt zij in haar performance ‘Welcome to the Wadsworth’ het publiek rond in het gelijknamige museum in Hartford, Connecticut. (afb. 8) Maar gebruikt daarbij teksten van politici, publiek en inwoners van Hartford om het publiek juist te confronteren met dat wat er speelt in een gemeenschap. Of zij maakt toonaangevende figuren binnen het kunstbedrijf belachelijk, ‘Kunst muss hangen’, 2001. Hierbij acteert ze de overleden kunstenaar Martin Kippenberger. Ze gaat zelfs nog een stap verder als ze zichzelf als sex-partner tijdens een kunstveiling laat kopen door een verzamelaar. Op voorwaarde dat hun ontmoeting op video wordt vastgelegd en als kunst wordt getoond in het museum. Zo wil ze laten zien hoe geld, roem en sociale status onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn binnen de “disfunctionele familie” van de hedendaagse kunst.³⁴

In wezen verschilt een kunstinstituut niet van de wereld daarbuiten, hoewel men wel probeert ons te doen geloven hoe bijzonder het is. Dezelfde politie-

ke, economische en sociale krachten doen hun werk zowel in het museum als daarbuiten. Daarbij moet ik nog wel de kanttekening plaatsen dat je in het geval van kunst te maken hebt met een uniek product. Een product dat intellectueel eigendom is van de maker, bedenker van het werk. Hierdoor wordt het vermenigvuldigen, zoals bij commerciële toegepaste producten een stuk lastiger. In die zin blijven kunstwerken minder gemakkelijk te vermarkten objecten.

4.4 VEILINGHUIZEN, VERZAMELAARS EN GALERIES; DE

COMMERCIELE TAK DER KUNSTEN In de jaren '80 ontstaat er als gevolg van de hoogconjunctuur een enorme populariteit in het verzamelen van kunst. Tegelijkertijd ontstaat ook de kritiek op de kunstmarkt of kritiek op kunst als handelsartikel. 'The Great Art Bubble' illustreert goed hoe actuele kunst door zijn populariteit een interessant beleggingsobject is geworden. Waar veel kopers zijn, wordt het goed handel drijven. Hans Haacke doet onderzoek naar de plaats van kunst in cultuur. Hij probeert inzichtelijk te maken op welke manier de exploderende kunstmarkt de veronderstelling verandert hoe er over kunst wordt gedacht, hoe kunst wordt gemaakt, bedacht en bekeken. Bij financieel succes worden dealers en verzamelaars van kunst ook mediaberoemdheden. Hierdoor worden kunstprijzen onderdeel van het publieke debat. Er ontstaan wachtlijsten voor kunstwerken van populaire kunstenaars. Door die oververhitte markt zijn kunstenaars ook hun eigen rol gaan bestuderen. Als makers van marktwaar, luxe marktwaar dan wel. Kunstenaars gaan daarbij ook bestuderen welke rol galleries, verzamelaars en dealers wel of niet spelen binnen dit hele systeem (beïnvloed door theorieën van Roland Barthes, Jacques Derrida, Michel Foucault, Jean Baudrillard: 'Simulacra & Simulations'.)³⁵

Er zijn kunstenaars die gebruik maken van het systeem, zoals bijvoorbeeld Jeff Koons, "The market is the critic now".³⁶ Jeff Koons steekt de draak met zijn eigen pretenties door middel van zijn kunst. Maar er zijn ook kunstenaars die proberen het systeem te doorbreken. Zij proberen de kunstwereld tegen de schenen te schoppen. Als een wolf in schaapskleren proberen zij onderhuids de waarden en normen van die kunstpatronen te ondermijnen. Maar het wordt steeds lastiger om kritiek te leveren, aangezien de verzamelaars steeds meer macht krijgen, door in museumbesturen zitting te nemen of adviesfuncties bij bureaus te bekleden. Wie bespeelt wie eigenlijk?

Door het hebben van een dealer kun je je onderscheiden. Zij zorgen dat er een heel plan in werking wordt gesteld om de kunstenaar en zijn werk te promoten en in de markt te zetten. Je hebt een goede dealer nodig om je werk op het juiste moment, bij de juiste mensen te laten zien. Hierdoor ontstaat er een afhankelijkheidsrelatie tussen de dealer of curator en de kunstenaar. Zij ma-

nagen de kunstenaar en promoten het werk. Er is een situatie ontstaan waarin de kunstenaar de organisatie die zijn werk toont dankbaar moet zijn en niet andersom. Kunstenaars hebben de dealers en curatoren nodig.

Leo Castelli is een kunsthandelaar die in 1958 zijn galerie opent in New York, Upper East Side. Hij is op zoek naar werk dat zich weet te onderscheiden en vernieuwend is. De opening van zijn galerie is tevens de lancering van de toen nog onbekende kunstenaar Jasper Johns. Castelli heeft mede een rol gespeeld in de acceptatie en populariteit van Popart. Hij begreep hoe belangrijk het was om gebruik te maken van marketinginstrumenten. Hij was een uitstekend verkoper en wist kunstenaars te lanceren door bijvoorbeeld aan musea werk goedkoper aan te bieden. Als jonge kunstenaar in een museumcollectie opgenomen worden is een uitstekende zet voor je carrière. Voor Castelli betekende het ook een waardeverhoging van werken van die kunstenaar, dus meer winst.

Een interview van Barbaralee Diamonstein met Ivan Karp, een dealer in Soho, New York (vooral in de jaren '70, in 1969 opent hij zijn eigen galerie OK Harris Gallery, de eerste in Soho; hij was eerder in dienst van Castelli) maakt deze relatie duidelijk: "We put on forty-four separate exhibitions a season, which is more than any art institution... I play an active role with my artists... I am frequently with them and visit their studios. I help them sort out their works. I pronounce opinions and convictions. They don't have to listen to me, but I will only show the works that I like in the gallery. In other words, if an artist who is scheduled to show does not produce the kind of works that I want to dignify my gallery with, then I won't show them."³⁷ Dit citaat illustreert duidelijk hoe de kunstdealer zijn stempel kan drukken op het succes van een kunstenaar. Als je timing niet perfect is, kun je het als kunstenaar vergeten. Het veld van de kunsten is een harde zakenwereld geworden.

De criteria voor curatoren en galeriehouders voor goede kunst staan constant ter discussie en zijn afhankelijk van de tijd waarin je leeft. Wel kun je zeggen dat critici, conservatoren, galeriehouders en beleidsmakers bepalend zijn in de vraag wat kunst tot kunst maakt. Binnen dit netwerk wordt beslist wie te exposeren, over wie te schrijven en aan wie subsidies worden toegekend. Door de hoeveelheid kunstenaars en werken die gemaakt worden is het een snellere wereld geworden, waarbij kunstenaars komen en gaan. Bourdieu heeft het over artistieke bedrijvigheid binnen het veld. De tijd krijgt bijna geen kans meer om te bepalen of een werk kwaliteit heeft of niet. Dit wordt door het netwerk om de kunstenaar heen bepaald. Daarbij wordt dit netwerk almaar groter onder invloed van globalisering en internationalisering. Het belangrijkste binnen dit geheel aan afhankelijkheidsrelaties is de vraag wat de beweegredenen zijn van het veld om kunst te verzamelen, te beheren of te exposeren. Deze redenen zijn velerlei en kunnen per geval verschillen: een museum kan kiezen voor het behoud van kunst, maar ook voor de 'blockbuster' om geld te genereren. Een galeriehouder kan om de verkoopbaarheid van het

werk een kunstenaar in zijn collectie opnemen of omdat de galerist gelooft in de motivatie en ideeën van de kunstenaar.

