

**DE KUNSTENAAR ALS TROJAANS PAARD
ARTISTIEKE KRITIEK IN EEN GEMEDIATISEERDE CULTUUR**

Promotor: prof.dr. Arthur Cools.
Verhandeling aangeboden tot het
verkrijgen van de graad van
Bachelor in de Wijsbegeerte
door: Ingrid de Rond
Antwerpen, 06-08-2016

SAMENVATTING

Wij leven nog steeds in een cultuurindustrie. De opkomst van commerciële topkunstenaars, de instrumentalisering van artistieke waarden en de vermarkting van het cultuurbeleid tonen de juistheid van de conclusies die Theodor W. Adorno zo'n zeventig jaar geleden trok. De naoorlogse, westerse, kapitalistische samenleving – met haar massa- en spektakelcultuur en haar gerichtheid op economische vooruitgang – moet volgens Adorno onder meer worden begrepen als een effect van de massamedia die aan het begin van de twintigste eeuw hun intrede maakten. Vandaag de dag zijn deze media alleen nog maar uitgebreider. Wij leven in een 'gemediatiseerde samenleving' of 'beeldcultuur'. Hoe je onze maatschappij ook wilt noemen, hij staat in ieder geval in het teken van een alomtegenwoordige stroom van voorstellingen.

In deze bachelorthesis wordt betoogt dat artistieke kritiek in de gemediatiseerde samenleving niet langer geformuleerd kan worden vanaf een Koninklijke buitenstaanderpositie. Het kritisch statuut van de kunst kan er, met andere woorden, niet in bestaan dat zij kritiek levert op het manipulerend of totaliserend effect van de media uit naam van een meer waarachtige ervaring waarop de kunstenaar aanspraak zou maken. Om deze reden dienen de ondergrondse kritiek - waarbij de kunstenaar zich terugtrekt uit de maatschappij – en de opgeslorpte kritiek – waarbij de kunstenaar zich volledig vereenzelvigt met de media - te worden verworpen. Kunstenaars moeten zich beseffen dat ze, ten overstaande van de gemediatiseerde cultuur, in principe met lege handen staan – en wel om de simpele reden dat ze niet tegenover de gemediatiseerde cultuur kunnen staan, maar zich er onvermijdelijk middenin begeven. Deze onvermijdelijke aangeslotenheid wordt hier met behulp van Walter Benjamin en Theodor W. Adorno nader uitgewerkt. Met Walter Benjamin wordt duidelijk dat de media niet zomaar middelen of instrumenten zijn die ervaringen of informatie overbrengen. De mens is maar wie hij is omdat hij als subject is verklonken met de voorstellingen die hem omringen. Er is met andere woorden geen niveau waarop de mens de wereld en zichzelf op een meer oorspronkelijke manier ervaart. Via een analyse van de hedendaagse media komt tevens de totaliserende werking van deze media aan het licht. De media synthetiseren, schematiseren en structureren het wereldgebeuren zodanig opdat het door ons kan worden begrepen. Door voorstellingen steeds in dezelfde sjablonen te presenteren, wordt het vreemde systematisch door de media geëlimineerd. Adorno bracht reeds aan het licht dat zelfs het meest kritische denken van binnenuit wordt beheerst door de toe-eigening van het andere. In deze thesis wordt gesteld dat dit domesticerende geweld, in

meer of mindere mate, ook aan ieder beeld toekomt. Zelfs het meest vreemde, van de reële fenomenen losgerukte beeld, levert tegelijkertijd een begrip van een gebrek aan vreemdheid en draagt daardoor de bezwerende kracht van het begrip met zich mee. Hiermee wordt, naast de aangeslotenheid van de ervaring, een tweede vorm van aangeslotenheid zichtbaar: de aangeslotenheid van het beeld. Het beeld ontkomt er simpelweg niet aan een beeld te midden van talloze beelden te zijn, en met die talloze beelden een domesticerende werking te delen.

Waar de media de kloof tussen het voorgestelde en de voorstelling steeds dichten, moet de kunstenaar dit juist niet doen. Een artistieke kritiek op de beeldcultuur wordt pas mogelijk wanneer het beeld haar interne tegenstrijdigheden weerspiegelt; wanneer de schijn zich even van zichzelf bewust wordt en daardoor laat zien dat er iets is dat verder reikt dan schijn. Dergelijke kunstenaars opereren als een Trojaans paard; een artistieke infiltrant verpakt in cadeaupapier. Door de onvermijdelijke aangeslotenheid te reflecteren is de kunstenaar als Trojaans paard in staat ons wegwijs te maken in de wijze waarop de beelden van de media onze ervaring beïnvloeden. Niet de ontsnapping uit het labirint, maar het leren leven in het labirint vormt de inzet van de ware kritiek. De kunstenaar als Trojaans paard vindt zijn bestaan in een exclusie van het systeem *vanuit het systeem*, een *system failure* of *crash*. De kunstenaar als Trojaans paard weigert te kiezen tussen binnen en buiten, tussen de radicale bevestiging en kritische ontkenning van het systeem. De kunstenaar als Trojaans paard schreeuwt duidelijk JA terwijl hij heftig NEE schudt.

INHOUDSOPGAVE

Inleiding: Where have all the art punks gone?	p. 6
Hoofdstuk I: Artistieke prostitutie	p. 11
1.1 De cultuurindustrie	p. 12
1.2 Creativity has gone viral	p. 13
1.3 De marktconforme kunstproductie	p. 14
1.4 Vervaging aller grenzen	p. 17
Hoofdstuk II: De radicale aangeslotenheid	p. 18
2.1 Technische reproductie	p. 18
2.2 Virtuele (re)productie	p. 20
2.3 De verblindende totaliteit	p. 22
2.4 De Koninklijke buitenstaander?	p. 25
Hoofdstuk III: De herformulering van de artistieke kritiek	p. 27
3.1 De ondergrondse kunstenaar	p. 27
3.2 De opgeslorpte kunstenaar	p. 29
3.3 De kunstenaar als Trojaans paard	p. 30
3.4 Kritiek als system error	p. 36
Conclusie: De artistieke infiltrant	p. 37
Bibliografie	p. 40

INLEIDING

Where have all the art punks gone?

In het begin van de twintigste eeuw wisten kunstenaars wat hen te doen stond in de wereld. Kunst was, in de woorden van Bertolt Brecht, ‘*de hamer om de samenleving mee vorm te geven*’ en werd ingezet als wapen tegen heersende opvattingen en waarden. Kunstenaars die een dergelijke kritische rol nastreefden noemden zich de ‘avant-garde’, wat letterlijk ‘voorhoede’ betekent. De avant-gardisten plaatsen vraagtekens bij alle overgeleverde opvattingen over de waarde en functie van de kunsten en hun plek in de cultuur. Zij waren het, die hun tijd ver vooruit waren. Zij zouden het volk de weg wijzen naar de toekomst. Hoe uiteenlopend de avant-gardistische bewegingen ook waren, ze hadden een aantal cruciale dingen gemeen: het idealisme en de snelheid waarmee ze de samenleving wilden vernieuwen. De honger naar experiment. Het lef om bestaand gedachtegoed te bekritisseren. De onverzoenlijke wijze waarop ze zich van de bestaande orde afkeerden. De aandacht voor autonomie en authenticiteit - niet alleen bij de kunstenaar maar als potentiaal voor iedere burger.

Van het omgedraaide urinoir waarmee Duchamp de kunstwereld schaakmat zette tot Schönberg’s atonale muziek, van Marinetti’s ode aan de technologie tot de stilte van John Cage en van Beckett’s eindeloze gewacht op een dode God tot de surrealistische negatie van het rationele wereldbeeld: een kritische kunstenaar is een kunstenaar die de gegeven realiteit niet slechts aanvaardt of overneemt, maar zich er expliciet op richt om uit die werkelijkheid de waarde en de onwaarde te destilleren, de belangrijkste grondstoffen waaruit hij zijn werk opbouwt. De samenleving veranderde snel en de kunstenaars liepen voorop.

