

Ter verheffing van de arbeidersklasse

De doelen van de vereniging Kunst aan het Volk (1903-1928)

De Amsterdamse vereniging Kunst aan het Volk, gelieerd aan de SDAP, hield zich bezig met ‘volksverheffing’; een beschavingsoffensief moest de ook toen al bestaande kloof tussen kunst en volk dichten. Vele initiatieven werden daartoe ontwikkeld – maar hebben ze ook het gewenste effect gehad? **door Evert van Uitert**

E_R

is in de afgelopen maanden door verschillende belanghebbenden, niet voor de eerste keer, met passie gepolemiseerd

over het belang van kunst in het algemeen en over de verantwoordelijkheden van de overheid dienaangaande in het bijzonder. De oude term ‘ivoren toren’ werd

vervangen door ‘de elite van de Amsterdamse grachtengordel’ en het leerstuk van de ‘kunst-om-de-kunst’ werd afgeserveerd als ‘het speeltje’ van diezelfde

grachtengordel. Het begrip volksverheffing is, met toestemming van socioloog Bram de Swaan, verwijderd uit het politieke discours. Vormingswerk mag zich



Een goed en een fout voorbeeld van een arbeiderskamer op de tentoonstelling van 1910-1911.

VOOR SOCIAAL-DEMOCRATIE,
SMAAKOPVOEDING EN VERHEFFEND
GENOT: DE AMSTERDAMSE
VERENIGING KUNST AAN HET VOLK,
1903-1928
door Marc Adang.
Aksant / Amsterdam University Press.
Amsterdam 2008.
766 pag. € 39,90

ook al niet meer in een warme belangstelling verheugen.

De noodzaak om te bezuinigen op de kunsten vormde voor sommigen in het kamp van de rechtse regering-Rutte aanleiding hun kunstvijandige kaart uit te spelen, zoals eertijds Batavus Droogstoppel in Multatuli's *Max Havelaar*. Hoe het met het onderhoud en de bevordering van de Nederlandse beschaving afloopt, weten we nog niet. De plannen en de reacties daarop bewijzen in ieder geval dat kunst er blijkbaar toe doet. Het bewijst ook dat het *Unbehagen in der Kunst*, om een titel van Freud te parafaseren, nog springlevend is. Dat behoeft niet te verbazen zelfs al zou Freuds psychologische en sociale analyse maar voor de helft waar zijn.

Maar een blik op de politieke rol die cultuur een eeuw geleden in ons land speelde, kan ook waardevolle inzichten opleveren. In Nederland werd vanaf het einde van de negentiende eeuw het kiesrecht steeds meer verruimd. Ook vertegenwoordigers van de arbeiders werd een plaatsje op het Haagse pluche vergund. Het was een recht dat hun kiezers zich waardig moesten tonen en dus werd een beschavingsoffensief ingezet dat tot heftige polemieken leidde. Het leerstuk van de 'kunst-om-de-kunst' stond tegenover

'De noodzaak om te bezuinigen op de kunsten vormde voor sommigen in het kamp van de rechtse regering-Rutte aanleiding hun kunstvijandige kaart uit te spelen.'

het ideaal van de politiek geëngageerde kunst. Of smaakontwikkeling wenselijk en mogelijk was, stond niet vast. Dat was en is nog steeds een ingewikkelde kwestie.

Nu treft het dat er op dit terrein een omvangrijke, goed doordachte en gedetailleerde studie is verschenen: *Voor sociaal-democratie, smaakopvoeding en verheffend genot: de Amsterdamse vereniging Kunst aan het Volk, 1903-1928*, geschreven door Marc Adang. Die titel klinkt op het eerste gehoor niet al te aantrekkelijk maar weerspiegelt wel de werkwijze van de schrijver-onderzoeker. Adang: 'Zelfs over een vereniging [als Kunst aan het Volk, EvU] waarvan het archief is verdwenen, is veel informatie beschikbaar, informatie die niet eenduidig is, maar wel concreet en ondubbelzinnig. [...] Ik ben op niet op zoek gegaan naar de dominante lijn in het verhaal, maar heb mijn aandacht verdeeld over een niet-hiërarchisch stelsel van kleine sublijnen.' Dat leverde een onderhoudend en genuanceerd boek op

'Het begrip volksverheffing is, met toestemming van socioloog Bram de Swaan, verwijderd uit het politieke discours.'

van ruim 650 pagina's, aangevuld met bijlagen waarin smeulige verhalen niet ontbreken. Omdat het even helder is gestructureerd als goed geschreven, is het ook spannend om te lezen.