Kijkend naar het totaal aan netwerken binnen het kunstveld, blijft het museum de plek waar je als kunstenaar bevestigd wordt in je naam als beeldend kunstenaar. Een museum op zijn beurt is gebaat bij een selectie van kunstenaars die naam hebben gemaakt. Dit komt het museum ten goede. Hierin zie je duidelijk de afhankelijkheidsrelatie. Maar het museum is binnen het spel ook weer afhankelijk van externe factoren, zoals verzamelaars, galleries, sponsors, politici en de media. Een museumdirecteur of curator zal daarom ook dit netwerk goed moeten onderhouden, aangezien dat een rol kan spelen in onderhandelingen om een bepaalde kunstenaar te exposeren. Verzamelaars hebben vaak de middelen om juist die werken aan te schaffen die de curator zoekt of hebben een volledige collectie in huis. Onder verzamelaars versta ik ook bedrijfscollecties. Deze worden ook vaak door een interne of externe expert binnen een bedrijf opgebouwd. Vaak worden deze collecties opgebouwd vanuit een bepaalde visie op de kunsten of vanuit het bedrijf zelf. Je zou kunnen zeggen dat collecties binnen een bedrijf daardoor vaker gebaseerd zijn op kwaliteit en minder op hun economische waarde. Een galerie die inkoopt op basis van kwaliteit en als een soort scout fungeert, kan een bron zijn voor musea om nieuwe veelbelovende kunstenaars te ontdekken. Om een expositie of een werk te kunnen realiseren of aan te kopen kunnen sponsors belangrijk zijn. De rol van de politiek bepaalt mede het culturele landschap door het verstrekken van subsidies of bijvoorbeeld door gebouwen te subsidiëren die een culturele functie kunnen vervullen. En tot slot spelen de media een niet te onderschatten rol in het geheel. De media kunnen bekendheid genereren voor je museum, kunstenaar, of, niet onbelangrijk, aandacht voor de sponsors. Via de media kun je je publiek bereiken en maatschappelijk draagkracht creëren voor je expositie, museum of kunstenaar.

5 SYMBOLISCH KAPITAAL Naast musea zijn er dus ook nieuwe instituten en actoren ontstaan in het veld, ofwel er is een nieuwe verdeling ontstaan binnen het artistieke veld. Doordat kunst zich een autonome status heeft verworven is er meer concurrentie ontstaan tussen kunstenaars en een strijd om de macht binnen het veld. Gaandeweg is het ook minder aantrekkelijk geworden om kunst in opdracht te maken, het prestige daarvan is gedaald. Deze zou minder van kwaliteit zijn, minder legitiem. Kunst in opdracht komt niet vanuit intrinsieke motivatie van de kunstenaar en is daardoor minder oprecht. Nathalie Heinich: “...een kunstwerk moet zich onderscheiden. De kunstmarkt verankerde deze definitie: om als kunstwerk te worden benoemd, moest een object ‘een uniek product zijn van de onverdeelde arbeid van een

unieke schepper’.”³⁸ Door je als kunstenaar te onderscheiden eigen je symbolisch kapitaal toe. Hiermee heb je een belangrijke troef in handen om deel te nemen aan het culturele spel.

Maar als een werk uniek is kan er een hoger prijskaartje aan gehangen worden. Dit zie je bijvoorbeeld bij etsen. De eerste pers is duurder dan de laatste. Laat staan wat de originele printplaat waard is. Tegenwoordig wordt deze discussie al lastiger met de komst van nieuwe media en daarvoor de fotografie, waarbij je uitgaat van een techniek waarmee je eenvoudig kunt reproduceren. Met de komst van de fotografie is tevens de vraag opgekomen of je kunt spreken over kunst of een vorm van toegepaste kunst. Tegenwoordig heeft de fotografie zijn plek bewezen binnen de kunstwereld en kunnen prijzen van foto's bij toegenomen schaarste ook duurder worden. Duchamp speelt met dit gegeven door zijn spel met readymades en het uniek maken van reproducties in de vorm van wat hij noemt ‘rectified readymades’, zoals bijvoorbeeld zijn ‘rectified’ Mona Lisa. ‘De monetarisering van het kunstwerk zegt wel dat je het aantal readymades moet beperken, zeldzaamheid geeft kunst zijn bestaansrecht.’³⁹

5.1.1 TEGENREACTIES, MANIEREN OM JE TE ONDERSCHIEDEN

Lucy Lippard wordt in het boek van Suzi Gablik genoemd als een criticus die zich verzet tegen de ontwikkeling van radicale kunst naar esthetische kunst.⁴⁰ Zij vindt dat kunst een sociale verantwoordelijkheid heeft. Kunstenaars zouden zich moeten verzetten tegen het opportunisme, de afhankelijkheid van economische verleidingen en de hang naar status. Lippard was met name voorstander van een niet-egocentrische vorm van kunst, die niet opgenomen kan worden in het marktsysteem. Een kunst die enkel invloed probeert uit te oefenen op het sociale systeem. Eind jaren '60 en begin jaren '70 ontstaan er stromingen zoals conceptuele kunst, Land Art, Body- en Performance art. Allemaal reacties op de omslag in de kunstwereld van zuivere kunst naar kunst als handelswaar. Duidelijk element van deze vormen van kunst is dat er gepoogd wordt de kunst onverkoopbaar of tijdelijk te maken. Conceptuele kunst draait helemaal om het idee en keert zich op deze manier tegen de vercommercialisering van kunst. Vaak wordt zelfs materiaal achterwege gelaten. Lawrence Weiner: “Once you know about a work of mine, you own it. There's no way I can climb into somebody's head and remove it.”⁴¹

Joseph Kosuth vindt dat kunst moet worden beschouwd als een wetenschap of als filosofie. Deze zijn volkomen onafhankelijk van publiek, zij hebben geen gebruikerswaarde en geen marktwaarde. Kunst is geen eigendom en daardoor niet te verhandelen. Hij stelt in zijn werk de vraag wat een ‘echt’ object dan

eigenlijk is. Een goed voorbeeld daarvan is zijn 'One and Three Chairs' (afb. 9). Een foto van een stoel, een fysieke stoel en de definitie van het woord stoel. De stoel is inwisselbaar en op iedere locatie waar het werk wordt getoond wordt een andere foto gemaakt van een stoel die aanwezig is op die locatie. De definitie van een stoel is constant. Doordat de stoel inwisselbaar is, en de foto telkens verandert gaat het niet om de uiterlijke verschijning van een object, maar om de combinatie van de drie die een verhaal vertellen.

Andersom kan ook worden gedacht. Dus van niets iets maken. Arman die in 1960 een galerie in Parijs volstort met puin of Walter de Maria die een galerie in New York volstort met aarde. Dit laatste werk is een goed voorbeeld van mechanismen in de kunstwereld. Deze waardeloze aarde wordt een duur prestigeproject, doordat de dealer van De Maria de hele galerie koopt. Zo wil hij ervoor zorgen dat het werk voorgoed bewaard blijft. Een absurde investering, zou je denken, of wil hij op deze manier zijn status bevestigen. Laten zien dat hij een hele galerie kan kopen om te voorkomen dat een kunstwerk verdwijnt. In de kunstwereld is blijkbaar alles te verhandelen.

Marina Abramovic gebruikt haar eigen lichaam om de toeschouwer te confronteren met pijn en gevoelens van schaamte. Deze gevoelens overschrijden de grenzen die we normaal gesproken publiekelijk niet zouden overschrijden en hierdoor confronteert zij ons met onze eigen gedachten. Haar werk kun je nog bekijken doordat er registraties zijn gemaakt. In haar werk echter draait het om de reacties van toeschouwers. Binnen een kapitalistisch systeem als het onze draait het om comfort, gemak en proberen we pijn zoveel mogelijk te vermijden. Hiermee confronteert Abramovic ons in haar werk. Als tegenreactie op de maatschappij. Haar werk is alleen binnen de context van een museum of galerie te bekijken, hierdoor verliest het werk zijn impact als het bijvoorbeeld in een privé-collectie wordt opgenomen. Het leent zich in die zin niet voor verkoop.

Ondanks dat performances en body-art lastig te vercommercialiseren zijn kan er toch marktwerking optreden. Chris Burden laat zich in 1974 vastnagelen op het dak van een auto, 'Transfixed'. De nagels die gebruikt zijn tijdens de performance worden uiteindelijk verkocht in een New Yorkse galerie. Op deze manier weten de kunstenaar en galeriehouder alsnog geld te verdienen aan een werk dat normaal gezien niet gemakkelijk te verkopen zou zijn geweest. Lastig om te verhandelen is werk van Beuys, waarbij hij gebruik maakt van materiaal dat vergankelijk is. De werken van vet zijn lastig te conserveren, al wordt dit wel geprobeerd. Zijn werk is niet bedoeld voor de eeuwigheid. Beuys is met name een kunstenaar die met zijn werk de maatschappij wil veranderen. Het gaat hem om het statement en niet om de materiële waarde van zijn kunst, daardoor is het ook niet belangrijk dat het werk wordt bewaard tot in de eeuwigheid.