Vandaag de dag lijkt de mogelijkheid van een artistieke kritiek lang niet meer zo vanzelfsprekend. De opkomst van de moderne massa’s, die na afloop van de tweede wereldoorlog onder invloed van de massamedia tot grote hoogte stegen, wordt veelvuldig in verband gebracht met een verval van het kritische denkvermogen van de mens.¹ In de gemediatiseerde cultuur zou kritiek geen schijn van kans meer hebben, omdat de moderne mens een geborgenheid vindt in de massa die ten koste gaat van zijn individuele identiteit. De moderne mens zou een apparaatindividu zijn; een machinaal aan-

¹ Men denke hierbij onder andere aan Arendt’s doorsneemens, Kierkegaard’s onderscheid tussen de enkeling, het publiek en de massa en Foucault’s panoptische machtsstrategieën.

hanssel van totalitaire fascistische en communistische ideologieën, of in (wellicht) minder vernietigende vorm van naoorlogse westerse, kapitalistische cultuur.

In 1944 stelden Max Horkheimer (1895-1973) en Theodor W. Adorno (1903-1969) dat de westerse, kapitalistische cultuur – met haar gerichtheid op economische vooruitgang en haar spektakel en massacultuur - wordt gekenmerkt door een almaar voortwoekerende beheersingsdrang. We leven in een cultuur die het fascisme en Auschwitz mogelijk heeft gemaakt. En meer: er is volgens Horkheimer en Adorno sindsdien niet veel veranderd. De kapitalistische samenleving zet dezelfde domesticerende logica voort met andere middelen. De open en vrije cultuur is, aldus Adorno, omgeslagen in een *cultuurindustrie*. In de cultuurindustrie viert de instrumentele rationaliteit hoogtij en wordt winstmaximalisatie het hoogste goed. Hierdoor wordt werkelijk alles het onderwerp van amusement, commercialisering en standaardisering – zo ook de kunst. Culturele artefacten worden zodanig geproduceerd dat de producent er zoveel mogelijk winst mee kan opstrijken. Muziek wordt gecomponeerd volgens een vaste formule. Theatervoorstellingen zijn erop gericht een zo groot mogelijk publiek te bereiken en ook films worden geproduceerd volgens eenzelfde, herkenbaar stramien. Omdat de moderne mens alle vreemdheid buiten spel probeert te zetten, is ook het bevreemdende karakter van de kunst ten dode opgeschreven. In de cultuurindustrie verwordt de kunst tot entertainment zonder enige kritische potentie. Evenals Hegel en Marx was Adorno ervan overtuigd dat elk denken doordrongen is van een dynamisch maatschappelijk gebeuren waarin machtsverhoudingen beslissend zijn. Wie denkt dat hij, los van de bestaande machtsverhoudingen, deze verhoudingen kan bekritisieren, wordt er volgens Adorno juist het blinde slachtoffer van.

Probleemstelling

Ziehier de problematiek van de kritiek: wie kritiek geeft, stelt vragen bij de gegevenheid. Hij is diegene die zich niet klakkeloos aanpast. Hij durft - zoals Kant het formuleerde - zélf te denken. In die zin is kritiek het onaangepaste, het vermogen volmondig ‘nee’ te kunnen zeggen en niet mee te deinen met de structuren van instrumentele rationaliteit en winstmaximalisatie. Artistieke kritiek lijkt dus de mogelijkheid tot negatie van de cultuurindustrie te impliceren, terwijl de cultuurindustrie juist de totale integratie van alle onderdelen van het leven lijkt te bewerkstelligen. Iedere vorm van afwijking wordt opgeslorpt in haar alles-incorporerende logica. Wie kritiek wil geven komt er vroeg of laat achter dat ook hij onderdeel uitmaakt van de blinde, anonieme machinerie die hij wilt bekritisieren. Adorno's intellectuele vriend Walter Benjamin (1892-1940) moet zich iets soortgelijks heb-

ben gerealiseerd, toen hij in zijn bundel *Einbahnstrasse* (1928) het volgende schreef over kritiek en reclame:

“Narren, die klagen over het verval van de kritiek. Want de tijd daarvoor is sinds lang verstreken. Kritiek is een zaak van de juiste afstand. Zij is op haar plaats in een wereld waar het op perspectief en op overzicht aankomt, waar het nog mogelijk was een standpunt in te nemen. De dingen hebben de mensheid intussen te heftig bij de keel gegrepen. De ‘onbevangenheid’ van de ‘vrije blik’ zijn leugens geworden, voor zover zij geen volstrekt naïeve uitdrukking van simpel onvermogen zijn. De nu wezenlijkste, de mercantiele blik in het hart der dingen heet reclame. Zij maakt korte metten met de speelruimte van de beschouwing en slingert ons de dingen gevaarlijk dicht in het gezicht, zoals uit het bioscoopdoek een auto, reusachtig uitdijend, op ons afraast. Wat maakt uiteindelijk reclame zo superieur aan kritiek? Niet wat de rode elektrische lichtkrant zegt - de vuurplas die hem op het asfalt weerspiegelt.”²

Evenmin als Benjamin hier een vurig pleidooi voor reclame houdt, is het mijn doel om in dit onderzoek de lof van de nieuwe media te zingen. Net zo min als Benjamin en Adorno denk ik echter al te makkelijk over de rol van de artistieke kritiek in een gemediatiseerde cultuur. Vandaag de dag zijn deze media alleen nog maar uitgebreider. De opkomst van de fotografie, film, radio, televisie, computer en smartphone heeft in korte tijd een geweldige stempel gedrukt op onze leefwereld. De computer veranderde van desktop naar laptop naar smartphone en staat binnenkort in de vorm van een computerbril op onze neus, via Big Data weet Google eerder dan medische experts dat er een griep-epidemie op komst is en sociale media leveren ons een permanente beeldenstroom waarin wereldgebeurtenissen, selfies en gepersonaliseerde advertenties niet voor elkaar onderdoen. Wij leven in een ‘informatietijdperk’, ‘mediamaatschappij’ of ‘gemediatiseerde cultuur. Hoe je onze samenleving ook wilt noemen, hij staat in het teken van een alomtegenwoordige stroom van voorstellingen.

Deze alomtegenwoordigheid van het beeld zadelt de artistieke kritiek tevens op met een bijkomend probleem: iedere voorstelling die kritiek wil leveren op de hedendaagse stroom van voorstellingen, maakt onvermijdelijk zelf ook onderdeel uit van die stortvloed aan voorstellingen die zij wil bekritisseren. Ieder beeld dat de werking van de beeldcultuur tracht te bekritisseren, belandt in de genadelo-

² Benjamin, Walter, *Eenrichtingsverkeer*, vertaald door Sytze Steenstra, Amsterdam: Sauternes, 1991, pp. 57-58 (Oorspronkelijke uitgave: *Einbahnstraße*, Berlin: Rowolth, 1928).

ze paradox zelf ook een beeld te zijn. Het beeld ontkomt er simpelweg niet aan een beeld te zijn, waardoor ze aan de beeldcultuur zit vastgekleefd als aan zichzelf. Hoe dient de kunstenaar met deze hardnekkige contradictie om te gaan? Dit onderzoek stelt de vraag naar de artistieke kritiek ten tijde van die gemediatiseerde cultuur. Meer specifiek stelt zij de vraag naar het vermogen van de kunstenaar om beelden te presenteren die de verblindende totaliteit van de hedendaagse beeldcultuur kunnen bekritisieren. Kan de kunstenaar nog interveniëren in de productie van het beeld? Of bezwijkt de artistieke kritiek onvermijdelijk aan haar interne tegenstrijdigheden? En wat bedoelen we eigenlijk, wanneer we het hebben over ‘artistieke kritiek’ of ‘het kritisch vermogen van de kunst’? Welke formuleringen van artistieke kritiek zijn zinvol? Welke schieten hopeloos tekort?

