

# Nieuwe perspectieven voor kunstkritiek

Van autoriteit naar authenticiteit,  
van beroep naar bezigheid

De traditionele kunstkritiek staat onder druk nu kranten- en tijdschriftredacties steeds minder recensenten in vaste dienst hebben. Maar er gloort hoop: de eerste volwassen generatie *digital natives* kent het internet op zijn duimpje en benut de mogelijkheden ten volle.

**E**en man ligt op de grond, gezicht naar beneden, een enorm slagersmes is in zijn rug gepland. Het omslag van Rónán McDonalds *The death of the critic* (2007) oogt sensationeel. Het beeld detoneert met de ietwat omslachtige schrijfstijl van de auteur en de academische inslag van zijn betoog. Maar belangrijker nog: het is onjuist. Er wordt gesuggereerd dat de dood van de criticus iets plotselings is, dat hij is overvallen, neergestoken en doodgebloed voordat de ambulance arriveerde. In werkelijkheid is de traditionele criticus niet dood maar stervende en is dat proces al enige tijd aan de gang.

Sinds de jaren tachtig is de ruimte voor kunstkritiek in de meeste dagbladen en opinie-tijdschriften gestaag afgenomen. Recensies krompen van duizend tot achthonderd en uiteindelijk hooguit vierhonderd woorden, vaak

voorzien van ballen of sterren. Liever dan een bespreking plaatsen redacties een mooie foto met ondertekening of een lekker human interest-stuk. En er wordt ‘agendajournalistiek’ bedreven waarbij de nadruk ligt op kaskrakers en publiekslievelingen. Dans, architectuur en design komen er bekaaid vanaf.

Het aantal critici in vaste dienst bij kranten en tijdschriften daalt. Er wordt constant aan hun stoelpoten gezaagd, vaak door de eigen hoofdredactie. Die vindt dat alle werknemers all-rounders moeten zijn, inzetbaar op elke deelredactie. De door velen gehate en gevreesde carroussel laat de ene keer een economie-redacteur op kunst belanden en de andere keer een algemeen verslaggever. Expertise, ervaring en historisch overzicht doen er steeds minder toe. Autoriteiten wier mening wordt vereenzelvigd met de titel waarvoor ze schrijven, lijken een uitstervend fenomeen. Zullen er in de toekomst nog wel iconen zijn als Pauline Kael, Jerry Saltz of dichterbij huis: Peter van Bueren, Hein Janssen? Er wordt nu veelvuldig een beroep gedaan op freelancers. De tarieven die zij betaald krijgen, staan al jaren in de ijskast. Urenverslindend recensiewerk levert bedragen op waarvoor de gemiddelde loodgieter niet eens komt voorrijden.

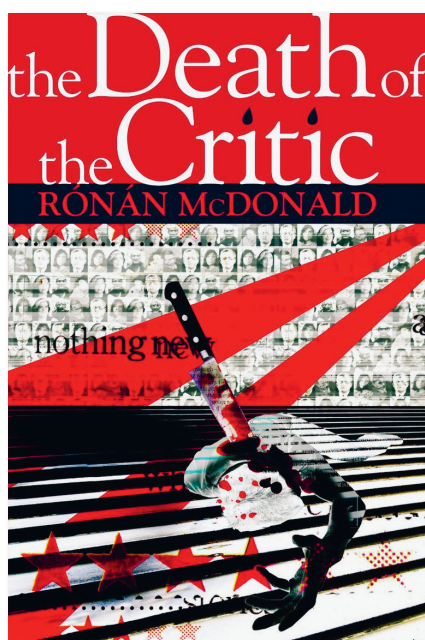
### Einde van het papieren tijdperk

De teloorgang van de traditionele kunstcritiek staat niet op zichzelf. Het is een symptoom van de ontwikkelingen binnen de printmediasector. De afgelopen veertig jaar zijn met de regelmaat van de klok kranten en opinietijdschriften opgedoekt. De titels die overeind bleven voeren een wanhopige strijd om de lezer, die zijn informatie steeds meer uit andere bronnen betreft. En in plaats van zich eigenzinnig te profileren, huren ze allemaal dezelfde bladendokter in en resulteert restyling in geformatteerde eenheidsworst. Het idee dat kunstcritiek bij uitstek een onderwerp is om je mee te onderscheiden, vindt slechts sporadisch weerklank, bijvoorbeeld bij *De Groene Amsterdammer*. Bij *De Telegraaf* hebben ze de redactie kunst en cultuur maar helemaal afgeschaft. Andere kranten hebben kunst gefuseerd met media of showbizz.

