

Wie gelooft er nog in de criticus?

De legitimiteit van recensenten in het digitale tijdperk

Hoe gaat het publiek om met de oordelen van traditionele en internetgerelateerde critici? Deze vraag staat centraal in een onderzoeksproject van de Erasmus Universiteit Rotterdam. De eerste resultaten op een rijtje.

In sociologische analyses van het culturele veld kent de kunstkritiek traditioneel een belangrijke positie. Critici zetten de symbolische productie van cultuur in beweging. In een maatschappelijk domein waarin het klassieke adagium *de gustibus non est disputandum*¹ onverminderd opgaat, is er voortdurend strijd om wat de symbolische waarde van kunst is, en wie de autoriteit heeft dit te mogen bepalen (Bourdieu 1993).

Critici in kranten en tijdschriften spelen hierin van oudsher een grote rol, maar hun status is veranderd door de opkomst van internet. Mensen lezen minder papieren kranten en tijdschriften. Daarnaast laten cultuurparticipatiestudies zien dat de groep geïnteresseerden in klassieke hoge cultuur, zoals klassieke muziek, opera, theater en literatuur, afneemt, en dat mensen meer 'omnivoor' zijn geworden (Eijck et al. 2002).

Het is wellicht niet toevallig dat ook kranten minder over hoge cultuur zijn gaan berichten (Janssen et al. 2010).

Daarnaast heeft de opkomst van het internet geleid tot alternatieve vormen van kunstcritiek. Zo maken technologische ontwikkelingen het mogelijk dat iedereen meningen over cultuur via het internet kan verspreiden (Verboord 2010), van korte opmerkingen door ‘gewone’ consumenten (bijvoorbeeld op IMDb) tot recensies van amateurcritici (bijvoorbeeld op *8WEEKLY*), die zich aardig kunnen meten met die van de traditionele, professionele criticus.² Maar wat is nu de impact van deze veranderde kunstcritiek? Is de selectie van wat besproken wordt democratischer geworden nu iedereen kan bijdragen? Een onderzoek naar het boekenaanbod van een doorsnee maand in de Verenigde Staten suggereert van wel. Via Amazon en Goodreads krijgt ruim 70 procent van de gepubliceerde fictieboeken een recensie tegenover slechts 10 procent in kwaliteitskranten. Bovendien krijgen vrouwelijke auteurs en niet-literaire genres online relatief meer aandacht (Verboord 2011).

En hoe is de kwaliteit van de besprekingen? Wordt er anders geschreven en geëvalueerd? Een analyse van de gehanteerde criteria in Amerikaanse filmrecensies van printmedia, *webzines*, blogs en amateurberichten toont dat naarmate media meer geïnstitutionaliseerd zijn, ze zich vaker beroepen op hoge kunstcriteria en minder op populaire esthetica (Verboord 2014). Critici in printmedia onderscheiden zich gradueel van online collega's. En de recensies op goede culturele websites doen nauwelijks onder voor die in de krant.

Dit alles zegt weinig over de legitimiteit van de critici. Hoe het publiek omgaat met hun oordelen is nauwelijks onderzocht. De opkomst van online critici naast de traditionele offline collega's maakt een dergelijke studie des te relevanter. Deze vraag staat centraal in een onderzoeksproject dat op de afdeling Media & Communicatie van de Erasmus Universiteit Rotterdam wordt uitgevoerd, en waarvan we hier de eerste resultaten presenteren.

Boeken

In mei en juni 2015 zijn ruim 800 Nederlanders ondervraagd via een enquête, die werd verspreid onder het LISS-panel van het Tilburge onder-

zoeksbureau CenterData. Dit panel bestaat uit een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking. De enquête bevatte vragen over culturele interesses en media-gebruik, zoals: ‘Mensen kunnen zich door uiteenlopende personen laten aanraden om een bepaald boek te lezen. Hoeveel waarde zou u eraan hechten wanneer u door de onderstaande personen een boek werd aangeraden?’ Vervolgens kregen mensen een lijstje met krantenrecensenten, maar ook webrecensenten en andere lezers die een mening geven op het internet. Respondenten konden op een schaal van 1 (geen waarde) tot en met 5 (heel veel waarde) antwoorden. Deze vraag is ook gesteld voor muziek.