In het eerste hoofdstuk zal allereerst nader worden ingegaan op de actualiteit van Adorno’s cultuurindustrie. De instrumentalisering van artistieke waarden, de opmars van commerciële topkunstenaars en de vermarkting van het cultuurbeleid zijn toonaangevende voorbeelden van wat ik hier ‘*artistieke prostitutie*’ noem. Duidelijk wordt dat de kunstenaar integraal onderdeel is van de hedendaagse cultuurindustrie. Deze ‘*aangeslotenheid*’ – en vooral: de onvermijdelijkheid ervan – zal in het tweede hoofdstuk verder worden uitgewerkt. Met Walter Benjamin komt de aangeslotenheid van de ervaring aan het licht: onze ziens- en zijnswijze staan onvermijdelijk onder invloed van de media die ons omringen. Via een analyse van de werking van de media die heden ten dage als nieuw worden beschouwd, stuiten we vervolgens op een tweede vorm van aangeslotenheid: de aangeslotenheid van het beeld. Ieder beeld is onvermijdelijk doordrenkt van een temmende kracht waarin het niet-identieke, vreemde, wordt omgevormd tot het identieke, begrijpelijke. Zichtbaar wordt hoe elk beeld, in de wijze waarop het zijn object benadert, in meer of mindere mate is doordrongen van de beheersingsdrang die het leven in de westerse kapitalistische cultuur kenmerkt. En meer: de hedendaagse beeldcultuur weet op meesterlijke wijze de kloof tussen voorstelling en het voorgestelde te verhullen.

De onvermijdelijke aangeslotenheid van zowel mens als beeld maakt het duidelijk dat artistieke kritiek niet vanuit een Koninklijke buitenstaanderpositie kan worden geformuleerd. Wanneer wij niet ‘los’ van de media kunnen staan, kan en moet de kunst zich niet afzetten tegen de media uit naam van een meer waarachtige of oorspronkelijke ervaring waarvan de media ons zouden hebben beroofd. Deze geijkte hiërarchieën werken niet meer. Een andere tijd geeft je andere taken; precies dat maakt de vraag naar de hedendaagse betekenis en de toekomst van de artistieke kritiek eindeloos interessant. In het derde hoofdstuk worden daarom drie mogelijke herformuleringen van de artistieke

ke kritiek onderzocht. Hier worden achtereenvolgens de ‘*ondergrondse kunstenaar*’ (zoals hij geformuleerd werd door Marcel Duchamp), de ‘*opgeslorpte kunstenaar*’ (een veelvoorkomend type dat ik ontleen aan een tekst van Camiel van Winkel) en de ‘*kunstenaar als Trojaans paard*’ geanalyseerd. De dubbelzinnige positie van het Trojaanse paard - een *system error* of *crash* – zal hierbij het meest vruchtbaar blijken te zijn.

Disclaimer

Sommige mensen geloven dat kritische kunst het enige type kunst is dat vandaag de dag bestaansrecht heeft. Dat lijkt mij een misverstand. Wie een kunstenaar van meet af aan opzadelt met de taak kritisch te zijn, verplettert vermoedelijk iedere artistieke impuls of intuïtieve neiging en gaat voorbij aan het gegeven dat kunst ook ruimte biedt voor datgene waar helemaal geen direct doel aan is toe te kennen. Omdat kunst ook magisch kan zijn. En omdat kunst, evenals leven, misschien wel een doel op zich is.

I. ARTISTIEKE PROSTITUTIE

Het is 1944 en het is oorlog. De naziepropagandamachine draait al enkele jaren op volle toeren en de Duitse filosoof Theodor Adorno (1903-1969) is naar Amerika gevlucht. Samen met Max Horkheimer (1895-1973) schrijft hij daar het boek *Dialectiek van de Verlichting*: een vernietigende cultuurkritiek. Adorno en Horkheimer stellen dat het menselijke geloof in moderne wetenschap en technologische maakbaarheid, dat zo trots werd verworven ten tijde van de Verlichting, in haar tegendeel is omgeslagen. De oorlog moet volgens Adorno worden begrepen als het onvermijdelijke voortbrengsel van een zogenaamd rationaliteitsdenken dat de westerse cultuur van meet af aan kenmerkt. Al in de vijfde eeuw voor Christus probeerde de Griekse samenleving zich aan het stadium van magie te ontwikken door alles wat in de natuur als gewelddadig werd ervaren te verklaren en te beheersen, maar in de Verlichting raakte de westerse beschaving pas echt 'bevrijd' van haar magische traditie. '*Sapere aude!*', zo luidde het door Immanuel Kant geïntroduceerde motto van de Verlichting. Kant pleitte ervoor de moed te hebben je van je eigen verstand te bedienen en autonoom te denken en te handelen. Het verlies van het geloof in buitenmenselijke autoriteiten, de individualisering van de moraal, het paradigma van de individuele mensenrechten, de opkomst van de wetenschap en het geloof in de vooruitgang en maakbaarheid van het leven kunnen allen worden beschouwd als voortvloeijsels van het verlichtingsdenken van de achttiende eeuw. De wetenschap en de bijbehorende techniek raakten van essentieel belang: waarheid was niet langer iets wat extern gevonden en geconserveerd moest worden (zoals een goddelijke openbaring), maar wat eigenhandig, door middel van experimenten, gezocht en gecreëerd moest worden. Volgens Adorno leidde deze door het rationalisme gevoede verwetenschappelijking en mechanisering van het wereldbeeld tot een fundamentele paradox. In plaats van de mensheid te bevrijden uit een mytisch-religieus stadium, blijft het verlichtingsdenken juist meer dan ooit in dit stadium gevangen. In het licht van de rede gaat kennis van de natuur gepaard met een diepgaande vervreemding van die natuur. Om de wereld te begrijpen moeten we haar vervormen, in proefbuizen stoppen, in tekens en abstracte entiteiten veranderen die in niets nog op de natuur gelijken. De verlichte mens bezweert de vreemdheid van de wereld door haar tot *zijn* wereld om te vormen. Dit gebeuren gaat onvermijdelijk gepaard met een verdringing van de natuur in de mens zelf, met een verzaking van de eigen natuurlijke driften ten behoeve van kennis, zelfbehoud en overheersing van de natuur. De Verlichting bevrijdt de mens niet uit een toestand van onmondigheid, maar heeft integendeel juist geleid tot nieuwe, uiterst efficiënte vormen van onderdrukking en disciplineren van de mensheid.