Door het verdwijnen van de kunstcritiek uit de krantenkolommen, verdwijnt ze ook uit

het brede publieke debat. Het gesprek over de werking en waarde van kunst verengt zich tot specialistische bladen, die gelezen worden door een klein kringetje liefhebbers. En ook zij zijn steeds minder bereid abonnementsgeld te betalen. *Kunstbeeld*, *Jong Holland* en het gereïncarneerde *Hollands Diep* gingen al kopje onder en meer titels zullen volgen. Het door Halbe Zijlstra ingestelde verbod voor fondsen om kunsttijdschriften te ondersteunen is weliswaar teruggedraaid, maar dat betekent niet dat de fondsen extra geld hebben gekregen om de noodlijdende sector financieel te stutten.

‘Het vraagstuk van nu is hoe je mensen onder de 50 jaar kranten laat kopen’, stelde Michael Kinsley in 2006 in een column in *Time Magazine* (Gomez 2008, 53). Consumenten keren zich af van ‘papier’ (Brouwer 2010, 8). De media proberen dit op te vangen door teksten online te reproducen of *digital only*-bijdragen te maken. De betalingsbereidheid van internetlezers is echter gering, hoewel dat met de komst van een generatie *digital natives* begint te veranderen (Brouwer 2010, 10). Omdat de advertentiemarkt op het web ook geen vetpot is, zijn de vergoedingen voor online kritieken nog veel geringer dan die voor papieren recensies. En zelfs dan →



is het vinden van een duurzaam verdienmodel – ongetwijfeld het meest gebruikte woord van de afgelopen tien jaar binnen de mediasector – een constante bron van zorg. Internetactivist Stewart Brand voorzag zijn beroemde slogan ‘information wants to be free’ niet voor niets van de toevoeging ‘information wants to be expensive’ om aan te geven waar de schoen van de digitale distributie wringt (Seijdel 2015, 196).

### Concurrentie van Generatie Upload

Maar zelfs als kunstcritiek gratis wordt aangeboden, is de publieke interesse op z'n best lauw. De professionele beschouwer en zijn oordeel worden gezien als paternalistische relieken uit een verleden waarin de verspreiding van meningen nog in handen was van een beperkt aantal media. Internet heeft de lezer bevrijd van de pedanterie van dat stel zelfbenoemde experts. Vrienden en familie gaan ook naar voorstellingen en tentoonstellingen, die hebben ook meningen. Deze ‘burgerjournalistieke’ vorm van kunstcritiek was er natuurlijk altijd al – vroeger heette het mond-tot-mondreclame – maar met de komst van internet 2.0 en sociale media is Generatie Download snel veranderd in Generatie Upload. De kritiek is fundamenteel gedemocratiseerd.

De amateur – in de beste zin van het woord: liefhebber – is de dominante factor geworden in de oordeelsvorming: producent en consument tegelijk, een ‘prosument’ die geen bemiddeling meer nodig heeft. Naar analogie van Josef Beuys’ ‘iedereen is een kunstenaar’ kunnen we nu zeggen: ‘iedereen is een criticus’. Spel- en grammaticale fouten of gebrekkige tekstopbouw vormen geen belemmering. Sterker nog, ze worden juist gewaardeerd want ze versterken de authenticiteit van het oordeel, dat met spreektaal, uitroeptekens, hoofdletters en *emoticons* wordt neergezet. Die ontwikkeling van autoriteit naar authenticiteit heeft een bepaald emancipatoir gehalte. Maar ze leidt ook tot nivellering. Het betoog raakt zijn reliëf kwijt, als er al een betoog overblijft.