Land Art is onderdeel van de locatie waar het is gemaakt. Als bijvoorbeeld de

'Spiral Jetty' van Robert Smithson niet wordt onderhouden zal deze uiteindelijk door het water worden opgeslokt. Wat betreft Land Art kun je nog wel wat vraagtekens zetten of deze vorm van kunst niet hypocriet te noemen is. Je zou het zelfs een decadente vorm van kunst kunnen noemen, aangezien je stukken land moet aanschaffen voor je kunt beginnen aan het kunstwerk zelf. Om een stuk land te kunnen kopen heb je geld nodig. John Davies daarentegen, een kunstenaar uit Australië gebruikt de omgeving zoals hij hem aantreft om met gevonden materialen de omgeving subtiel te veranderen. Hij gaat ervan uit dat je kunst niet moet verkopen, maar zoals ook in primitieve culturen gebeurt, moet weggeven of ruilen voor ander werk. Joseph Cornell, een Amerikaanse kunstenaar, had ook de gewoonte zijn werk weg te geven. Maar naarmate de waarde van zijn werk steeg werd dit steeds lastiger. Zijn werk werd namelijk steeds vaker gestolen, en, nog erger, steeds vaker doorverkocht zonder zijn toestemming.

In de jaren '70 zijn er ook reacties gekomen vanuit neomarxistische hoek, onder andere van de criticus Peter Fuller. Volgens Fuller bevond de beeldende kunst zich in een crisis. Kunst onder het kapitalisme is decadent geworden. Het is onmogelijk geworden om nog iets te presteren aangezien kunstenaars afhankelijk zijn geworden van reclame en media. Richard Cork, ook vertrekkend vanuit marxistisch oogpunt, is op zoek naar manieren om kunst beschikbaar te maken voor 'gewone mensen' en zoekt naar plekken waar kunst niet meer onder het juk van de galeriehouder of via het dealersysteem hoeft te exposeren (1978, Serpentine Gallery, London. 'Art for Whom?'). Hij wil kunst naar plekken in de publieke ruimte brengen, zoals ziekenhuizen, scholen, bibliotheken, kroegen, voetbalclubs, fabrieken (BAT-collectie). Kunst zou moeten ophouden alleen maar voor zichzelf te bestaan, waarbij alles mogelijk zou moeten zijn onder het mom van de creatieve vrijheid.

Kijkend naar het communisme of enig ander totalitair regime, moet je echter wel constateren dat kunst daar niet onder het mom van creatieve vrijheid is ontstaan. Eerder wordt kunst ingezet als propagandamiddel en is de vorm vaak traditioneel en realistisch. Binnen een vrije samenleving ontstaan juist de meest vernieuwende werken, omdat die vrijheid de mogelijkheden geeft om op onderzoek uit te gaan. De vraag is echter of een kapitalistisch systeem te beschouwen is als een vrije samenleving. Hierbij conformeert kunst zich aan het geld. Kunst uitsluitend gezien als verhandelbare waar. Daarmee zou je kunnen zeggen dat de toenemende welvaart de kunst juist beperkt heeft.

Verzet tegen marktwerking in de kunst zie je ook bij veel straatkunstenaars. Een 'graffiti writer' bijvoorbeeld maakt zijn werk in de openbare ruimte, waardoor het werk zichtbaar is voor iedereen die het wil zien (of niet wil zien). Het werk van graffiti kunstenaars die ook daadwerkelijk buiten de gevestigde instituten blijven werken, hebben geen economische motieven met

hun werk. Het werk hangt er totdat de gemeente het werk verwijdt of een concurrerende 'graffiti writer' er een nieuwe 'tag' of 'piece' overheen plaatst. Deze kunstuitingen zijn een vorm van zelfexpressie of dialoog tussen de kunstenaars en dienen alleen de kunstenaars zelf of diegenen die van het werk willen genieten. Maar doordat deze kunstenaars zich buiten het afgesproken circuit van galeries en kunsthandelaren bewegen worden zij door het veld niet als kunstenaars beschouwd. Totdat ook zij worden opgemerkt door een groep binnen het veld die erkent of vindt dat het werk dat zij maken als kunst kan worden bestempeld. Op het moment dat een 'graffiti writer' besluit om te gaan exposeren en zijn werk naar binnen te verplaatsen, verplaatst hij zichzelf ook van het ene veld naar het andere. Hij gaat deel uitmaken van het establishment, wordt opgenomen in het circuit.

Er zijn straatkunstenaars die trouw willen blijven aan hun 'roots'. Graffiti is een vorm van zich afzetten tegen die elitaire museale kunst. Waarom zou je daar deel van uit willen maken? Omdat je de waardering wilt van de kunstwereld zelf, omdat je wilt dat je werk gezien wordt als Kunst? Of is deze kunstenaar toch ook op zoek naar financiële waardering?

E ECONOMISCH KAPITAAL Zoals eerder omschreven kan een kunstenaar als hij vol doende symbolisch en cultureel kapitaal heeft verworven zijn werk in economisch kapitaal omzetten. Hierbij is hij dus afhankelijk van zijn netwerk. Dit kan een museum zijn, kunsthandel, galerie of hij kan zelfstandig de publiciteit opzoeken. De kunstenaar is afhankelijk van de spelers die zich binnen en buiten het veld bewegen.

E.1 KUNST ALS BEDRIJF, DE KUNSTENAAR ALS CULTUREEL

ENTREPRENEUR Duchamp, Fluxus met George Maciunas, Dada, Neo-Dada. Het maken van antikunst als reactie op de toenemende macht van het geld. In 1959 schrijft Gustav Metzger een manifest 'Auto-destructive Art'. Hierin zegt hij dat 'het vernietigen of beschadigen van kunst een wanhopig laatste wapen is... en een aanslag op het kapitalistische systeem... een aanslag op kunsthandelaars, verzamelaars die moderne kunst manipuleren voor de winst.' ⁴² Een goed voorbeeld is 'Erased Willem De Kooning' van Rauschenberg, (afb. 10) door het weggummen en de manier van labelen en inlijsten wordt het een soort monument, een podium voor kunst.

Warhol wordt in 'Art & Today' door Eleanor Heartney omschreven als een marketing genie. Iets wat binnen de elite als smerig gezien wordt, namelijk openlijk toegeven dat je geld wilt verdienen met je kunst en in het geval van Warhol smerig veel. "Business art is the step that comes after Art. I started as a commercial artist, and I want to finish as a business artist... Being good in business is the most fascinating kind of art." ⁴³

De 'hoge' kunst van de avant-garde wordt ingeruild voor de marketingstrategie. Door de professionalisering, bureaucratisering en vercommercialisering van kunst heeft de avant-gardekunst zijn rebellie en impact verloren. Je overgeven aan de gevestigde orde wordt nu een deugd. Maar je moet ook wel: door binnen het veld van de kunsten te bewegen, word je ook afhankelijk van het systeem.

De kunstwereld als bedrijf. Zo zag Warhol het graag en dit is ook werkelijkheid geworden. Het kunstbedrijf (veilinghuizen, galeries, handelaren) maakt gebruik van managementtechnieken, marketing en communicatiemethoden en gebruikt PR-middelen om een optimale omzet te genereren. Ook musea, de zogenaamde heilige tempels van de kunst, die zich onafhankelijk moeten opstellen en op basis van expertise een collectie samenstellen, proberen door het gebruik van marketingtechnieken meer publiek te werven. De kunstenaar en zakenman, Warhol: "... Making money is art and working is art and good business is the best art. I like money on the wall. Say you were going to buy a \$ 200.000 painting. I think you should take that money, tie it up and hang it on the wall. Then when someone visited you the first thing they would see is the money on the wall." ⁴⁴ Op deze manier verbeeldt de kunstenaar de cultuur van het consumeren in plaats van de strijd daarmee aan te gaan. De gedachte van Warhol is door andere kunstenaars opgepikt. Zo heeft Takashi Murakami (student van Warhol) zijn eigen 'factory' opgestart en maakt hij objecten die op zijn beurt weer ontleend zijn aan de Japanse popcultuur à la 'Hello Kitty'. Hij heeft zijn eigen merchandise ontwikkeld waarmee hij veel geld kan verdienen. Hij werkt ook veel samen met commerciële modebedrijven, zoals Louis Vuitton en Comme des Garçons. Hij ontwikkelt prints en decoraties voor producten en creëert een soort Disney-achtige sfeer rond zijn exposities. Een combinatie van toegepaste en autonome kunst.