1.1 De cultuurindustrie

Adorno stelt dat de open en vrije cultuur van het westen na de tweede wereldoorlog is omgeslagen in een 'cultuurindustrie'. Waar in een open en vrije cultuur voortdurende confrontatie mogelijk is met nieuwe vormen van andersheid - met verschillende identiteiten, levensstijlen, culturen, beelden etcetera - werkt de cultuurindustrie precies omgekeerd. In de cultuurindustrie viert de instrumentele rationaliteit hoogtij en wordt winstmaximalisatie het hoogste goed. Hierdoor kan werkelijk alles het onderwerp worden van amusement, commercialisering en standaardisering. Dit levert ons een cultuur die door de massa wordt geaccepteerd en genoten, maar die massa bestaat niet uit autonome individuen maar uit consumenten die - zonder dat zij het zelf doorhebben - tot conformisme worden gedwongen. Deze onderdrukking vindt plaats via de psychologische manipulatie van haar behoeften, die via massamedia als magazines, film, radio en televisie haar hoogtepunt bereikt. Adorno stelt dat de media de mens reduceren tot een passieve, volgzame, onkritische consument van voorspelbare en hapklare culturele producten. De cultuurindustrie produceert slechts herkenbare verhalen, beelden en identiteiten; voor waarlijke andersheid is daarin geen plaats. Om deze reden verkoos Adorno de term 'cultuurindustrie' bewust boven de term 'massacultuur'. Het draait hier niet om een cultuur die voortvloeit uit de massa, maar om de massale productie van culturele producten. *"De stereotype vertaling van alles (..) in het schema van de mechanische reproduceerbaarheid, overtreft de strengheid en geldingskracht van iedere werkelijke stijl"*, aldus Adorno.³ In de cultuurindustrie is het individu illusoir: *"van de genormeerde improvisatie in de jazz tot aan de originele filmpersoonlijkheid, bij wie de haarlok over haar oog moet hangen wil men haar als zodanig herkennen, heerst pseudo individualiteit"*.⁴ De cultuurindustrie prijst het nieuwe, authentieke en zelfs het kritische voortdurend aan, maar in werkelijkheid wordt iedere vorm van kritiek geïncorporeerd in haar eigen spel. Dit is wat Adorno de 'gestandaardiseerde afwijking' noemt: iedere potentiële vorm van weerstand wordt door de cultuurindustrie zelf gestandaardiseerd. Alles wat nieuw is of haaks staat op de commerciële cultuur wordt er razendsnel in opgenomen. Hierdoor vormt de cultuurindustrie een onontkoombare totaliteit: iedere mogelijkheid om te ontsnappen is geblokkeerd.

Goede kunst is volgens Adorno in staat om de sluier van de instrumentele rationaliteit voor even op te lichten. Een goed kunstwerk kan ons voor enige ogenblikken uit de kapitalistische tredmolen laten treden, de ogen uit doen wrijven en ons laten afvragen wat dit allemaal te betekenen heeft. Het

³ Horkheimer, Max en Adorno, Theodor, *Dialectiek van de Verlichting*, Nijmegen: SUN, 1987, p. 142.

⁴ *Ibid.*, p. 169.

kunstwerk is de negatie van het gegevene: in het proces van totale integratie blijft het kunstwerk in de cultuurindustrie iets radicaal anders, iets blijvends vreemds. Maar “*wat weerstand biedt, mag alleen overleven omdat het zich invoegt*”.⁵ Daarmee is de kritische kunst in de cultuurindustrie geen lang leven beschoren: de kloof tussen het kunstwerk en het alledaagse moet ongedaan worden gemaakt. In de cultuurindustrie transformeert het kunstwerk tot een ‘ding onder de dingen’. Kunst wordt koopwaar, design, een simpel consumentenproduct dat volgens Adorno onmogelijk als kritisch beschouwd kan worden.

1.2 Creativity has gone viral

‘Design your own life’ - IKEA, ‘be original’ - Nike, ‘Drive your way’ - Hyundai, ‘Dare to be different’ - Ellegirl, ‘How do you wear yours?’ – G-Star, ‘Think different’ - Apple: het vergt slechts een kleine blik op hedendaagse marketingslogans om te zien dat Adorno’s uitspraken zich vandaag de dag nog steeds vertrouwd voordoen. We leven in een cultuur waarin het streven om middels beeldvorming een authentiek ‘zelf’ te zijn centraal staat. Door middel van wat we hebben kunnen we onze authentieke identiteit uitdrukken. ‘*I shop therefore I am*’, met deze variant op Descartes’ beroemde uitspraak vat de Amerikaanse kunstenares Barbara Kruger het treffend samen: consumptie is een identiteitskenmerk dat, aldus Kruger, het denken vervangt. Wat ik inhoud, is hoe ik vormgeef aan mijn bestaan: wat ik communiceer naar mijn omgeving, welke signalen ik uit laat gaan.

Het leven te midden van visuele media wordt beheerst door een permanente druk om beelden te produceren. Dit is wat Camiel van Winkel het ‘primaat van de zichtbaarheid’ noemt. “*De meest uiteenlopende vormen van cultuurproductie, in de breedste zin van het woord, hebben zichzelf herleid - of laten herleiden - tot een mediamiek fenomeen waarin de pure zichtbaarheid voorop staat.*”⁶ Wie rondkijkt in het hedendaagse medialandschap ziet al gauw in dat de media een belangrijke stempel hebben gedrukt op het geheel van de culturele productie: dieetgoeroes als Rens Kroes leren ons via hun Instagram-account hoe we onszelf met yoga en goji-bessen een gezonde *lifestyle* aan kunnen meten, reality-shows bieden ons een kijkje in de huwelijken, echtscheidingen, bouwvallen en metamorfoses van ‘de gewone man’, popmuziek is - tot haar vernedering en verheffing – bovenal een visueel fenomeen geworden en bij Donald Trump zien we de wederzijdse liefde tussen media en politiek tot ongekennde hoogtes stijgen. Van ‘food’ tot muziek en van onze persoonlijke liefdesperiodes tot politieke spelletjes geldt: succes betekent zichtbaarheid en zichtbaarheid succes. Of de

⁵ Horkheimer, Max en Adorno, Theodor, *Dialectiek van de Verlichting*, Nijmegen: SUN, 1987, p. 147.

⁶ Winkel, Camiel Van, *Het primaat van de zichtbaarheid*, Rotterdam: NAI Uitgevers, 2005, p. 15.

media zelf op dit 'primaat van de zichtbaarheid' aansturen is een vraag apart. Het dictaat van de media lijkt mede voort te komen uit de personen, instituties en praktijken die het schijnbaar als een externe conditionering treft.⁷

In de gemediatiseerde cultuur zijn echtheid, authenticiteit en vernieuwing culturele obsessies geworden - en deze obsessies zijn niet per definitie vreemd aan de waarden waarmee kunstenaars hun kritiek op de kapitalistische wereld presenteerden, integendeel! Waarden als 'aandacht voor het particuliere', het 'creatieve', 'nieuwe' en 'authentieke' vormden de bouwstenen van wat we, in de stijl van Adorno, de '*artistieke oppositie*' zouden kunnen noemen - en nu worden ze gebruikt om koffie mee te verkopen. Op dezelfde wijze zijn vele vormen van escapisme en kritische tegencultuur vandaag de dag letterlijk 'in'. Dit gaat van Star Trek freaks tot mindfulness, van post-punk tot ecotourisme en van superfood tot alternatieve geneeskunde. Het alziend oog van de nieuwe media registreert ieder kritisch programma en incorporeert het in haar eigen logica. Creativiteit en authenticiteit zijn producten geworden, omarmd door de markt. Het kritische, artistieke idioom is viraal gegaan.