Twee prestaties springen in het oog. Met inventief en arbeidsintensief puzzelwerk slaagde Adang erin een overtuigende reconstructie van het ledenbestand te geven. Dat is geen geringe prestatie. We weten nu vrij nauwkeurig om wat voor 'volk' het ging: arbeiders die hoger op wilden, onderwijzers en muzikliefhebbers en het in kunst geïnteresseerde

A B ATHENAEUM BOEKHANDEL
WWW.ATHENAEUM.NL

In recent decades the other major historical transitions towards modernity—the Renaissance and Reformation, and also the British Industrial Revolution—have receded somewhat from the commanding centrality they used to enjoy in the world of historical studies. **Jonathan Israel, *Democratic Enlightenment* — *Alles stroomt. Herakleitos, Alles stroomt* (vert. Paul Claes).** — Het was niet de eerste keer dat een kleinigheid uitgroeide tot een gebeurtenis van nauwelijks te onderschatten belang. **Chris van der Heijden, *Dat nooit meer* — *Het idee dat de mensheid bij economie de zaak kon omdraaien – materiële omstandigheden beheersen in plaats van eraan onderworpen te zijn – is zo nieuw dat Jane Austen zich er nog niet mee bezighield. Sylvia Nasar, *De wil tot welvaart** — Om te beginnen: hoe moet ik mij als lezer opstellen tegenover poëzie die ik niet begrijp? **Piet Gerbrandy, *De gong en de rookberg* — *In haar stem zit altijd klank van klagen. Altijd. Erik Vlamincq, *Brandlucht** — Toen Joni Sigerius hem op een zondagmiddag in 1996 meenam naar de woonboerderij van haar ouders om hem officieel voor te stellen, gaf haar vader hem een hand die hem aan de stevige kant leek. **Peter Buwalda, *Bonita Avenue*******

Meer lezen? Dat kan, op Athenaeum.nl.
Het boek kopen? Dat ook.
We reserveren en bezorgen thuis,
vaak al de dag erop.

SPUI 14-16 AMSTERDAM (020-5141460)
GEDEMPTE OUDE GRACHT 70 HAARLEM (023-5318755)

Artikelen en reacties zeer welkom op redactieadres.

REDACTIESECRETARIAAT:
Amsterdam University Press | Herengracht 221,
1016 BG, Amsterdam | e-mail: abg@aup.nl
Abonnementprijs: € 35,- losse nummers € 4,75
proefabo's (3 nrs.) € 13,50

ADVERTENTIES: Amsterdam University Press
t.a.v. afdeling Marketing, Herengracht 221
1016 BG Amsterdam | T. 020-4200050
marketing@aup.nl

ONTWERP: Corina Cotorobai & Wigger Bierma |
Werkplaats Typografie, Arnhem
OPMAAK: Studio TypeFace, Lelystad
DRUK: Dijkman Offset, Diemen
UITGAVE EN COPYRIGHT: AUP, ISSN 1567-7842
OPLAGE: 64.578 exemplaren

H O P
P R I N T

COLOFON
REDACTIE: Marjolijn van Asselt, Trudy Dehue, Willemijn Dicke, Robbert Dijkgraaf, Marjolijn Februari, essayist, Maria Grever, Albert Heck, Jaap Hoogenboezem, Liesbeth Kester, Theo Mulder, Gerard Nienhuis, Sijbolt Noordal, Willem Otterspeer, Herman Philippse, Ieme van der Poel, Rutger van Santen, Esther-Miriam Sent, Carel Stolk, Paul Struik, Tommas Vanheste, Peter-Paul Verbeek, Willem Witteveen

HOOFDREDACTEUR: Inge van der Bijl
EINDREDACTEUR EN SAMENSTELLER RUBRIEK 'OP ANDERMANS ERF': Wardy Poelstra
REDACTEUR: Geertje Dekkers
ADVERTENTIES: Richard Ludeke
UITGEVER: Amsterdam University Press

'volk' gelieerd aan de SDAP en de vakbeweging.

De tweede hindernis die Marc Adang wist te nemen is het relativeren van de orthodoxie binnen de rode geschiedschrijving, die lang gedomineerd is door een zekere ideologische blindheid. Die orthodoxie was het gevolg van de oude strijd tussen burgers en socialisten, sociaaldemocraten en marxisten.