Tabel 1 geeft de resultaten met betrekking tot boeken. We moeten er rekening mee houden dat een deel van de respondenten wellicht niet of nauwelijks boeken leest. Deze mensen kunnen de vraag wel beantwoorden, maar hun mate van waardering voor de criticus hangt wellicht samen met hun lage leesfrequentie. Daarom onderscheiden we boekenlezers van niet-lezers. Daarnaast splitsen we beide categorieën op in mensen die nauwelijks internet zeggen te gebruiken in het dagelijks leven, en de mensen die zeggen dit wel te doen.³ Zo kunnen we niet alleen de verschillen in waardetoekenning aan geïnstitutionaliseerde experts versus internetgerelateerde critici vergelijken, maar ook of ze terug te voeren zijn op iemands achtergrond.

De tabel geeft een aanzienlijk verschil aan tussen boekenlezers en niet-lezers. De krantenrecensenten blijken maar marginaal meer gewaardeerd te worden dan de internetcritici, en alleen door lezers die geen internet gebruiken. Niet-lezers prefereren de oordelen van ‘andere lezers’ die ze online vinden, en bij de (grootste groep) lezers die internet gebruiken is er geen verschil te zien. Die laatste groep is over de hele linie het meest geïnteresseerd in wat critici, online én offline, te zeggen hebben. Opvallend: de meeste waarde wordt toegekend aan personen die in televisietalkshows over boeken praten.

Muziek

Hoe zit het met muziekcritici? Wat opvalt aan tabel 2 is dat de gemiddelde waardering, vooral bij de luisteraars, lager is dan bij boeken. Weer zijn er geen aanwijzingen dat traditionele →

	Niet-lezers		Boekenlezers	
	Gebruikers trad. media	Gebruikers internet	Gebruikers trad. media	Gebruikers internet
Recensent <i>NRC Handelsblad/ de Volkskrant</i>	1,29	1,64	2,35	2,51
Jurylid AKO/Librisprijs	1,35	1,64	2,26	2,50
Literatuurprofessor	1,29	1,72	2,11	2,35
Andere lezer op het internet	1,41	1,79	2,05	2,50
Recensent boekenwebsite	1,31	1,58	2,11	2,49
Iemand in een talkshow op televisie	1,63	1,89	2,31	2,60
N	49	148	133	518

Tabel 1. Waardetoekenning aan het oordeel van boekencritici en andere experts (N = 848)

Bron: Cultuur & Internet-enquête, LISS-panel, juni 2015.⁴

	Niet-luisteraars		Luisteraars	
	Gebruikers trad. media	Gebruikers internet	Gebruikers trad. media	Gebruikers internet
Recensent <i>NRC Handelsblad/ de Volkskrant</i>	1,42	1,86	1,74	1,91
Recensent muziektijdschrift	1,39	1,75	1,66	1,92
Andere luisteraar op het Internet	1,32	1,80	1,64	2,15
Recensent muziekwebsite	1,32	1,73	1,58	2,09
Iemand in een talkshow op televisie	1,61	1,96	2,03	2,28
N	31	51	151	614

Tabel 2. Waardetoekenning aan het oordeel van muziekcritici en andere experts (N = 847)

Bron: Cultuur & Internet-enquête, LISS-panel, juni 2015.⁵

critici meer aanzien hebben dan online critici. Luisteraars die regelmatig het internet gebruiken (ruim 70 procent van de steekproef), kennen zelfs gemiddeld méér waarde toe aan internet-critici dan aan recensenten in de printmedia. Op het gebied van muziek lijken de traditionele, aan instituties verbonden critici nauwelijks nog gezag te hebben. Ook hier hechten mensen vooral aan gasten in televisietalkshows. Uiteraard zijn de gegevens gemiddeldes. De scores worden beïnvloed door een relatief grote groep Nederlanders die geen waarde toekennen aan

het oordeel van welke criticus dan ook (zie tabel 3 voor een uitsplitsing van vier typen critici). Iets meer mensen kennen wel een beetje waarde toe aan andere lezers of luisteraars (in vergelijking tot krantenrecensenten). Daar staat tegenover dat de groep Nederlanders die redelijk tot heel veel waarde toekennen aan critici groter is voor krantenrecensenten dan voor andere lezers (bij boeken 20 procent; bij muziek ruim 10 procent). Kortom, het geloof in traditionele critici lijkt meer verdeeld in uitersten, in lijn met ander cultuurparticipatie-