De vraag rijst hoe de kunstenaar zich verhoudt tot een cultuur die zijn eigen artistieke grondbeginselen van expressieve autonomie, authenticiteit en 'het nieuwe' heeft verbonden aan de kapitalistische eis van instrumentalisering. De artistieke waarden zijn geïnstrumentaliseerd geraakt, dat wil zeggen: ze worden ingezet als middel voor een doel wat op zichzelf niet aan deze waarden hoeft te beantwoorden - een doel dat op zichzelf niet artistiek hoeft te zijn, zoals winstbejag. In zijn *Dialectiek van de Verlichting* sprak Adorno reeds over de 'instrumentalisering van de rede'. Het verlichte subject reduceert de rede tot een middel waarmee hij de werkelijkheid controleerbaar en manipuleerbaar kan maken. De rede wordt niet ingezet in vrijheid, maar ondergeschikt gemaakt aan machtsoefening, bijvoorbeeld aan het winststreven van ondernemers. De vraag of de door de nieuwe media en het kapitalisme opgeslorpte versies van 'authenticiteit' en 'creativiteit' de artistieke kritiek ook daadwerkelijk waarmaken laat zich dus eenvoudig beantwoorden. De nieuwe media en de kapitalistische cultuur hebben de artistieke waarden niet omarmd, maar voor hun kar gespannen, gereduceerd tot iets wat ze bij uitstek níet zijn. Dit zou betekenen dat kunstenaars nog wel degelijk gebruik kunnen maken van deze waarden in oppositie tot de cultuurindustrie, zij het niet dat het altijd op de loer ligt dat ze door de media geregistreerd en opgeslorpt worden. De media zijn een vraatzuchtig monster.

⁷ Ibid., p. 15.

1.3 De marktconforme kunstproductie

Geheel volgens Adorno's voorspelling zijn er vandaag de dag tal van voorbeelden te noemen van kunstwerken die, zowel op inhoudelijk als op formeel niveau, de structuur van 'koopwaar' hebben gekregen. Op mondaine koopbeurzen als Tefaf of Art Basel draait het rond commerciële topkunstenaars en veilingen als Sotheby's en Christie's moeten het hebben van astronomische recordprijzen.⁸ Ook kunstenaars zelf staan niet los van de primaire kapitalistische eis een publiek te vinden dat het product wil 'afnemen'. Het Britse marketinggenie Damien Hirst is het vermoedelijk het meest sprankelende prototype van de kapitalistische kunstenaar. Via een slap maar duur spel van façades en rookgordijnen weet Hirst zichzelf een verkoopbaar imago aan te meten. Zijn werk 'For the Love of God' - een met diamanten bedekte schedel waarvan de productiekosten zo'n 14 miljoen pond bedroegen - verkocht hij naar eigen zeggen voor 50 miljoen pond aan een groep 'anonieme investeerders'. Als dat waar is, dan zou dit het hoogste bedrag zijn dat ooit voor een kunstwerk van een nog levende kunstenaar is betaald. Kunstcritici twijfelen aan de verkoop van het kunstwerk. "*Everyone in the artworld knows that Hirst hasn't sold the skull*", stelde de Engelse kunstcriticus David Lee, en hij vervolgde: "*it's clearly just an elaborate ruse to drum up publicity and rewrite the book value of all his other work*".⁹ De Engelse kunstschrijver Robert Preece stelde dat de details van de verkoop hem niet bijster interesseren: "*What matters to me is that they were announced - unleashed, picked up, printed, reprinted, accelerated, translated and multiplied across global media.*"¹⁰ Duidelijk wordt dat het - in tegenstelling tot wat sommige kunstliefhebbers beweren - helemaal niet zo lastig is om vandaag de dag kunst onder de aandacht van het grote publiek te krijgen. Een kunstwerk hoeft alleen maar gestolen, vernield of voor een astronomisch bedrag verkocht te worden.

Door nadrukkelijk en eenduidig te kiezen voor ironie, nostalgie, herkenbaarheid, design, technische virtuositeit of ultieme zintuiglijke belevissen, kan de kunstenaar zich ontpoppen tot een ware salesman. Zodoende heeft de artistieke prostitutie haar intrede gedaan: kunst is op hitsige wijze op zoek naar commercieel succes, naar impact. Tegelijkertijd - of in samenhang - met de aanwas van de marktconforme kunstproductie is er sprake van een vermarkting van het cultuurbeleid. In de af-

⁸ Vanderbeeken, Robrecht, *Buy Buy Art: De vermarkting van kunst en cultuur*. Berchem: EPO, 2015, p. 88.

⁹ Wikipedia, "For the Love of God", https://en.wikipedia.org/wiki/For_the_Love_of_God#cite_note-mail-11 (geraadpleegd op 13-05-2016).

¹⁰ Ibid.,

gelopen jaren is het vroegere, emanciperende cultuurbeleid omgeslagen in een zakelijk, economisch beleid dat vindt dat de cultuursector *financiële return* moet opleveren. Hierdoor komt ook de kunstenaar die zich niet wenst te hoereren aan de markt al gauw op drijfzand te staan. In het boek *Buy Buy Art* (2015) stelt de Vlaamse filosoof Robrecht Vanderbeeken dat zowel in Nederland als in België de staat in toenemende mate enkel nog die kunst subsidieert die niet-artistieke doeleinden dient. “Kunstenaars moeten van Europa bijvoorbeeld een economische topregio maken. Of ze moeten in ons land jobs creëren, groei stimuleren en ten dienste staan van citymarketing.”¹¹ Kunstenaars die voor subsidies of voor het door de overheid gestimuleerde crowdfunding of sponsorships in aanmerking willen komen, zullen rekening moeten houden met de trends en het conformisme van de markt. Op deze manier wordt de kunstenaar als het ware gedwongen om een economische bril op te zetten. Maar wanneer commercieel succes een van de belangrijkste graadmeters van de artistieke productie is, raakt de artistieke productie doordrongen van marktlogica. “Kunst wordt koopwaar, de kunstenaar wordt een merk, cultuurliefhebbers worden gereduceerd tot consumenten en cultuurhuizen gedragen zich als elkaar beconcurrerende bedrijven die reclame maken in het belang van hun marktaandeel,” aldus Vanderbeeken.¹² Hiermee wordt de traditionele Kantiaanse esthetica in het hart getroffen: het kunstwerk kan niet langer geformuleerd worden in termen van een ‘doelmatigheid zonder doel’, want “voor een cultuurproduct - een roman, speelfilm, schilderij of strijkkwartet - geldt wat voor alle producten geldt: het is gereduceerd tot middel om een doel te bereiken.”¹³

Opvallend is ook dat beleidsdocumenten in de culturele sector steeds minder spreken van de ‘kunst en cultuur sector’ - en steeds vaker van de ‘creatieve industrie’: een economische topsector. In het plan van aanpak van de Europese commissie vallen onder de ‘culturele en creatieve industrie (CCI)’ onder meer kunst, ambacht, reclame, vormgeving en software ontwikkeling.¹⁴ De creatieve industrie is gericht op de exploitatie van kunstzinnigheid, waarbij het dictaat van het culturele ondernemerschap in gelijke mate wordt opgelegd aan kunstenaars als aan andere beroepsbeoefenaars binnen de sector. In het begrip ‘creatieve industrie’ wordt de kritische lading van Adorno’s cultuurindu-

¹¹ Hoet, Ciska, “Kunst in de uitverkoop: interview met Robrecht Vanderbeeken.” *De Wereld Morgen*, <http://www.dewereldmorgen.be/artikel/2015/12/11/kunst-in-de-uitverkoop-interview-met-robrecht-vanderbeeken> (geraadpleegd op 21-03-2016).

¹² Ibid.,

¹³ Winkel, Camiel Van, *Het primaat van de zichtbaarheid*, Rotterdam: NAI Uitgevers, 2005, p. 36.