Sylvie Fleury is op zoek naar een synergie tussen kunst en commercie en maakt daarbij gebruik van de wereld van de luxe artikelen en kunst. Beiden hebben het aura van exclusiviteit en smaak. De vraag is of het bedoeld is als satire of als een verheerlijking van die producten. Wanneer ontstaat het dus het 'ordinaire' product en wanneer is het dan kunst? Tom Sachs gaat nog een stapje verder. Tijdens de opening van een expositie in zijn galerie geeft hij de genodigden tijdens de opening de mogelijkheid om kogels mee te nemen in een namaak Hermès winkeltas. Dit als onderdeel van de tentoonstelling, met het gevolg dat zijn galeriehoudster gearresteerd wordt. Op deze manier probeert hij de toeschouwer zelf onderdeel te laten worden van het elitaire wereldje waar hij kritiek op heeft. Hij stelt hen op de proef of ze er wel of niet bij willen horen. Heartney in 'Art & Today': "Sach's provocative works make us uncomfortable, are we being welcomed into an exclusive club or satirized for our desire to belong?" ⁴⁵ Al deze kunstenaars spelen met statussymbolen. Tegenwoordig zijn kunstenaars gewend om zich in twee werelden te bewegen, die van de lage en de hoge cultuur.

■ EEN VERSCHUIVING IN DE KUNST; HOGE OF LAGE KUNST, KUNST OF GEBRUIKSGOEDEREN? Door de consumptiemaatschappij waarin wij leven ontstaat het idee dat wij het verschil niet meer weten tussen kunst ontstaan vanuit individuele expressie en massaal geproduceerd werk. Walter Benjamin, een Duitse cultuurfilosoof, zet in 1936 in zijn essay 'The work of art in the age of Mechanical Reproduction' ⁴⁶ uiteen dat sinds de komst van massa-geproduceerde goederen de kunsten geen unieke producten meer produceren. Doordat objecten in serie gemaakt kunnen worden komen meer mensen eerder in aanraking met kunst en kan kunst teruggegeven worden aan de massa. Barbara Kruger speelt met dit gegeven, zoals in haar werk "I shop, therefore I am." Kunst of autonoom werk zijn vaak niet meer te onderscheiden van producten, en het consumeren van die producten vervangt de oprechte zelfexpressie. Kunstwerken worden ingezet als luxe consumptiegoederen. Andersom zie je dat binnen de toegepaste kunst steeds vaker gebruik wordt gemaakt van het onderscheidende vermogen van autonome kunst. Gaandeweg wordt het onderscheid steeds moeilijker te duiden. Wanneer spreek je over Kunst en wanneer over toegepaste kunst?

Een recent voorbeeld van deze verschuiving binnen de creatieve sector is te zien bij interieurvormgeving. Vormgevers presenteren hun werk als unieke producten waar tevens een kunstig prijskaartje aan wordt gehangen. Op de designbeurs in Milaan in 2007 presenteert Marcel Wanders 'Calvin', een opgeblazen schemerlamp van zo'n drie meter hoog. "De vraagprijs is 50 duizend euro. Al kan daarover onderhandeld worden. Een eerste exemplaar is goedkoper dan het laatste. Net als in de kunstwereld." ⁴⁷ De prijs van de lamp is niet berekend op basis van ontwerpkosten, kosten van productie en bemiddeling, maar wordt vastgesteld op basis van het imago van de vormgever en het prestige dat je koopt als consument.

Kunst en economie, kunst en marktwerking, kunst en kitsch, veel kunstenaars zijn erdoor gefascineerd. "Het echte verschil tussen de arbeiders- en middenklasse die massa-geproduceerde kitsch kopen en de rijke kunstwereld is niet smaak, maar het prijskaartje dat eraan hangt en hoeveel men bereid is uit te geven aan het object of product." ⁴⁸ Aldus Jeff Koons, die zijn inspiratie direct uit de kitsch haalt. Haim Steinbach, die het onderscheid tussen kunstgalerie en warenhuis wil destabiliseren: het onderscheid is alleen merkbaar in de prijs. Ashley Bickerton die zijn pijlen richt op aspecten van het kunstwerk die normaal gesproken buiten beschouwing blijven, zoals marketingstrategieën. Allan McCollum die stelt dat uiterlijk vertoon alles is wat nodig is om een verkoopbaar kunstwerk te maken.

Eerder noemde ik graffiti al als een tegenreactie op de gevestigde kunstwereld. Straatkunst is echter ook een goed voorbeeld van werk dat in eerste instantie

in de ondergrondse scene wordt gemaakt, door de elite kan worden toegeëigend en zo bij de hoge cultuur terecht komt. De elitaire cultuur maakt gebruik van de ontdekking die gedaan wordt binnen de populaire cultuur. Een graffitikunstenaar bevindt zich vaak in twee werelden. Haralds Nägeli, 'the sprayer of Zürich' is hier een goed voorbeeld van. Het ene moment wordt hij gearresteerd en berecht, het andere moment gesponsord, verzameld en verdedigd door kunstenaars uit het 'hoge segment'. Basquiat is ook een goed voorbeeld van een kunstenaar die van de straat uiteindelijk in het museumcircuit is terecht gekomen. Hoewel hij niet autodidact is, zoals veel graffitikunstenaars, maar een gedegen kunstvakopleiding heeft gevolgd. Voor hem zal de stap naar het museum dan ook niet vreemd zijn geweest. Banksy bevindt zich nog in een schemergebied en is ontzettend populair en er wordt veel geld betaald voor zijn werk. Maar hij zit in een spagaat omdat hij inmiddels tot het wereldje, de kunstelite, dat hij verafschuwt is opgenomen. Swoon zit ook in een dergelijke situatie waarbij haar werk in musea wordt tentoongesteld. Terwijl zij zelf vanuit een ideologie werkt waarbij haar kunst voor iedereen beschikbaar zou moeten zijn. Zij kan snel werken, doordat zij vellen bruینگekleurd papier in het straatbeeld aanbrengt, als een soort behang. Hierdoor kun je haar werk op veel plekken tegenkomen.

Zoals straatkunstenaars kunst onderdeel willen laten uitmaken van het alledaagse leven. Zo heeft Duchamp laten zien dat kunst niets anders is dan andere zaken waarmee we te maken hebben in de wereld. Hij haalt kunst als het ware van zijn voetstuk door het in het gewone leven te plaatsen. Dada-kunstenaars hadden een grote minachting voor de esthetiek van de kunst en streefden, geïnspireerd door Duchamp, naar een kunst die niet esthetisch was en keerden zich tegen de gevestigde instituten. 'Zij wilden de conventies vernietigen van de kunst.' ⁴⁹ De grenzen van kunst zijn aan het vervagen. Ook het verschil tussen elitaire of hoge kunst en populaire kunst is minder duidelijk geworden.

In de jaren '70 gaan kunstenaars op zoek naar manieren om de grenzen en definities van de beeldende kunst op te rekken. Ze proberen de criteria te ondermijnen wat goede kunst zou moeten zijn. Zo keuren kunstenaars kunst als object af, ze rebelleren als het ware tegen de status van kunst als "marketable commodity". ⁵⁰ Hoever kun je gaan zonder dat het label kunst niet meer is toe te passen.

In de jaren '80 moest kunst weer monumentaal, innovatief en belangrijk zijn en greep men terug op de geschiedenis. Arthur Danto, kunstcriticus vond dit kunstmatig. Hij kondigt het einde van de geschiedenis aan en daarmee het einde van de kunstgeschiedenis. Alles kan en is mogelijk, er zijn geen grenzen meer die je hoeven tegen te houden kunst te maken. Maar hoe bepaal je dan wat kunst is? Danto gebruikt als voorbeeld de Brillodoosjes van Warhol. Deze worden beschouwd als kunst en niet als een commercieel product, omdat ze

beiden met een andere bedoeling zijn gemaakt. Dus de intentie van de maker bepaalt de betekenis van het object. Door de keuze deze in een museale context te plaatsen onder invloed van kritiek (en te verhandelen als kunst) wordt dit werk ook daadwerkelijk als kunst beschouwd. Het werk wordt door de kunstwereld geaccepteerd als kunst. Warhol beschikt over voldoende symbolisch kapitaal om dit werk als zodanig te ‘verkoop’.

In de jaren '90 overheersen het pluralisme en de chaos. Dit is het decennium van de critici, theorieën en analyses die almaar in aantal toenemen. Theoretische modellen en de media overheersen in de hedendaagse kunst. Wat hoort nog bij welke discipline? Wat zegt dit over kunst van vandaag, als het zo divers is?

Door de multiculturele samenleving en globalisering zijn andere definities nodig van kunst. Europa staat niet meer centraal. Je kunt niet meer spreken van bewegingen en kunst is geen geïsoleerd fenomeen meer. Cornel Bierens: “Kunstenaars reflecteren tegenwoordig op kunst in plaats van op de samenleving.”⁵¹ Er is een discussie ontstaan over wat de definitie is van kunst en wat haar functie is. De betekenis van kunst lijkt door de overvloed aan beelden marginaal te zijn geworden. De grenzen zijn vervaagd en je kunt je afvragen of het nodig is de definitie van kunst te herdefiniëren. In onze Westerse maatschappij is een unieke situatie ontstaan waarbij kunst gezien wordt als gebruiksgoed. Kunst kun je verkopen in ruil voor geld, prestige en macht. Suzi Gablik denkt dat door de secularisering een maatschappij is ontstaan waarbij het spirituele gescheiden is van het economische. Hierdoor is het mogelijk om over kunstwerken te spreken in termen van geld.

