

Stem in de massa

Twee recente essays van Bas Heijne en Jorinde Seijdel behandelen de positie van de auteur en de amateur in de woelige tijden van moderne massacommunicatie. Is de lezer ermee geholpen? Of blijven de essays hangen tussen abstracte begrippen en 'aanvoelbare' noties?

Door Arjen Mulder

Met tachtig miljoen actieve blogs en twaalf uur nieuwe filmpjes op YouTube elk half uur (volgens een recente en ongetwijfeld alweer achterhaalde telling) doet zich steeds nijpender de vraag voor wat een professioneel schrijver – journalist of romancier – of een professioneel kunstenaar hier nog tegenover kan stellen. Natuurlijk geldt hetzelfde probleem ook voor de professionele designer versus de honderdduizenden MySpace-pagina's of de professionele arts versus de snelgroeiende medische sites, om het over professionele pornografen of gamers maar niet te hebben. Het Mediafonds bestelde evenwel bij Bas Heijne een essay over de auteur in tijden van massacommunicatie, en Jorinde Seijdel werd door het Fonds BKVB gevraagd haar licht te laten schijnen over de waarde van de amateur voor kunstenaars, dus beperken we ons hier tot die twee beroepsgroepen. De benadering van beide auteurs verschilt wezenlijk en leidt tot geheel andere inzichten.

Bas Heijne

Heijne diagnosticeert aan de ene kant 'het door technologische vernieuwingen aangezwengelde geloof in wereldwijde samenwerking, het geloof in het ongebonden, anonieme collectief', waarmee hij sociale netwerken als Facebook, Wikipedia en Second Life bedoelt, en aan de andere kant 'de steeds groter wordende nadruk op persoonlijke beleving van de werkelijkheid'. De wereld wordt door de huidige consument gezien als informatie waarmee naar geloven een eigen belevingswereld kan worden samengesteld. Daarmee vervalt niet alleen het idee van een door allen gedeelde sociale werkelijkheid, dat de basis vormt van elke journalistieke ethiek, maar ook het idee van uniek au-

teurschap: 'De decentralisering van het scheppingsproces, het wegvallen van begrippen als individueel vakmanschap en de notie van een baanbrekende voorhoede hebben geen einde gemaakt aan de cultus van het genie – alleen is die cultus opgegaan in de massacultuur en heeft ze zich getransformeerd tot een sterrencultus.' De celebrity is de nieuwe auteur, maar laat zijn of haar boeken door anonieme anderen schrijven. Wat te doen? 'Het is aan de kunst om af te rekenen met de twee valse dogma's van onze tijd: ten eerste dat er een wereld zou kunnen bestaan zonder individuen, en ten tweede dat er alleen nog maar individuen zijn en geen wereld buiten onszelf.' Als ik dat goed ontcijfer bedoelt Heijne dat literatuur en journalistiek nog steeds de beste media zijn en dat internet vooral een hoop gebazel oplevert.

Gestuntel

Ondanks deze kritische visie op het dubbelproces van democratisering en commercialisering, is Heijne zelf onmiskenbaar deel van deze zelfde cultuur. Ter introductie van zijn theoretische bronnen vermeldt hij steevast dat het bestsellers zijn, als zouden de hoge verkoopcijfers garant staan voor juistheid en relevantie. Ook cultuurkritiek is inmiddels *food for the millions* geworden en daardoor deel van het verschijnsel dat het ooit beoogde te verklaren. Heijne's wat conservatieve visie op de huidige technische ontwikkelingen maakt het hem onmogelijk te zien wat er is gewonnen door al dat gestuntel van amateurs op het net. Door uit te gaan van de positie die hijzelf in de massacultuur heeft verworven, ontgaat hem wat voor plek de doe-het-zelvers hebben opgelegd. Als de huidige twee miljard gebruikers van internet

als unieke auteurs zo objectief mogelijk zouden berichten over wat er in de buitenwereld plaatsvindt, zou het dan wel goed zijn? Alsof kranten niet vol zouden staan met onzin, en de eminente auteurs van dit moment, 'de mensen die ertoe doen', genoeg tijd zouden hebben om naast hun lezingen, interviews, expertmeetings en werkbezoeken nog vuistdikke volumes vol te schrijven. Daar hebben ze hun studenten en hun editors voor, die voor studiepunten of op freelance-basis het intellectuele niveau van hun losse aantekeningen opkrikken tot volwaardige tijdsanalyse. De wereld waar Heijne naar terugverlangt heeft nooit bestaan, bestaat ook nu niet en zal in de afzienbare toekomst ook niet aanbreken. Door in algemene, vaag omschreven en bekend veronderstelde begrippen te schrijven, roept Heijne een beeld van de wereld op waarin je wel goede bedoelingen mag hebben, maar waaraan je niks kunt veranderen.