¹⁴ European Commission, “Supporting cultural and creative industries” http://ec.europa.eu/culture/policy/cultural-creative-industries/index_en.htm (geraadpleegd op 22-07-2016).

strie omgebogen tot iets triomfantelijks. Niets is zo hip als ‘creatieve types’ die - gezegend met de rock-’n-rollattitude van de kunstenaar - in koffiebars hun inspiratiemomenten op doen, terwijl ze teren op een oneindige stroom van *likes*, *smiley faces*, *hearts* en *thumbs up*. Als onderdeel van de creatieve industrie dient de kunstenaar niet alleen een marktconforme ondernemer met een innovatieve ingesteldheid te zijn, hij dient tevens rechtstreeks ten dienste te staan van de markteconomie. Kunstenaars moeten markten ontwikkelen, innovatie voor de creatieve economie genereren, zakelijke netwerken uitbouwen enzovoorts. Artistieke kwaliteit en vrijheid zijn hier geen item. Kunstenaars en kunstinstellingen worden gezien als economische grondstoffen.¹⁵ Volgens Vanderbeeken is het zaak de kunst terug te eisen van de markt, anders lopen we het risico dat de gehele culturele productie tot eenheidsworst gedraaid wordt en kunst en cultuur over enkele jaren alleen nog maar te vinden zijn in de Apple Store.

1.4 Vervaging aller grenzen

Kunst in een gemediatiseerde cultuur wordt door Adorno boven alles begrepen als kunst die volledig is blootgesteld aan het monopolie van het kapitalisme. In de cultuurindustrie kan de kunst onmogelijk nog kritisch zijn: ieder kritisch programma wordt direct door de media geregistreerd en daarmee onschadelijk gemaakt. De mogelijkheden om te ontsnappen zijn geblokkeerd, totdat zelfs de wens om te ontsnappen volledig is uitgeroeid omdat de cultuurindustrie de alledaagse wereld als een paradijs presenteert.¹⁶ Vandaag de dag kunnen we met Adorno stellen dat er inderdaad sprake is van marktmechanismen die het kunstwerk binnenvallen en zowel de productie als de receptie ervan bepalen. Zowel op intern niveau - in de aanwas van een marktconforme kunstproductie - als op extern niveau - in de oprukkende commercialisering van het cultuurbeleid - heeft de artistieke prostitutie haar intrede gemaakt. “*Kunst is confronterend, de cultuurindustrie gaat elke confrontatie uit de weg. Kunst zet vraagtekens bij ingesleten patronen; de cultuurindustrie bevestigt die patronen juist. Kunst gaat de diepte in en reflecteert op de eigen positie; de cultuurindustrie is eendimensionaal en oppervlakkig. Kunstenaars zijn kritische, mondige individuen; de cultuurindustrie is een naamloos verlengstuk van het kapitaal,*” deze geijkte hiërarchieën - hoe dierbaar ook - werken niet meer.¹⁷ De kunstenaar is zelf integraal onderdeel van de cultuurindustrie. In wat volgt zal nader worden inge-

¹⁵ Vanderbeeken, Robrecht, *Buy Buy Art: De vermarkting van kunst en cultuur*, Berchem: EPO, 2015, p. 174.

¹⁶ Lijster, Thijs Erik, *Critique of art: Walter Benjamin and Theodor W. Adorno on art and art criticism*, Groningen: s.n, 2012, p. 48.

¹⁷ Vrij naar: Winkel, Camiel Van, *Het primaat van de zichtbaarheid*, Rotterdam: NAI Uitgevers, 2005, p. 67.

gaan op deze ‘onvermijdelijke aangeslotenheid’, waarmee de ondubbelzinnige tegenstelling tussen affirmatieve en kritisch-afstandelijke agenda’s vervalst.

II. DE ONVERMIJDELIJKE AANGESLOTENHEID

Adorno's uitspraken klinken vandaag de dag als niets nieuws onder de zon. Duidelijk wordt dat de media niet alleen een middel vormen om voorstellingen tot ons te krijgen, ze bepalen eerst en vooral hoe wij ons tot het voorgestelde verhouden.¹⁸ Dit inzicht is waarschijnlijk een van de belangrijkste conclusies van de Joods-Duitse auteur Walter Benjamin (1892-1940).

2.1 Technische reproductie

In 1936 schreef Benjamin zijn beroemde essay *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid*. De industriële revolutie draaide al enkele decennia als een geoliede machine en technologische hoogstandjes kwamen in rap tempo op. Benjamin was een van de eersten die een helder inzicht ontwikkelde in de revolutie die de moderne media en het fenomeen van de technische reproduceerbaarheid teweegbrachten in de wijze waarop wij de werkelijkheid ervaren.¹⁹ Volgens Benjamin was de traditionele ervaringswijze gebaseerd op een 'autoriteit van verte'. 'Heiligheid' was verbonden met afstand en eenmaligheid, met het unieke bestaan op één plaats. Dit cultische karakter van religie en mythe gaat verloren in de massale reproduceerbaarheid van culturele producten, aldus Benjamin.²⁰ In het geval van kunstvormen als fotografie en film heeft het geen zin meer om te spreken van een uniek, origineel kunstwerk. Reproduceerbaarheid en alomtegenwoordigheid behoren tot de wezenskenmerken van deze technologieën. Op deze manier leidt de technische reproduceerbaarheid van het kunstwerk tot een teloorgang van het 'aura', het unieke bestaan van een kunstwerk. Benjamin beschrijft het aura als 'de eenmalige verschijning van een verte, hoe nabij die ook is', en ook als 'een vreemd weefsel van ruimte en tijd'. Het aura van het kunstwerk is volgens Benjamin verbonden met het 'hier-en-nu' van een kunstwerk: met zijn unieke bestaan op een plaats. Zo kan het cultusbeeld strikt genomen van nabij, 'hier-en-nu' voor een beschouwer verschijnen, maar niettemin ongenaakbaar blijven.

¹⁸ Veire, Frank Vande, "Als comateuze patiënten: de kunst in een gemediatiseerde wereld", in: *Neem en eet, dit is je lichaam: fascinaties en intimidaties in de hedendaagse cultuur*. Amsterdam: SUN, 2005, p. 222.

¹⁹ Boomkens, René, *Kritische massa: Over massa, moderne ervaring en popcultuur*, Amsterdam: Van Gennep, 1994, p. 20.

²⁰ Benjamin, Walter, *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid*, vertaald door Henk Hoeks, Nijmegen: SUN, 2008, p. 12-13 (oorspronkelijke uitgave: 'Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit', uit: Walter Benjamin, *Gesammelte Schriften*, 1974, Band I 2, pp. 471-508).

In zijn essay beschrijft Benjamin hoe nieuwe vormen van technische reproductie als fotografie en film een verandering teweegbrengen in de esthetische ervaring en de rol van de kunst in de maatschappij. De traditionele betekenis van de kunst, haar cultische waarde en haar fundering in het ritueel, gaan met de technische reproductie verloren. In plaats van een eenmalige verschijning van verte wordt het kunstwerk aan het begin van de twintigste eeuw een alomtegenwoordige en nabije gestalte in het openbare leven van de moderne massacultuur.²¹ “*De kathedraal verlaat haar plaats om in de studio van een kunstliefhebber te worden onthaald; het koorwerk dat in een zaal of in de open lucht werd uitgevoerd, kan in een kamer thuis worden beluisterd.*”²² Toch wordt er volgens Benjamin tegelijkertijd een nieuwe schoonheid zichtbaar in dat wat verdwijnt. Het auratische maakt plaats voor de kracht van de herhaling en voor de snelheid van het nieuwe. Het mythische is niet langer plaatsgebonden, maar kan zich overal voordoen. Benjamin verbindt de technische reproduceerbaarheid met een democratisch potentiaal: waar kunst en cultuur voorheen behoorden tot de privileges van *the happy few*, zorgt de technische reproduceerbaarheid ervoor dat steeds grotere groepen kunnen deelnemen aan cultuur. Technisch reproduceerbare kunsten kunnen door moderne mensen tegelijkertijd worden bekeken en hebben zo een vergroting van de beschikbaarheid van cultuur tot gevolg. Daarbij kunnen gewone mensen in de film en de fotografie nu zélf onderdeel uitmaken van het kunstwerk; ze kunnen hun éigen wereld verkennen in de bioscoop. Dankzij moderne media kan er worden voldaan aan de “*legitieme eis van de hedendaagse mens om te worden gereproduceerd*”, hetgeen de traditionele hiërarchie tussen kunstwerk en publiek opheft.²³ Hiermee komen de massamedia tegemoet aan het verlangen van de moderne mens om alles ‘hier-en-nu’, live te beleven en dichterbij te halen.