De grenzen zijn vervaagd en er is geen duidelijke grens meer te trekken tussen lage en hoge cultuur. Clement Greenberg schrijft al in zijn essay ‘Avant-garde and Kitsch’, dat hij een fervent tegenstander is van het verdwijnen van een duidelijke scheidslijn. Voor hem gaat kitsch alleen maar over geld en populaire cultuur. Kitsch leidt naar geld en roem.

PUBLIEK Gamboni stelt dat kunst beschouwd kan worden als een vorm van persoonlijk expressie van een individu en spirituele verrijking voor de beschouwer. Er kan een conflict ontstaan tussen de rechten van de eigenaar, de rechten van de kunstenaar en het publieke belang. Iedere partij wil er zijn voordeel mee doen. Zo wil de kunstenaar de vrijheid behouden om te maken wat hij wil, maar daarbij kan hij niet zonder het waardeoordeel van de beschouwer of de opdrachtgever. Kant noemde dit: “Doctrine of Law”, kunst is niet alleen materiaal maar ook een discussie tussen maker en het publiek.⁵²

Het is de toeschouwer die maakt dat iets een kunstwerk is. In 1966 doet David Bainbridge, lid van de Britse Art & Language groep, ook een poging om dit fenomeen zichtbaar te maken. Hij maakt een ‘plaything’ als dekmantel voor zijn onderzoek om te kijken welke veranderingen in status een kunstwerk

kan ondergaan als het in een andere context wordt geplaatst. Soms zie je het ‘plaything’ als een kunstobject en soms als een functionele hijskraan. Hij gaat hierin wel voorbij aan het feit dat de kunstenaar een voorstel kan doen en dit niet kan vastleggen. Het is de toeschouwer die bepaalt of het object gezien wordt als kunst.

‘Tilted Arch’ een werk van Richard Serra uit 1981 is een gigantische stalen gebogen wand die speciaal gemaakt was voor het Federal Plaza in New York. Dit werk werd in 1989 weer weggehaald onder publieke en politieke druk. Deze publieke afkeur voor het werk van Serra was ontstaan onder invloed van de politiek. Het werk was gemaakt in opdracht van de NEA (National Endowment for the Arts), die een programma had opgesteld voor kunst in de publieke ruimte. Serra werd verkozen om een werk te maken voor Federal Plaza in lower Manhattan. Na plaatsing kwam er onmiddellijk kritiek vanuit de gemeenschap op het werk. Dit zou zijn weggeëbd als er geen veranderingen hadden plaatsgevonden in het politieke landschap. Onder invloed van een nieuwe regionale administrator bij de GSA (dit was verantwoordelijk voor de bouw van publieke gebouwen en daarmee ook de gebouwen aan Federal Plaza), William Diamond, werd er een ad hoc commissie ingezet, waarbij hij zelf als voorzitter optrad. In deze commissie zaten overigens geen vertegenwoordigers uit de kunstwereld. Deze commissie besloot ondanks de vele geluiden tegen verwijdering dat het werk verplaatst moest worden. Voor Serra was dit ontoelaatbaar aangezien het werk specifiek voor deze locatie was bedoeld. Onder invloed van de conservatieven werd besloten dat staatssteun voor kunst en media afgekeurd moest worden. Republikein Newt Gingrich stelde voor de private markt over kunstwerken te laten beslissen “what values good currency”. Hiermee stelde hij de financiële waarde boven de artistieke waarde en hij gaf tevens aan dat men publieksvriendelijke werken in de openbare ruimte wilde. Zo kwam de nadruk op het publiek te liggen en niet op de kunst zelf. Voor Serra betekende dit dat eigendomsrecht en bezittingen blijkbaar belangrijker waren dan vrije expressie en morele rechten van kunstenaars. Zo vond Clara Weyergraf-Serra dat sponsoring vanuit de staat vrije expressie alleen maar tegenwerkte. Zij was altijd al tegen overheidscommissies, kunst werd alleen maar gebruikt om hun liberalisme te tonen. Maar zodra dit liberalisme uit de mode was en er een andere politieke wind waaide was je die steun meteen weer kwijt.⁵³ Opnieuw illustreert dit voorbeeld hoe verschillende factoren werkzaam zijn binnen de kunstwereld.

De fotograaf Thomas Struth laat in zijn foto's de monumentaliteit en het elitisme van musea zien in relatie tot het publiek dat het bezoekt (afb. 11). De gebouwen zijn vaak reusachtig en lijken zo bij de bezoeker een gevoel van eerbied af te dwingen. Het toont de eenvoud en het ordinaire van de gewone mens, waardoor het museum alleen maar meer grandeur krijgt. Daarnaast

laat hij in zijn foto's zien hoe het museum een toeristische trekpleister is geworden. Musea zijn zo populair geworden dat we samendrommen om een schilderij te bekijken. Kunstinstututen vormen en manipuleren de belevenis van kunst, het werk krijgt een aura van onbereikbaarheid. Alles staat in dienst van het verleiden van de bezoeker.

Een goed voorbeeld van een straatkunstenaar die een spel speelt met de bezoeker van een museum is Banksy. Hij heeft zijn werk ditmaal verplaatst naar het museum. Het gaat hier om een guerrilla-actie van Banksy. Ongezien heeft hij zijn eigen werk, met een duidelijke knipoog naar de kunstgeschiedenis, tussen werken gehangen die historisch gezien hun waarde al hebben bewezen. Hierbij is Banksy vooral op zoek naar reacties van het publiek. Accepteren ze zijn werk als kunst, zien ze eigenlijk wel dat zijn werk niet op die plek hoort?

Zonder publiek geen kunstwerk en sinds het modernisme is het kunstwerk ook niet meer los te koppelen van de maker. Deze zijn verbonden met elkaar. Hierdoor ontstaat er ook een mystificatie door de toeschouwer van de kunstenaar. De bezoeker van een museum gaat het werk ook beoordelen op basis van de persoon achter het werk. Hierdoor vereenzelvig je het werk met de kunstenaar die het gemaakt heeft. De expert echter moet de waarde beoordelen op formele kenmerken en de persoon achter het werk buiten beschouwing laten.⁵⁴ Interessant om in dit verband nog kort opnieuw Banksy te noemen. Hij heeft juist door de geheimzinnigheid rondom zijn identiteit enorme media-aandacht naar zich toe weten te trekken. Met de toename van dit sociale kapitaal heeft hij zich meer economisch kapitaal weten toe te eigenen. Een goed voorbeeld van de processen in het kunstveld.

CONCLUSIE Gablik vindt dat de rol van de kunstenaar marginaal is geworden. De kunstenaar is een maker van beelden geworden, waarbij de producten die daaruit voortkomen handelswaar zijn. Het gaat niet meer om de verlichte ideeën, de inzichten die een kunstenaar kan verschaffen maar om de esthetiek van een werk. Gablik noemt dit een defect in het waarderingssysteem in de moderne maatschappij. Ofwel, in onze huidige westerse maatschappij kunnen wij alleen nog maar denken vanuit het economische model: wat is het waard, wat levert het op en is het de moeite van de investering waard. Gablik schrijft dit in 1984 en je zou dit kunnen wegschrijven als een erg pessimistisch beeld van de kunstwereld. Maar uiteindelijk kun je wel zeggen dat er binnen de hoogste kringen van de kunstwereld wel een mentaliteit hangt waarbij geld het wint van de inhoud. Zo ook bewijst Ben Lewis met zijn documentaire 'The Great Art Bubble'.