Kunst voor Allen en de Amsterdamse Kunstkring. Daarmee zou Kunst aan het Volk haar rode kleur verliezen en kon het toch al schaarse 'culturele arbeiderskapitaal' politiek niet verzilverd worden. De doelen die de vereniging zich had gesteld, werden niet gehaald. De kloof tussen 'hoge' cultuur en de arbeidersklasse viel, in ieder geval toen, niet te overbruggen.

In deel I van zijn boek behandelt Adang 'Socialisme, volksopvoeding en kunst' en laat hij zien dat de idealen van Kunst aan het Volk van de 'heren en dames' binnen en buiten de arbeidersbeweging stammen, van de *Fabians* en andere links-liberale initiatieven als het Toynbee-werk (Ons Huis), en niet uit de boezem van het eigenlijke proletariaat zijn voortgekomen. De verburgerlijking zat er, bij wijze van spreken, al vanaf het begin in, zeker toen bleek dat een eigen proletarische cultuur geen kans van slagen had, hoeveel idealisme van kunstenaars en hun supporters daar ook in werd geïnvesteerd. Adang geeft een overzicht van de verschillende ideeën en voorbeelden, met onder meer aandacht voor de polemieken tussen Van Deyssel en Van der Goes over socialisme en kunst. Ook besteedt hij aandacht aan de polemiek in *De Kroniek* van Tak naar aanleiding van de enthousiaste brieven van tekenaar Marius Bauer over de prachtige kroning van de Rus-

sische tsaar en het kritische commentaar dat Tak daarop leverde.

Ter linkerkant uitten Gorter en het echtpaar Roland Holst in die dagen marxistische kritiek. Richard Roland Holst verweet de vereniging 'kleinmoedig' te zijn en tussen de gehate bourgeoisie en de arbeiders in te zweven. Het wachten was ook in Nederland op de dag dat de communistische heilstaat zou komen – wat, zoals bekend, niet gebeurde. Adang vangt deze ontwikkelingen onder de kopjes: 'Artistieke avantgarde', 'Gemeenschapskunst', 'Strijdcultuur', 'Democratisering van kunstgenot', 'De eerste kunstenaarsbonden' en 'Socialisme of socialisten'.

'In het voetspoor van William Morris richtten men zich tegen machinale namaak van historische stijlen.'

Daarna gaat hij in deel II over op de voor geschiedenis van Kunst aan het Volk en de commissies die het eigenlijke werk zouden doen: de Commissies voor Beeldende Kunst, voor Muziek, voor Toneel en Literatuur, en voor Architectuur en Nijverheidskunst. De opzet van deze bijzondere kunstkring was ambitieus genoeg.

Deel III behandelt vervolgens eerst de kunstlievende leden en dan volgt het reilen en zeilen van de vereniging. Het is een heel precies en uitgebreid verslag van alle initiatieven en de respons daarop. Dat overzicht is minstens zo belangwekkend als de organisatorische en politiek-ideologische geschiedenis. Het maakt deze studie behalve voor geïnteresseerden in de Nederlandse politieke geschiedenis ook tot verplichte kost voor musicologen, theaterhistorici en literatuur- en kunsthistorici.

Een hoogtepunt vormde de Internationale Theatertentoonstelling, in 1922 gehouden in het Stedelijk Museum in Amsterdam. Nederland maakte toen kennis met de avant-garde en architect Wjodveld presenteerde er zijn monumentale ontwerp voor een volkstheater in het Vondelpark. Adang karakteriseert deze belangrijke tentoonstelling als 'een wurgend succes' dat het einde van de vereniging betekende. Voor veel leden was de expositie namelijk een brug te ver en dat had consequenties: de SDAP in de Amsterdamse gemeenteraad trok haar steun in.