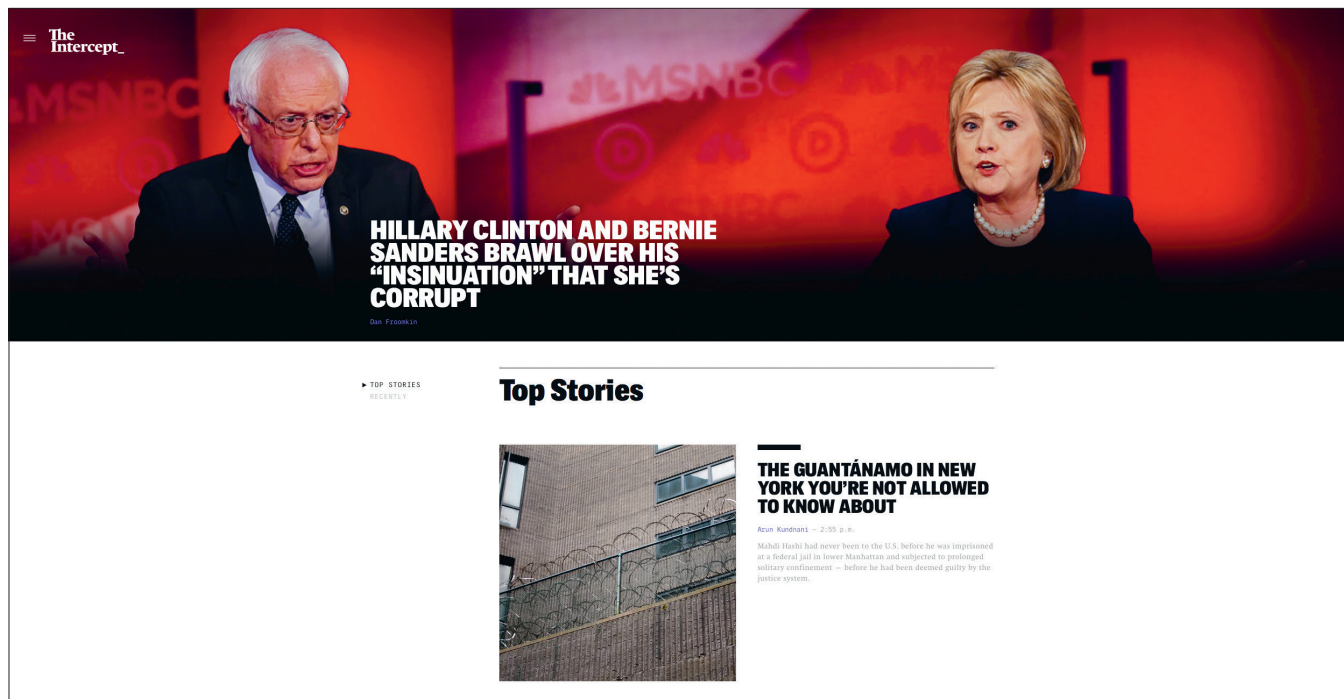
De meeste online kunstcritiek is van de descriptieve soort. Oordelen beperken zich tot een weinigzeggend ‘leuk’, ‘mooi’ of ‘goed’. Dit is gedeeltelijk een reactie op de als negatief ervaren traditionele kunstcritiek, die van de azijnpissers en de afkrakers. Maar het over-

wegend affirmatieve karakter van de ‘like-cultuur’ zorgt er ook voor dat er amper tegengeluiden te horen zijn (Seijdel 2015, 197). De kritische angel is eruit, waardoor er geen echte oordelen meer worden geveld, alleen informatie wordt verspreid. De kunstcritiek schuift zo steeds meer op in de richting van promotie en de criticus wordt een soort reisleader in het culturele aanbod binnen de vrijetijdsbesteding (Carroll 2009, 187). In de veelheid aan non-hiërarchische informatie is al snel geen onderscheid meer te maken en er ontstaat een kleurloze brij.

Wat op emancipatie lijkt, is dat uiteindelijk niet. Op internet heeft iedere niche zijn eigen hoekje – van Amerikaanse jaren zestig-keramiek tot Tibetaanse boventoonzang – waar liefhebbers elkaar vinden en waar de rest van de mensheid schouderophalend langs surft (McDonald 2007, 15-17). Deze verkokering, het ironische gevolg van een ongelimiteerd aanbod, betekent een verarming. Lezers zoeken en vinden alleen bevestiging van hun eigen voorkeuren en meningen. In krant of tijdschrift komen ze misschien nog onwillekeurig in aanraking met de recensies op de achterkant van hun geliefde sportpagina of in het breed uitwaaiende weekendkatern. Maar de kans dat ze op het volledig ‘ontbundelde’ en gecompartmenteerde internet geconfronteerd worden met iets onbekends of een afwijkend oordeel is klein.