De kunstenaar van nu ziet zijn relatie tot kunst als puur individueel en niet als onderdeel van een sociale structuur. Kunstenaars zijn veelal bezig met te rea-

geren op de kunst zelf en minder met de maatschappij. Binnen de kunstwereld is er een grote druk om succesvol te zijn. Maar wat versta je onder succesvol. Ben je succesvol als je veel geld verdient? En wordt je werk dan pas bestempeld als kunst? Succes en status zijn binnen onze maatschappij belangrijke waarden en deze maken onderdeel uit van alle facetten van de samenleving. Deze zie je in alle velden terugkomen, dus ook de kunstwereld. Om te illustreren hoe die waarden ons beïnvloeden noem ik nog de kunstenaar Tehching Hsieh. Hij is geboren in Taiwan en woont vanaf 1974 in de Verenigde Staten. Hij heeft niet het gevoel zich te conformeren met de standaard van de samenleving waarin hij nu leeft. Economisch succes, veiligheid, comfort en plezier hebben geen deel uitgemaakt van zijn opvoeding in China en zijn daardoor niet bepalend geweest voor zijn visie. Voor hem zijn leven en zijn kunst een en hetzelfde ding. In 1981 maakt hij een registratie, door middel van foto's en films, van zijn leven waarbij hij een jaar lang buiten leeft in New York. In zijn geval heb je niets anders nodig dan de discipline om je werk te maken. Geld mag niet leidend worden in het werk dat je maakt.

Waarom is iets kunst, of is het wel kunst, wie bepaalt dit?

'Door een situatie te creëren van spanning en dubbelzinnigheid, roepen 'anxious objects' (verontrustende objecten) vragen op hoe we denken te weten wat we zien. Onze perceptie is afhankelijk van ons vermogen om te kunnen interpreteren wat we zien.'⁵⁵ Als we voor kunst een bestaansrecht zoeken dan ligt dat hierin besloten. Door kunst te bekijken en te maken worden routines doorbroken en kunnen mensen bewuster worden van zichzelf en hun omgeving. Kunst geeft de realiteit een draai, waardoor er vervreemding ontstaat. Door deze vervreemding vervult kunst zijn functie in de moderne maatschappij. Herbert Marcuse: "art fulfills its function in modern society. Its 'negating power' (ontkennende kracht) breaks the false automatism of the mechanical mode of life."⁵⁶ Je wordt als toeschouwer wakker geschud door hetgeen je ziet.

Nog een laatste maal Duchamp: "Kun je een kunstwerk maken dat geen kunstwerk is?" Wat is het dan dat een werk een kunstwerk maakt. Alles draait om de intentie van de kunstenaar. De tweede stap is de acceptatie van het werk als kunst door de beschouwer. Zonder de beschouwer bestaat een kunstwerk überhaupt niet.

Binnen een maatschappij waarbij status, geld en bekendheid belangrijke waarden zijn, willen kunstenaars dat hun werk hun carrière dient en niet dat zij het belang van kunst zelf dienen. Zoals al aan het begin uiteengezet, werkt een kunstenaar niet meer vanuit zijn intrinsieke motivatie, maar maakt deze zijn werk onder invloed van externe factoren. Deze invloeden van buitenaf worden vaak bepaald door financiële overwegingen. Dit geldt natuurlijk niet voor iedere kunstenaar. Maar het romantische idee van de lijdende kunstenaar

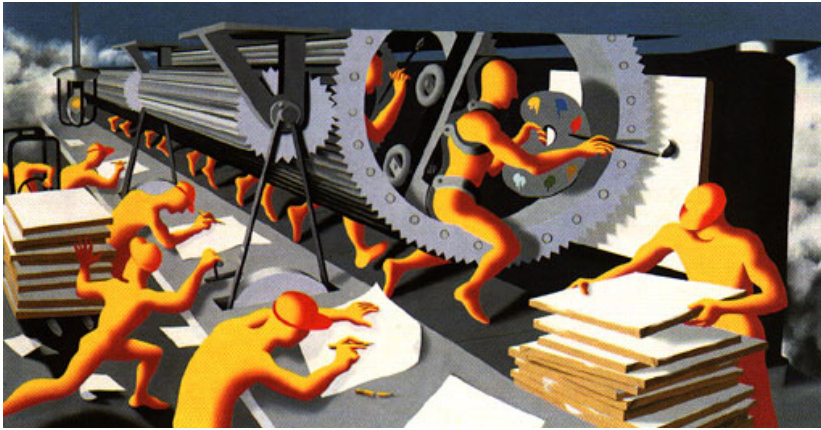
die leeft voor zijn kunst is toch wel verleden tijd. Een kunstenaar probeert met zijn werk een boterham te verdienen en moeten zich commerciëler en zakelijker opstellen. Gezien de economische ontwikkelingen zullen er steeds minder subsidies beschikbaar komen vanuit de overheid, maar ook sponsoring en het ondersteunen van een kunstenaar in de vorm van patronage is minder geworden. Een kunstenaar moet zich daarom ook beter scholen in marketingtechnieken en zich gaan gedragen als ondernemer. Ik zie wel een voordeel in een grotere zakelijke zelfstandigheid van de kunstenaar. Hij kan zich daardoor minder afhankelijk opstellen. En binnen de grenzen die de markt oplegt kan een kunstenaar zich wellicht beter en vrijer gaan bewegen. Hij zal die grenzen moeten gaan oprekken om er meer uit halen. Mits je de wetten en regels van het veld accepteert en je plek durft op te eisen binnen het systeem. Zorgen dat je voldoende symbolisch kapitaal verwerft om mede te bepalen hoe het culturele veld eruit komt te zien. Maar binnen een maatschappij zoals wij die kennen in het westen kun je er niet meer omheen. Om jezelf kenbaar te maken als bedrijf of als cultureel ondernemer zul je gebruik moeten maken van marketing, promotie, public relations. Als je als kunstenaar afstudeert aan een academie zul je op een of andere manier gebruik moeten maken van deze middelen om ervoor te zorgen dat je van je kunst kunt leven.

Een andere manier om toch dicht bij je zelf te blijven, maar wel een zekere status of aanzien te verwerven is het opzoeken van de media. Bij voldoende blootstelling aan de media kun je jezelf bekend maken bij het grote publiek en zul je een publiek aan je kunnen binden.

Na het Modernisme is de rol van rebel weggevalen voor de kunstenaar. Hoewel je wel vormen van rebellie ziet, zoals eerder de performances van de jaren '70 en later de opkomst van de graffiti. Recent zie je dat met name in de straatkunst een verzet is ontstaan tegen de gevestigde kunstwereld, terwijl ook daar de behoefte om bij de gevestigde orde te horen zich aandient. Wat doe je als jonge straatkunstenaar als het MOMA je werk wil exposeren en zo aan een groot publiek kan worden getoond. Ook al is het dan het establishment. Ook wil je als kunstenaar net als ieder ander geld verdienen met datgene wat je maakt. Warhol: "Why do people think artists are special? It's just another job."⁵⁷ Tijdens de avant-garde zie je ook de wil om bij de gevestigde orde te horen, maar het grote verschil zit hem in de wil om er winst uit te halen. Een kunstenaar wil onderdeel uitmaken van het systeem om mee te tellen. Als je als kunstenaar iets wilt bereiken in termen van succes en status zul je moeten opereren als een bedrijf. Met als groot nadeel dat je een goede manager moet hebben, een goed marketingapparaat en jezelf goed in de markt moet zetten. Dan kan zelfs middelmatig werk groot succes hebben.

Wat en wie nu bepaalt wat kunst is, is afhankelijk van de verschillende soorten kapitaal die je hebt verworven als kunstenaar. Met voldoende kapitaal kun je een plekje veroveren binnen de kunstwereld. Hiermee wordt het mo-

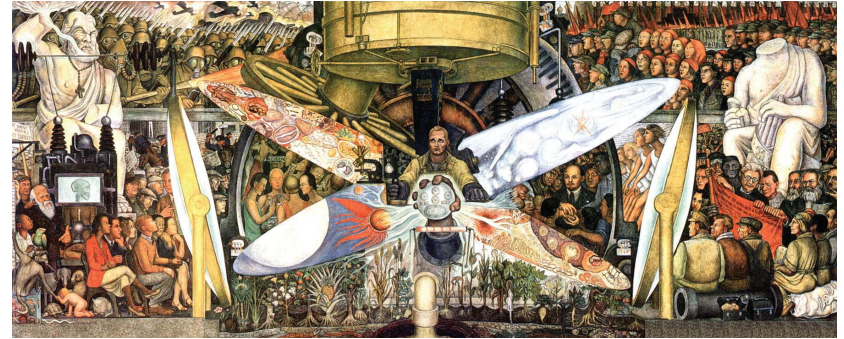
gelijk om gewaardeerd te worden om je werk. Maar binnen het veld spelen allerlei factoren een rol en zul je als kunstenaar op veel aspecten in moeten spelen. Het veld bestaat uit vele afhankelijkheidsrelaties, waarbij ik geprobeerd heb de belangrijkste factoren die een rol spelen aan te stippen. Binnen de relaties die bestaan in de kunstwereld kun je wel concluderen dat, als geld de belangrijkste motivatie is om een werk te waarderen, de houdbaarheid van het werk misschien wel eens van korte duur zou kunnen zijn. Wordt een werk beoordeeld op zijn intrinsieke waarde en wordt de economische waarde niet leidend, dan zal het werk beklijven. De symbolische en culturele waarde van een werk kan pas echt beoordeeld worden als er enige tijd is verstreken.