Jorinde Seijdel

Jorinde Seijdel heeft haar essay over de waarde van de amateur in de stijl van het eigentijdse kunstvertoog geschreven. Dat is even wennen, maar als je geen haast hebt blijken er interessante analyses mee te kunnen worden gemaakt. We komen de amateur in twee vormen tegen in de media. De eerste is die van *reality-speler*, die groepsgewijs opduikt op onbewoonde eilanden, bij rimboestammen en in afgesloten huizen of zelfs een gouden kooi. Ze doen mee aan weken-omspannende shows waarin ze zich professioneel moeten leren gedragen als zanger of danser in een van de programma's waarin een nieuwe hoofdrolspeelster voor een musical of videoclip wordt gezocht. 'De openheid van de professionele werelden die via de reality-programma's gepropageerd



Profielpagina op Facebook van Bas Heijne

Seijdel – Heijne

Jorinde Seijdel (1961) is hoofdredacteur van *OPEN, Cahier over kunst en het publieke domein*. Haar essay *De waarde van de amateur* over de opkomst van de amateur in de beeldende kunst verscheen in de serie essays van het Fonds BKVB. Het is te bestellen via mstuivenberg@fondsbkvb.nl of de boekhandel (ISBN 978-90-76936-23-9 / €15,00).

Bas Heijne (1960) is schrijver, journalist en essayist bij NRC Handelsblad. *De auteur in tijden van massacommunicatie* werd geschreven op verzoek van het Mediafonds en werd afgedrukt in het jaarverslag van het fonds, *Het maken van 2009*. Het is online te vinden op www.mediafonds.nl. Het jaarverslag wordt op verzoek toegezonden via 609@mediafonds.nl.

wordt voor de niet-professionele gewone mens, voor het publiek, is eveneens gespeeld. Juist de afvallers en verliezers moeten voor spanning en sensatie zorgen. Wat uiteindelijk echt is aan deze programma's is de productie en distributie van affecten, van emoties en gemoedstoestanden door het publiek voor het publiek.' Terwijl gedaan wordt alsof iedereen uiteindelijk een ster kan worden, wordt tegelijk getoond dat dat maar op één manier kan: volgens de regels van de experts die het format bedenken en de jury bevolken. Dat is de ideologie van de professional. Wat niet ideologisch is, is het vermogen van reality-professionals om affect op te roepen, niet door zelf grappig of zielig te doen, maar door omstandigheden te creëren waarin anderen dat ongeremd doen. Een amateur kan dat nog, maar de professional maakt er een succes van.

Post-fordisme

Seijdel analyseert deze 'praktijk' als resultaat van wat na de post-industriële samenleving inmiddels het 'post-fordistische systeem' is geworden.

De productie van materiële goederen, waarvoor strak georganiseerde bedrijven met lopende banden en tijdsregimes nodig waren, is vervangen door de 'immateriële productie van informatie, ervaringen, diensten en tekens, waarbij andere condities, zoals tijdelijke of losse arbeidsrelaties, en andere competenties en subjectiviteiten gelden, met name flexibiliteit, fysieke en mentale mobiliteit, creativiteit, potentieel, communicatie, prestatie, virtuositeit en opportunisme.' Seijdel beschrijft hier de huidige arbeidsverhoudingen in de creatieve industrie, waarin geen vaste banen meer worden vergeven aan schrijvers, illustratoren, fotografen, tv-medewerkers, grafisch vormgevers, editors, et cetera, maar waarin iedereen zich op eigen kracht en in telkens wisselende samenwerkingsverbanden maar moet zien te redden. In die leefwijze wordt het grote publiek getraind in de reality-shows. Zo gezien worden die programma's opeens interessant, vind ik. Met zo'n uitputtende lijst van 'competenties en subjectiviteiten' in de hand kun je net zolang deelnemers afstrepen tot de overwinnaar vanzelf overblijft.