### Heruitvinden voor de toekomst

In het veranderende medialandschap is kunstcritiek geëvolueerd van beroep tot bezigheid. Die inflatie heeft gevolgen. Steeds meer professionele scribenten omarmen McDonalds *The death of the critic* en vormen zichzelf om tot commercieel tekstschrijver, communicatieadviseur, docent of pr-medewerker. Toch is het te vroeg om de kunstcriticus helemaal af te schrijven. De twintigers van nu, de eerste generatie echte *digital natives*, laten zich kennen als ongekend geëngageerd en hongerig naar kennis. Zij voelen zich betrokken bij initiatieven als *We Are Public* en *Das Magazin*, laten van zich horen op discussieavonden in poëziecentrum Perdu of beeldendekunstplatform W139, en vinden het als regelmatige bezoekers van de iTunes-store heel normaal om te betalen voor iets dat alleen online bestaat, zolang ze het maar kunnen lezen op hun smartphone



The Intercept

HILLARY CLINTON AND BERNIE SANDERS BRAWL OVER HIS "INSINUATION" THAT SHE'S CORRUPT

TOP STORIES RECENTLY

**Top Stories**

**THE GUANTÁNAMO IN NEW YORK YOU'RE NOT ALLOWED TO KNOW ABOUT**

Acun Kardani — 2:55 p.m.

Mehdi Hashi had never been in the U.S. before he was imprisoned at a federal jail in lower Manhattan and subjected to prolonged solitary confinement — before he had been deemed guilty by the justice system.

theintercept.com

(Brouwer 2010, 116). Zij zijn niet blasé en staan open voor professionele duiding, interpretatie en beoordeling om hun gedachten aan te scherpen.

Die professionele kunstcritiek moet echter anders worden aangeboden. Niet meer de top-down benadering van ouderwetse kunstpausen en ook niet het u-vraagt-wij-draaien van de commerciële pr. De criticus moet naast de lezer staan in plaats van erboven of eronder. Bovendien moet hij af van het in beton gegoten recensieformat. Dat vlaggenschip van de traditionele kunstcritiek is gezonken wegens totale desinteresse van de lezers. Een recept voor een alternatief is er nog niet. Ingrid Commandeur zegt in *Spaces for criticism* terecht dat de nieuwe vorm van kunstcritiek niet te voorspellen valt, en dat de ontwikkeling ervan grillig zal zijn en langs verschillende paden zal lopen (Commandeur 2015, 245).

De kunstcritiek kan wel een voorbeeld nemen aan de ontwikkelingen in de reguliere journalistiek. Initiatieven als *The Intercept*, *Follow the Money* en *De Correspondent* hebben zich ontpopt als nieuwe vormen van nieuwsjournalistiek – online en betaald. In plaats van incidentensignalering en de waan van de dag bieden ze verdieping en duiding. Ze maken daarbij gebruik van de mogelijkheden die het inter-

net biedt. Betogen worden onderbouwd met links, archiefmateriaal en (bewegend) beeld, er zijn ruime mogelijkheden om te reageren op of zelfs mee te schrijven aan artikelen, en lezers kunnen doorgaans zelf bepalen welke verhalen ze krijgen voorgeschoteld en in welke vorm. Ook de kunstcritiek zou zich op die manier kunnen heruitvinden. Analyses die lezer en onderwerp serieus nemen en de criticus in staat stellen zich echt te onderscheiden in plaats van snelle oordelen en kleurloze beschrijvingen. ●

#### Literatuur

- Brouwer, E. (et al.) (2010) *Digitaal verdienen: de betalingsbereidheid van consumenten voor digitale journalistieke producten*. Diemen: AMB Uitgeverij.
- Carroll, N. (2009) *On criticism*. New York/Londen: Routledge.
- Commandeur, I. (2015) 'The beautiful risk of criticality'. In: *Spaces for criticism: shifts in contemporary art discourses*, 231-248.
- Gomez, J. (2008) *Print is dead: books in our digital age*. New York: Palgrave Macmillan.
- McDonald, R. (2007) *The death of the critic*. New York/Londen: Continuum.
- Seijdel, J. (2015) 'Information as a site of conflict and a site of critique'. In: *Spaces for criticism: shifts in contemporary art discourses*, 193-204.