	Recensent <i>NRC Handelsblad</i> / <i>de Volkskrant</i> : boeken	Andere lezer internet: boeken	Recensent <i>NRC Handelsblad</i> / <i>de Volkskrant</i> : muziek	Andere luisteraar internet: muziek
Geen waarde	41	34	52	44
Weinig waarde	15	21	21	20
Klein beetje waarde	23	31	17	28
Redelijk veel waarde	20	13	10	8
Heel veel waarde	1	0,5	0,2	0,6

Tabel 3. Verdeling van waardetoekeningen over categorieën voor vier typen critici (in procenten)

Bron: Cultuur & Internet-enquête, LISS-panel, juni 2015.

onderzoek: een groot deel van de mensen heeft geen interesse, maar een relatief kleine groep blijft trouw aan het oordeel van de traditionele kunstcriticus. Voor internetgerelateerde critici geldt dat mensen wat meer in het midden zitten: veel Nederlanders kennen wel wat waarde toe, relatief weinig doen dat met hartstocht.

Conclusie

Deze uitkomsten bevestigen dat het internet belangrijker wordt, en dat de legitimiteit van de traditionele criticus onder druk staat. Maar er is nog altijd een substantiële groep die wel in de traditionele criticus gelooft, en een grotere oriëntatie op het internet vormt niet de verklaring voor de verschuiving. De gegevens wijzen uit dat internetgebruikers meer waardering tonen voor critici dan mensen die zich beperken tot traditionele media. Waarschijnlijk hangt dit samen met opleidingsniveau: hoger opgeleiden hebben doorgaans meer digitale vaardigheden en cultureel kapitaal. Dit behoeft nader onderzoek. Een ander aandachtspunt is hoe iemands oriëntatie op kunstkritiek – of gebrek hieraan – samenhangt met diens specifieke voorkeuren voor boeken en muziek. Met name minder legitieme culturele voorkeuren (bijvoorbeeld Bouquetreeks-romans of Nederlandstalige volksmuziek) kunnen minder goed samengaan met geloof in de criticus, simpelweg omdat de criticus deze cultuurvormen minder vaak bespreekt.

Uiteraard moet onderzoek naar de impact van critici zich niet beperken tot cultuurparticipanten. De invloed van critici op legitimatie-

processen verloopt ook langs andere lijnen in het culturele veld (denk aan culturele prijzen, subsidies). Hoe actoren in deze instituties omgaan met veranderingen in de kunstkritiek is vooralsnog een open vraag. ●

Literatuur

- Bourdieu, P. (1993) *The field of cultural production*. Cambridge: Polity Press.
- Eijck, K. van, J. de Haan en W. Knulst (2002) 'Snobisme hoeft niet meer: de interesse voor hoge cultuur in een smaakdemocratie'. In: *Mens & Maatschappij*, jrg. 77, nr. 2, 153-177.
- Janssen, S., M. Verboord en G. Kuipers (2010) 'Classificaties in de kunstjournalistiek: hoge en populaire cultuur in Amerikaanse en Europese elitekranten'. In: *Sociologie*, jrg. 6, nr. 4, 51-77.
- Verboord, M. (2010) 'The legitimacy of book critics in the age of the internet and omnivorosity'. In: *European Sociological Review*, jrg. 26, nr. 6, 623-637.
- Verboord, M. (2011) 'Cultural products go online: comparing the internet and print media on distributions of gender, genre and commercial success'. In: *Communications*, jrg. 36, nr. 4, 441-462.
- Verboord, M. (2014) 'The impact of peer-produced criticism on cultural evaluation'. In: *New Media & Society*, jrg. 16, nr. 6, 921-940.

Noten

- 1 Letterlijk: over smaak valt niet te twisten.
- 2 Ik ben me ervan bewust dat noties als 'amateur' en 'professioneel' steeds problematischer worden.
- 3 Respondenten is gevraagd hoe vaak zij het internet gebruiken om zich over dingen te informeren: enerzijds via een computer of laptop, anderzijds via mobiele media. Wanneer een van beide opties met 'nooit' werd beantwoord, en de andere met 'nooit' of 'af en toe' (en tegelijkertijd wel 'af en toe' of '(bijna) dagelijks' televisie, radio of printmedia werd gebruikt), is iemand gerekend tot de traditionele mediagebruikers.
- 4 Elf respondenten gaven geen antwoord op de vraag.
- 5 Twaalf respondenten gaven geen antwoord op de vraag.