Het meest spraakmakend waren echter twee tentoonstellingen van de Commissie Architectuur en Nijverheidskunst, waarin architect Berlage en ontwerper Willem Penaat actief waren. In 1905 had de tentoonstelling 'lelijkheid' tot onderwerp en in 1910-11 luidde de, voor huidige oren alarmerende, titel 'smaakontwikkeling'. Penaat lichtte in 1905 toe: 'De vermoorde schoonheid van het dagelijkse leven is een belangrijk ding en geen moeite en kosten kunnen te veel zijn U



IKEA had groot succes met functioneel ontworpen meubels. Brochure ter gelegenheid van de opening van IKEA's tweede winkel in 1963 (m.m.v. IKEA).

van dit feit te overtuigen.' In het voetspoor van William Morris richtten men zich tegen machinale namaak van historische stijlen. Om dat standpunt kracht bij te zetten werden telkens twee kamers getoond, één met echte historische meubelen, de andere met namaak van slechte kwaliteit. Om het publiek van Kunst aan het Volk verder op te voeden waren er ook twee contrasterende arbeiderskamers ingericht: een goed en een slecht voorbeeld, gekozen door Berlage en Penaat. In een krantenrecensie werd een schoonmaakster geciteerd 'die haar werk in de tentoonstellingszalen verrichtte'. Na aandachtige bestudering vond zij 'het lelijker kamertje prachtig! Het voorbeeldig bedoelde kamertje "kaal en ongezellig"'. De blijkbaar Rotterdamse recensent concludeerde: 'Er zal nog heel wat water door de Maas stromen, eer het volk een andere smaak krijgt.' Aan de esthetiek en de sobere gestrengheid van Berlage en de zijnen was men nog niet toe. Bovendien waren deze nieuwe meubelen – thans ver-

bacht achter zich liet en 'verantwoorde' machinale massaproductie accepteerde. Dat laatste vergde de inzet van moderne

achtig; in 2010 bestonden er in 28 landen 313 IKEA-vestigingen. IKEA wist de kosten te drukken door zijn goed ontworpen

'Idealisme, zakelijkheid en uitgekende marketing leverden tezamen een ongeëvenaarde succesformule.'

ontwerpers die de lessen van de Stijl (Rietveld) en het Bauhaus (Breuer) in de praktijk brachten met de beroemde, maar door 'het volk' niet warm onthaalde buismeubelen die nog 'kaler en ongezelliger' waren dan wat Berlage en Penaat hadden gebracht. De buismeubelen bleven vanwege de geringe afzet dan ook aan de dure kant. Het zou tot ver na de Tweede Wereldoorlog duren voor de avant-gardistische esthetica echt voet aan de grond kreeg, gestimuleerd door de winkels en het blad van de Stichting Goed Wonen.

producten als bouw pakket aan te leveren en ze door de consument zelf, al dan niet met veel zuchten en steunen, in elkaar te laten zetten. IKEA kent ook een charitatieve poot in zijn organisatie. Idealisme, zakelijkheid en uitgekende marketing leverden tezamen een ongeëvenaarde succesformule.

De overweldigende populariteit van IKEA inspireerde onlangs het Limburgs Museum in Venlo tot een tentoonstelling van handgemaakte replica's van antiek Romeinse meubelen, onder de titel IXEA. De houten replica's zijn te bestellen, maar dan blijkt dat het onoplosbare kostenprobleem waarmee de idealistische voorganger Kunst aan het Volk had te kampen, nog altijd actueel is. Voor het Flavia-ligbed – de IKEA-benamingen zijn keurig klassiek aangepast – moet 3.235 euro worden betaald en het bijzettafeltje Lupus doet 5.700 euro. De huidige modern denkende elite zal zich voor dat geld liever *Dutch Design* aanschaffen. Sociale verschillen worden nu eenmaal vertaald in de woninginrichting. Er zouden nog mooie tentoonstellingen zijn te maken als vervolgonderzoek, met als onderwerp 'vergelijkende interieurkunde'.

Evert van Uiter is emeritus hoogleraar moderne kunst aan de Universiteit van Amsterdam.

'Of smaakontwikkeling wenselijk en mogelijk was, stond niet vast. Dat was en is nog steeds een ingewikkelde kwestie.'

zamelobjecten geworden – veel te duur voor de doelgroep. Aldus speelden twee kwesties een rol: een economische en een esthetische, het smaakprobleem van de 'schoonmaakster'. Die problemen zouden nog interessante vervolgen krijgen.

De kostprijs van de meubelen kon pas omlaag worden gebracht toen men de nostalgische bewondering voor het am-

Dat was mooi missiewerk, maar de eindoverwinning was al in 1943 voorbereid door een Zweedse jongeling, Ingvar Kamrad. Hij was de grondlegger van de keten van woonwarenhuizen IKEA, niet toevallig ontstaan in de sociaaldemocratie Zweden, waar men kon bogen op een moderne ontwerp traditie. Na de Tweede Wereldoorlog groeide deze keten storm-