

BEELDENDE KUNST

■ Don Thompson

Shock Art: kunst, handel en hebzucht. Walewein, Amsterdam, 2010, 335 blz., 22,50 €



De Britse econoom en kunstverzamelaar Don Thompson schreef een onthullend boek over de economische en psychologische kanten van de handel in hedendaagse topkunst. In 23 helder geformuleerde hoofdstukken gunt hij ons een kijk achter de schermen van een wereld bevolkt door steenrijke kunstverzamelaars, kunsthandelaars en de twee grootste veilinghuizen ter wereld: Christie's en Sotheby's. Eén van de vragen die hij gaandeweg probeert te

beantwoorden, is wie bepaalt dat het werk van een kunstenaar hot is. Dat blijkt enerzijds een select groepje kunsthandelaars te zijn, en anderzijds Christie's en Sotheby's. Kunsthandelaars promoten bepaalde kunstenaars als merk, en daarbij geldt de regel dat enkel de grote merken aan de bak komen en de belangstelling wegdragen van het publiek. Of om het met de woorden van 'topkunstenaar' Damien Hirst te zeggen: 'Zorgen dat je een merknaam wordt, is een belangrijk onderdeel van het leven. De wereld draait om merken.' De intrinsieke kwaliteiten van een kunstwerk zijn daarbij steeds meer van ondergeschikt belang. Briljante marketingstrategieën, onderlinge prijsafspraken en dubieuze boekhoudkundige transacties, daar draait het vandaag allemaal om in de wereld van de hedendaagse kunsthandel. En wie geen merk is of er niet een voor zichzelf weet te creëren, die bestaat niet als kunstenaar. Dat mag een cynische conclusie heten, maar in een tijd waarin cynisme tot norm verheven is en doorgedrongen in alle geledingen van de maatschappij, hoeft het geen verbazing te wekken dat ook de kunsthandel deel uitmaakt van die carrousel. Alleen de tijd zal uitmaken of die zelfverheerlijking en hebzucht uiteindelijk niet allemaal om een zeepbel draaide. Maar in de tussentijd spelen de protagonisten in deze 'mengeling van theater en casino' wel verder hun op het lijf geschreven rol. Crisis of geen crisis.

[Patrick Auwelaert]