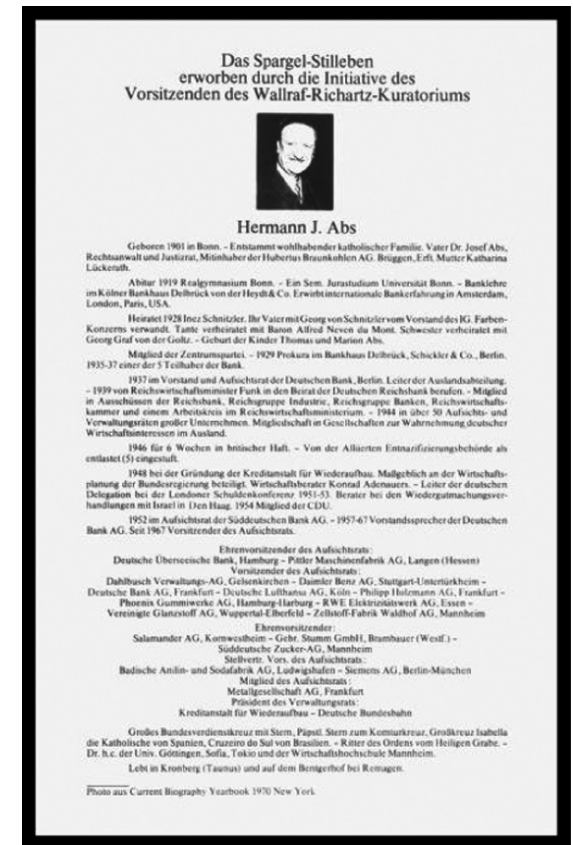
MARK KOSTABI
Modern times, (199-)



DAMIEN HIRST
For the love of God, (2007)



DIEGO RIVERA
Man at the Crossroads, (1933)



HANS HAACKE
Manet-Project, (1974)

RFB - 5



EDUARD MANET
Bos asperges, (1880)

RFB - 6



MAURIZIO CATTELAN
A Perfect Day, (1999)

RFB - 1



MARCEL BROODTHAERS
Musée d'Art Moderne

RFB - 8



ANDREA FRASER
Welcome to the Wadsworth: A Museum Tour, (1991)



AFB-9

JOSEPH KOSUTH
One and Three Chairs, (1965)



AFB-111

THOMAS STRUTH
Audience 2, (2004)



AFB-110

ROBERT RAUSCHENBERG
Erased de Kooning, (1953)

BIJLAGE

THE TOP 30 EXHIBITIONS 2009

Daily	Total	Exhibition	Venue / City	Dates
15,960	946,172	Ashura and Masterpieces from Kohfukuji	Tokyo National Museum Tokyo	31 Mar-7 Jun
14,965	299,294	61st Annual Exhibition of Shoso-in Treasures	Nara National Museum Nara	24 Oct-2 Nov
9,473	447,944	Treasures of the Imperial Collections	Tokyo National Museum Tokyo	6 Oct-29 Nov
9,267	851,256	17th-century Painting from the Louvre	Nat. Museum of Western Art Tokyo	28 Feb-14 Jun
7,868	419,256	2nd Photoquai Biennale	Musée Quai Branly Paris	22 Sep-22 Nov
7,270	783,352	Picasso and the Masters	Grand Palais Paris	8 Oct 08-2 Feb
6,553	703,000	Kandinsky	Centre Pompidou Paris	8 Apr-10 Aug
6,299	377,068	Joan Miró: Painting and Anti-Painting	Museum of Modern Art New York	2 Nov 08-12 Jan
6,186	391,476	Pipilotti Rist: Pour Your Body Out	Museum of Modern Art New York	19 Nov 08-2 Feb
5,609	390,219	Treasures of the Habsburg Monarchy	National Art Center Tokyo Tokyo	25 Sep-14 Dec
5,137	379,408	James Ensor	Museum of Modern Art New York	28 Jun-21 Sep
5,128	347,995	Ron Arad: No Discipline	Museum of Modern Art New York	2 Aug-19 Oct
4,945	305,894	Martin Kippenberger: Problem Perspective	Museum of Modern Art New York	1 Mar-11 May
4,939	51,505	12th Japan Media Arts Festival	National Art Center Tokyo Tokyo	4 Feb-5 Feb
4,864	266,821	Marlene Dumas: Measuring Your Own Grave	Museum of Modern Art New York	14 Dec 08-16 Feb
4,856	436,343	Van Gogh and the Colours of the Night	Museum of Modern Art New York	21 Sep 08-5 Jan
4,820	459,267	Joaquin Sorolla	Museo Nacional del Prado Madrid	26 May-13 Sep
4,735	329,446	Vermeer's Masterpiece The Milkmaid	Metropolitan Museum of Art N.Y.	10 Sep-29 Nov
4,735	317,233	Afghanistan: Hidden Treasures from Kabul	Museum of Fine Arts Houston	1 Mar-17 May
4,717	474,821	Frank Lloyd Wright: from Within Outward	Guggenheim Museum New York	15 May-23 Aug
4,688	408,990	Warhol's Wide World	Grand Palais Paris	18 Mar-13 Jul
4,533	323,132	Aernout Mik	Museum of Modern Art New York	6 May-27 Jul
4,486	450,521	Picasso-Manet	Musée d'Orsay Paris	8 Oct 08-1 Feb
4,416	473,800	Alexander Calder	Centre Pompidou Paris	18 Mar-20 Jul
4,303	151,833	Masterpieces of Zen Culture from Myoshinji	Tokyo National Museum Tokyo	20 Jan-1 Mar
4,178	448,208	Egypt: the Great Civilisation	National Museum of Korea Seoul	28 Apr-30 Aug
4,150	256,714	Into the Sunset	Museum of Modern Art New York	29 Mar-8 Jun
4,139	405,612	The Revolution Continues	Saatchi Gallery London	9 Oct 08-18 Jan
3,927	129,583	Six Billion Others	Grand Palais Nave Paris	10 Jan-12 Feb
3,859	308,719	Banksy vs Bristol Museum	City Museum & Art Gallery Bristol	13 Jun-31 Aug

Lijstjes zijn leuk, maar dat wil niet zeggen dat je deze voor lief moet nemen. Welke periode vindt een tentoonstelling plaats; wel of niet in het toeristenseizoen; in hoe-verre is de media erbij betrokken? Lijstjes zijn lijstjes en zeggen niet alles. Misschien is dit ook het probleem van de huidige samenleving. Alles wordt gereduceerd tot lijstjes en cijfers.