Pro-sumer

De tweede gedaante van de amateur is die van de 'pro-sumer', de producerende consument. Iedereen met een camera verbruikt tegenwoordig niet meer alleen maar filmrolletjes, maar kan z'n beelden op ongekende schaal en snelheid verspreiden. Tijdens de première van Sacha Cohens *Briuno* werd er al gesms't dat het niks was, zodat de critici met oud nieuws de zaal uitkwamen. Al het materiaal op YouTube is gratis op te halen voor wie er een eigen film mee wil samenstellen. Ja, vraagt Seijdel, aan wie komt al die onbetaalde productiviteit nu ten goede? Alles wat op internet wordt gezet vormt onderzoeksmateriaal voor marktanalysten die jouw koopgedrag volgen en je dan bestoken met op jou toegesneden advertenties. Op internet betaal je met je privacy, *take it or leave it*. Door dit als 'post-fordistische biopolitiek' te interpreteren wordt het meer dan een cynische keuze waarvoor elke internetgebruiker zich gesteld ziet: het is een vorm van machtsuitoefening die inspeelt op je beïnvloedbaarheid en kwetsbaarheid, maar als je dat weet is verzet mogelijk. Zoals Seijdel hoopvol beschrijft: 'Het innovatieve of democratiserende vermogen van de internet amateurcultuur, haar vermogen als tegencultuur, manifesteert zich alleen op een minder zichtbaar microniveau in kleinere collaboratieve kennisprojecten, culturele open source experimenten, individuele blogs, marginale gemeenschappen, etcetera.'

Gemeenschappelijk en publiek

Helaas zegt ze verder niets over die initiatieven, maar keert ze zich, door haar onderwerp verplicht, naar de amateur in de kunst. Haar conclusie dienaangaande is dat de amateur kunstenaars een ontsnappingroute biedt uit de verstikkende professionele sfeer, terwijl de amateur ook de drager wordt gemaakt van waarden als echtheid, waarheid en authenticiteit, die in het postmodernisme zo mooi onderuit waren gehaald. Seijdel's *final statement* luidt: 'De kunstenaar kan worden uitgedaagd om zijn professe te blijven herzien, om zichzelf opnieuw te positioneren binnen het gemeenschappelijke en publieke, zonder dat die betrekking zich laat reduceren tot een louter economische relatie.' Als ik dit goed begrijp, zegt Seijdel dit. Anders dan Heijne beschouwt ze de 'massacultuur' niet als iets waar kunstenaars of zijzelf als auteur buiten staan, en ze benoemt het daarom als 'het gemeenschappelijke en publieke'. Haar suggestie is nu dat er een andere relatie tussen kunstenaar/auteur en publiek mogelijk is dan dat de een zich laat betalen door de ander voor het vermaak dat hij biedt, zoals in Heijne's neoliberale wereldbeeld. Seijdel had het over deze niet-financiële relatie toen ze die kleinere collaboratieve kennisprojecten en andere microgemeenschappen uitriep tot bolwerken van innovatieve en democratische tegencultuur.

Modediscours

Maar wat gebeurt daar nu precies? Wat ontdekken al die hardwerkende amateurs tijdens hun lange uren achter het beeldscherm? Wat weten zij dat Heijne ontgaat en waar door Seijdel alleen naar wordt verwezen? Verfrissend aan beide essays is dat ze niet meer werken met de uit het modediscours overgewaaiden termen 'identiteit' en 'narcisme' – daardoor ontstijgen ze het weekbladniveau. De abstracte begrippen van Seijdel lijken me beter geschikt om de huidige tijden van massacommunicatie te analyseren dan de vagere maar wel zo'n beetje aanvoelbare noties van Heijne. Maar wat het met je doet als je de cultuurkritiek verlaat en daadwerkelijk meedraait in het post-fordisme – wat daar leuk en uitdagend en zinvol of verrijkend aan is – dat zul je van hen niet leren. Seijdel lijkt er iets van te begrijpen, getuige het feit dat ze het verder niet uitgewerkte alternatief noemt van 'niet-economische relaties die toch productief zijn'. Daar gaat het blijkbaar nog steeds om in het leven, evenzeer in de kunst als de massacultuur.

Arjen Mulder is schrijver en mediatheoreticus. Hij is medewerker van V2 en redacteur van De Gids. Van zijn hand verschenen verschillende boeken over interactieve kunst en mediatheorie.