Zoals gezegd brengt het auraverlies volgens Benjamin niet alleen een onomkeerbare verandering in de esthetische ervaring teweeg, maar ook in de structuur van de ervaring tout court. De ervaring van het wereldgebeuren is niet langer een lang gerijpt proces van wat in de traditie van het collectief is ingebed, integendeel! Het wereldgebeuren overkomt de moderne mens vluchtig en momentaan, zoals ook het leven in de moderne grootstad steeds sneller, chaotischer en jachtiger wordt beleefd. Zo

²¹ Boomkens, René. *Erfenissen Van De Verlichting*: Basisboek Cultuurfilosofie. Amsterdam: Boom, 2011, p. 200-201.

²² Benjamin, Walter, *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid*, vertaald door Henk Hoeks, Nijmegen: SUN, 2008, p. 12-13 (oorspronkelijke uitgave: ‘Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit’, uit: Walter Benjamin, *Gesammelte Schriften*, 1974, Band I 2, pp. 471-508).

²³ *Ibid.*, p. 30.

laat de ervaring van de moderne mens zich kenmerken door een vluchtige aaneenschakeling van beelden, een onophoudelijk bombardement aan prikkels. In de filmkunst ziet Benjamin een mogelijkheid om de mens vertrouwd te maken met het leven in de moderne grootstad. Met haar schokkende, snel flitsende opeenvolging van beelden zou de film de nieuwe, snelle moderne leefwereld weerspiegelen. Via nieuwe technieken als slow motion en close-ups kunnen bepaalde facetten van de werkelijkheid aan het licht worden gebracht die voor het gewone oog onzichtbaar blijven. Benjamin geloofde heilig in het revolutionaire, emancipatorische potentiaal van de film. Doordat de film onze verstrooide aandacht aanspreekt, brengt zij ons denken binnen in een associatieve versnippering. De kijkervaring kan ons denken meenemen en het kunstwerk in ons laten verzinken. Dit zet volgens Benjamin de deur open voor een nieuwe, politieke rol van de kunst. In het vermogen van de film om het bewustzijn van de massa in beweging te brengen, kan de film bijdragen aan het verweer tegen het destijds opkomende fascisme, aldus de Joodse Benjamin. Niet lang na de publicatie van zijn essay overleed hij aan de gevolgen van datzelfde fascisme.

In de verandering die de media hebben teweeggebracht in de ervaringswijze vinden we een eerste thematisering van de onvermijdelijke aangeslotenheid. De massamedia dragen bij tot een teloorgang van de ervaring in traditionele zin. De moderne ervaring valt uiteen in een oneindige reeks niet te onderscheiden belevenissen – de herhaling van de technische reproductie – en anderzijds de fragmentatie, de verstrooiing en de shock, als gevolg van de radicale versnelling en massificatie van het leven.²⁴ Wanneer iedereen onherroepelijk op deze verandering in onze ervaringswijze is aangesloten, verschijnt de mogelijkheid om kritiek te formuleren vanuit een neutrale positie waarin de ervaring niet door de media zou zijn aangetast, plots als illusoir

2.2 Virtuele (re)productie

Wanneer we het vandaag de dag hebben over ‘nieuwe media’, doelen we al lang niet meer op de analoge reproductietechnieken die ten tijde van Benjamin ‘nieuw’ waren. Waar Benjamin onder ‘nieuwe media’ zoveel verstond als analoge fotografie en film, pers en radio, denken we vandaag de dag veeleer aan digitale technieken zoals smartphones, tablets, computers, internet en videogames. Nieuw in dit tijdperk van digitale beeldproductie is onder meer de virtualiteit van de voorstelling. Het woord ‘virtueel’ behelst in het Nederlands de verschillende connotaties van ‘denkbeeldig’, ‘schijnbaar’, en ‘in staat om in werking te treden’. Deze virtualiteit gaat gepaard met een zekere

²⁴ Boomkens, René, *Kritische massa: Over massa, moderne ervaring en popcultuur*, Amsterdam: Van Gennep, 1994, p. 43.

immaterialiteit van het beeld. Het beeld is immaterieel geworden in de zin dat het niet langer vast hoeft te zitten aan de ondergrond waarop het verschijnt, waardoor het beeld zich kan laten typeren door eenzelfde ongrijpbaarheid als spiegel- en schaduwbeelden. Zo toont het beeld ons een presentie die tegelijkertijd mijlenver van ons verwijderd blijft. Een aanwezigheid van een afwezigheid: het aura van Benjamin lijkt in het tijdperk van de virtuele (re)productie als een feniks uit zijn as te zijn herrezen. Het is precies deze immaterialiteit van de voorstelling die maakt dat de massale verspreiding van voorstellingen tot ongeziene hoogte heeft kunnen stijgen. *“Zoals water, gas en elektrische stroom door een nagenoeg te verwaarlozen inspanning van veraf in onze woningen binnenkomen om in onze behoefte te voorzien, zo zullen wij van beelden en tonenreeksen worden voorzien, die door een simpele handbeweging, een teken haast, komen en verdwijnen”*, schreef de Franse dichter Paul Valéry omstreeks 1936.²⁵ De juistheid van zijn voorspelling laat aan duidelijkheid niets te wensen over. Virtuele voorstellingen zijn de gehele dag door oproepbaar en overal kunnen plaatsgrijpen, ze kunnen - in de woorden van Valéry - met een simpele beweging, een teken haast, verschijnen en verdwijnen. Tegelijkertijd maakt de notie van het virtuele ook duidelijk dat deze wereld van voorstellingen ‘slechts’ een denkbeeldige wereld is, een simulatie van het wereldgebeuren die in zijn effecten als werkelijk overkomt. Dit gegeven wordt versterkt door de mogelijkheid om digitale beelden te produceren die geenszins kunnen worden begrepen als een weergave van een vooraf gegeven, reële werkelijkheid.

In zijn boek *Cyberspace Odyssee* (2005) noemt de Nederlandse filosoof Jos de Mul naast virtualiteit nog twee andere kenmerken die kunnen worden toegeschreven aan digitale beelden: multimedialiteit en interactiviteit. In kranten, tijdschriften en films werden reeds verschillende media met elkaar gecombineerd (woord en beeld, geluid en film), maar onder invloed van de digitale techniek bereikt de multimedialiteit een nieuw niveau. Digitale informatie bestaat altijd in numerieke vorm, hetgeen haar principieel onderscheidt van analoge informatie. Woorden, beelden en geluiden kunnen allemaal in een numerieke mal worden gegoten. Deze digitale wereld van pixels en bytes opent nieuwe mogelijkheden voor de multimedialiteit van de voorstelling. Dezelfde digitale informatie kan worden vertaald of opgeroepen in verschillende media en verschillende media worden onderling omzetbaar of vertaalbaar op basis van een gemeenschappelijke digitale code. Hierdoor is het bijvoorbeeld mogelijk om computeranimaties te integreren in reële opnames (bv. Jurassic Parc of

²⁵ Benjamin, Walter, *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid*, vertaald door Henk Hoeks, Nijmegen: SUN, 2008, p. 11 (oorspronkelijke uitgave: ‘Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit’, uit: Walter Benjamin, *Gesammelte Schriften*, 1974, Band I 2, pp. 471-508).

meer recent Avatar), kan muziek gecomponeerd worden via de visualisering van klanken, weet SIRI gesproken zoekopdrachten om te zetten naar online zoekopdrachten en toont een virtual reality bril een samenhangend geheel van geluid, beeld, 3D animatie en de reële bewegingen van de toeschouwer.