NOTEN

1. De Tweede Helft, gedocumenteerd - AD DE VISSER, blz. 177: 'Opkomst en ondergang van de avant-garde'
2. Has Modernism failed - SUZI GABLIK, blz. 46
3. De Tweede Helft, gedocumenteerd - AD DE VISSER, blz. 57: 'Opkomst en ondergang van de avant-garde' (1964)-Constant blz. 177
4. Has modernism failed? - Suzi Gablik, blz. 57
5. De Tweede helft - beeldende kunst na 1945 - AD DE VISSER, blz. 83
6. The great art bubble - documentaire BEN LEWIS BBC / Close Up, AVRO
7. http://www.nrc.nl/kunst/article2499950.ece/Topprijzen_veiling_Peter_Stuyvesant-collectie?service=Print
8. Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip - PIERRE BOURDIEU, blz. 11
9. Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip - PIERRE BOURDIEU, blz. 16
10. The Intellectual Field: a world apart (1990) P. BOURDIEU. Uit: Theory in Contemporary Art since 1985
11. Reproduction in Education, Society & Culture - PIERRE BOURDIEU, JEAN-CLAUDE PASSERON
12. Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip - PIERRE BOURDIEU. blz. 125
13. Has modernism failed? - SUZI GABLIK blz. 60 / <http://www.youtube.com/watch?v=mlGjXXmgZwc>
14. The Intellectual Field: a world apart (1990) P. BOURDIEU. Uit: Theory in Contemporary Art since 1985
15. Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip - PIERRE BOURDIEU. blz. 246
16. Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip - PIERRE BOURDIEU. blz. 249
17. Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip - PIERRE BOURDIEU. blz. 251
18. Opstellen over smaak, habitus en het veldbegrip - PIERRE BOURDIEU. blz. 252
19. Has Modernism failed - SUZI GABLIK. blz. 51
20. Has Modernism failed - SUZI GABLIK. blz. 53
21. The destruction of art, Iconoclasm and Vandalism since the French Revolution - DARIO GAMBONI, 1997. blz. 166 - 168
22. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz. 350
23. The destruction of art, Iconoclasm and Vandalism since the French Revolution - DARIO GAMBONI, 1997. blz. 321 - 326
24. Understanding Media - MARSHALL MCLUHAN., 1964
25. Simulacres et simulation - JEAN BAUDRILLARD, 1981
26. The destruction of art, Iconoclasm and Vandalism since the French Revolution - DARIO GAMBONI, 1997
27. The destruction of art, Iconoclasm and Vandalism since the French Revolution - DARIO GAMBONI, 1997. blz 255 - 257
28. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 346
29. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 352
30. Avant-Garde and Kitsch - CLEMENT GREENBERG, Partisan Review, 1939, 34-49
31. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 347
32. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 346
33. <http://kunstzaken.blogspot.com/2009/07/door-kunst-verleid.html>
34. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 358
35. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 349
36. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 349
37. Has Modernism failed - SUZI GABLIK. blz 63
38. The destruction of art, Iconoclasm and Vandalism since the French Revolution - DARIO GAMBONI, 1997. blz 123
39. The destruction of art, Iconoclasm and Vandalism since the French Revolution - DARIO GAMBONI, 1997 (isbn 0-948462-94-9). blz 125
40. Has Modernism failed - SUZI GABLIK. blz 25
41. Has Modernism failed - SUZI GABLIK. blz 41
42. The destruction of art, Iconoclasm and Vandalism since the French Revolution - DARIO GAMBONI, 1997. blz. 265 - 269
43. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 35
44. Has Modernism failed - SUZI GABLIK. blz 56
45. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 36
46. Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit; Zeitschrift für Sozialforschung - WALTER BENJAMIN. 1935
47. http://www.volkskrant.nl/archief_gratis/article586895.ece/schaars_goe
48. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 41
49. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 40
50. Art & Today - ELEANOR HEARTNEY. blz 7
51. Kunst in crisis - RUTGER WOLFSON. blz 7 - 9
52. The destruction of art, Iconoclasm and Vandalism since the French Revolution - DARIO GAMBONI, 1997. blz 139
53. The destruction of art, Iconoclasm and Vandalism since the French Revolution - DARIO GAMBONI, 1997. blz 155 - 162
54. Hierover meer in: La Gloire de van Gogh, essay d'antropologie de l'admiration - NATHALIE HEINICH, paris, Éditions de Minuit (1991)
55. Has Modernism failed - SUZI GABLIK. blz 36
56. Has Modernism failed - SUZI GABLIK. blz 37
57. Has Modernism failed - SUZI GABLIK. blz 61

LITERATUUR

- ▶ Art & Today – ELEANOR HEARTNEY, Phaidon Press, 2008 (isbn 9780714845142)
- ▶ Bedrijfscollecties in Nederland – NAI Uitgevers / Vereniging Bedrijfscollecties Nederland, Rotterdam 2009 (isbn 9789056627225)
- ▶ Boekman 76: Particulier initiatief, 20ste jaargang, najaar 2008 (issn 15715949)
- ▶ Boekman 77: Het belang van kunst, 20ste jaargang, najaar 2008 (issn 15715949)
- ▶ De Tweede helft - beeldende kunst na 1945 - AD DE VISSER, Sun, Amsterdam, 2005 (isbn 9789061686149)
- ▶ De Tweede Helft, gedocumenteerd – AD DE VISSER, SUN, Amsterdam, 2002 (isbn 905870566)
- ▶ Has modernisme failed? – SUZI GABLIK, Thames & Hudson, 1984 (isbn 0500273855)
- ▶ Kunst in crisis – RUTGER WOLFSON, Prometheus / De Vleeshal, 2de druk 2003 (isbn 9044601334)
- ▶ Kunst in netwerken. Artistieke selecties in de hedendaagse dans en beeldende kunst – PASCAL GIELEN, Uitgeverij Lannoo nv, Tiel, 2de druk 2008 (isbn 978902095590)
- ▶ Maurizio Cattelan – M. Cattelan, Francesco Bonami, Nancy Spector e.a. London, Phaidon, 2000 (isbn 0714838667)
- ▶ Opstellen over smaak, habitus, en het veldbegrip – PIERRE BOURDIEU, Amsterdam : Van Gennep 1989 (isbn 9060128192)
- ▶ Reproduction in Education, Society & Culture – PIERRE BOURDIEU, JEAN-CLAUDE PASSERON, London: Sage 1977 (isbn 080399995-X)
- ▶ The destruction of art, Iconoclasm and Vandalism since the French Revolution – DARIO GAMBONI, Reaktion Books Ltd. 1997 (isbn 0948462949)
- ▶ The Intellectual Field: a world apart (1990) P. BOURDIEU. Uit: Theory in Contemporary Art since 1985 ed. ZOYA KOCUR, SIMON LEUNG, Blackwell Publishing Ltd. 2005 (isbn 0631228683)
- ▶ Wie bepaalt de waarde van kunst? – WILLEM L. BAARS, Nieuw Amsterdam, 2008 (isbn 9789046805688)

OVERIGE MEDIA WEBSITES:

- ▶ Wikipedia.org
- ▶ NRC.nl
- ▶ metropolism.com
- ▶ moma.org
- ▶ fundaciotapies.org
- ▶ brooklynmuseum.org
- ▶ smak.be
- ▶ volkskrant.nl
- ▶ www.philagrafika2010.org/artist/-swoon
- ▶ www.theartnewspaper.com/attfig/attfig09.pdf
- ▶ www.kunstzaken.blogspot.com/2009/07/door-kunst-verleid.html
- ▶ Interview Robert Indiana en Barbaralee Diamonstein 1978:
- ▶ www.youtube.com/watch?v=mlGjXXmgZwc&feature=youtu_tube_gdata
- ▶ The Great Art Bubble – BEN LEWIS, documentaire AVRO's Close-up, 2009

TOELICHTING

Wie bepaalt wat kunst is? Welke mechanismen maken uit wie er beroemd wordt en wie in de vergetelheid belandt? Wie stelt vast wat de waarde van een kunstwerk is? Goedele Wellens probeert er in dit essay achter te komen wie aan de touwtjes trekt. Ze ontrafelt het ingewikkelde systeem van markt, vraag en aanbod en legt structuren bloot die onderhuids al eeuwen doorwerken.

Ze blijkt daarbij over atletische vermogens te beschikken. In een mengeling van enthousiasme, bewondering, verbazing en verontwaardiging sleurt ze de lezer mee van de Republiek der Zeven Verenigde Provinciën tot aan de 21ste eeuw. Rennend, sprintend en soms struikelend onthult ze de rol van galeriehouders en veilinghuizen, van verzamelaars en musea. Alle actoren in de periferie die de kunstenaar in een duizelingwekkende dans meevoeren in hun hang naar roem, bezit en macht.

Als Goedele bij de conclusie is beland, is de lezer buiten adem. Maar een flink stuk wijzer. Goedele Wellens kreeg voor dit essay de ABV Scriptieprijs 2010.

Huib Fens

COLOFON

SAMENSTELLING EN REDACTIE

Huib Fens, Loek Melis, Christianne Niesten

SCRIPTIEBEGELEIDING

Christianne Niesten, Simone Rijs

VORMGEVING

Mario van Bakel

DRUKWERK

S&B druk, Oss

OPLAGE

200

AFBEELDING OMSLAG

Erased Vautier (Mario van Bakel)

PERSONALIA

Goedele Wellens ('s-Hertogenbosch, 1976) studeerde 3d-design aan de Hogeschool voor de Kunsten ARTEZ te Arnhem en Kunst- en Cultuurmanagement aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam. Sinds 2008 volgt ze de verkorte deeltijdstudie Docent Beeldende Kunst en Vormgeving aan de ABV Tilburg. Winnares van de ABV Scriptieprijs 2010.

COPYRIGHT

© FONTYS HOGESCHOLEN EN DE AUTEURS/KUNSTENAARS

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een gegevensbestand, of openbaar worden gemaakt in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch of door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

ABV Scriptie is een uitgave van de Academie voor Beeldende Vorming Tilburg,
onderdeel van Fontys Hogeschool voor de Kunsten

Isbn 978-90-79941-05-6



Fontys

Hogeschool voor de Kunsten