Een derde kenmerk van de digitale beeldproductie is het vermogen tot interactie met voorstellingen. De interactiviteit laat het toe om zelf in voorstellingen in te grijpen en er inhoud aan toe te voegen of te veranderen. Wikipedia, 9gag, Facebook, Youtube, Twitter, Instagram: het zijn slechts enkele voorbeelden van de wijze waarop het wereldwijde web beantwoordt aan ons verlangen om eigenhandig een route door de voorstellingen te doorlopen en daar naar gelieven inhoud aan toe te voegen of te wijzigen. Vrijwel iedere voorstelling die zich via nieuwe media aan ons presenteert is een directe of indirecte uitnodiging tot participatie. We worden verwacht bewust, creatief, enthousiast, actief of kritisch om te gaan met de voorstellingen die ons worden aangereikt. De gewenste vorm van participatie wordt hierbij dikwijls ook direct vermeld. *“Videoclips tonen ons het publiek van het popidool in een roerloze of uitzinnige extase, in komedie zorgt de geluidsband op de juiste momenten voor het gelach, de verslaggever is ontsteld of verontwaardigd in onze plaats en in talloze shows glijdt de camera voortdurend langs het applaudisserende of verwachtingsvolle publiek,”* aldus de Vlaamse filosoof Frank Vande Veire.²⁶ Zelden worden voorstellingen ons ‘zomaar’ zuiver en maagdelijk gepresenteerd. De overgave aan de voorstelling wordt door de media zelf geënsce-neerd.

2.3 De verblindende totaliteit

In zijn essay *Als comateuze patiënten* (2005) stelt Frank Vande Veire dat de nieuwe media ‘behulpzame prothesen’ zijn: door het wereldgebeuren in behapbare brokken aan ons te presenteren komen zij tegemoet aan ons verlangen om alles al te hebben begrepen, om het lastige proces van het bevatten reeds achter de rug te hebben. De media zijn in staat om het wereldgebeuren zodanig aan ons te presenteren alsof het reeds beleefd, gevoeld en begrepen is. Ze werken als een mechanisme dat onophoudelijk bezig is om empirische gegevens zodanig voor te vormen opdat zij door de mens gevat kunnen worden. Vande Veire stelt terecht dat de media kunnen worden begrepen een als ‘schema’ in de Kantiaanse zin van het woord. In zijn *Kritik der reinen Vernunft* (1781) stelt Immanuel Kant dat

²⁶ Veire, Frank Vande, “Als comateuze patiënten: de kunst in een gemediatiseerde wereld”, in: *Neem en eet, dit is je lichaam: fasci-natie en intimidatie in de hedendaagse cultuur*. Amsterdam: SUN, 2005, p. 232 - 233.

de empirische wereld zich nooit als onoverzichtelijke veelheid aan ons aandient, maar altijd reeds is ‘voorgeprepareerd’: geschematiseerd om te worden begrepen en ervaren. Deze preparatie is het werk van het menselijke vermogen dat door Kant de verbeelding (‘Einbildungskraft’) wordt genoemd. De verbeelding synthetiseert, schematiseert en structureert het wereldgebeuren zodanig dat zij door het verstand kan worden begrepen. Een essentieel kenmerk van de hedendaagse media is dat zij in staat zijn om wereldgebeuren op een compacte, begrijpelijke wijze aan ons voor te stellen. Wereldgebeurtenissen komen en gaan, huwelijksfoto’s en kledingreclames, opinies van mediafiguren en selfies van vrienden, *foodporn* en I.S., een stroom van informatie die zich via het beeldscherm aan ons aandient. De blik glijdt haast even verstrooid langs nieuwsberichten als langs kattenfilmpjes. Door voortdurend en onverstoorbaar de wereld in schema’s en voorstellingen te gieten, lijken de nieuwe media een aan de mens externe Einbildungskraft te zijn geworden. Dit is het magische - Benjamin zou zeggen ‘fantasmagorische’ - vermogen van de media.²⁷

Het probleem hierbij is, aldus Vande Veire, dat het niet-bevatten geen kans krijgt. Voor de mens valt er niets meer te classificeren of daarop wordt in de schema’s van de media al geanticipeerd. Volgens Vande Veire is het niet zo dat de media ons beroven van ons ‘werkelijke, authentieke begrip’ of van onze ‘ware emoties’. Integendeel: de media beschermen ons tegen de onwezenlijke ervaring dat zowel begrip als emotie het laten afweten.²⁸ Doordat de media met de meedogenloze onverschilligheid van een machine alles als reeds ervaren en verwerkt opdienen, gaat onze voorstelling van de wereld niet terug op een persoonlijke ervaring van die wereld, ze is veeleer gegrond in een ‘niets’ en sluit bij voorbaat elk onvermogen tot begrip uit. Hierdoor wordt de moderne ervaring volgens Vande Veire gekenmerkt door een radicaal onvermogen tot ervaren. Doordat het niet-bevatten geen kans krijgt wordt elke vorm van ervaring door de media direct de kop ingedrukt. Hiermee cultiveren de media een houding van ironie en afstandelijkheid. *“De gezapige onverschilligheid die de media teweegbrengen - volgens Nietzsche een soort doffe opgewondenheid die geen passie kent - vertoont een unheimliche gelijkenis met de wezenloze onverschilligheid van iemand die getraumatiseerd is. Rustig voor alles open staan kan men uiteindelijk slechts als een wezenloos geschokte die niets meer tot zich door laat dringen.”*²⁹

²⁷ Ibid., p. 223.

²⁸ Veire, Frank Vande, “Als comateuze patiënten: de kunst in een gemediatiseerde wereld”, in: *Neem en eet, dit is je lichaam: fascinatie en intimidatie in de hedendaagse cultuur*. Amsterdam: SUN, 2005, p. 224.

²⁹ Ibid., p. 227.

Vande Veire is juist wanneer hij stelt dat de media systematisch een begrip van de werkelijkheid simuleren. Toch is zijn kritiek op de media ook enigszins bevreemdend. Met Benjamin kwam immers al aan het licht dat de camera binnen kan treden in zones die voor het gewone oog verborgen blijven en daardoor juist *nieuwe* ervaringen mogelijk maakt. De media maken de ervaring niet onmogelijk, maar veranderen en beïnvloeden haar. De stelling dat de media verhullen dat onze ervaring van de werkelijkheid gegrond is in een ‘niets’ is daarom te radicaal. Niet ons onvermogen tot ervaren wordt verhuld, maar het feit dat de beeldproductie zich laat kenmerken door een bezwering van vreemdheid. In de media worden gelikte constructies steeds als een natuurlijke gegevenheid gepresenteerd. Youtube-bloggers en Instagram-modellen leveren goedbetaalde, vermomde reclame in de vorm van hun persoonlijke leven. Een geslaagde selfie toont niet of nauwelijks de geforceerde wijze waarop de arm zo ver mogelijk wordt uitgerekt ten behoeve van het beste beeld en sterren en mediafenomenen worden geprezen om de wijze waarop zij - door een moedervlek of spleetje tussen de tanden – net ietwat afwijken van het stereotype schoonheid, waarmee de illusie van individualiteit is gewekt. Wat is de hedendaagse beeldcultuur meer dan een eindeloze draaikolk van voorstellingen die het ongeziene, onverwachte zo systematisch achterna zitten dat niets meer waarlijk ongezien of onverwacht is? Wat zijn de hedendaagse media anders, dan een gigantische machine die de vreemdheid en onbegrijpelijkheid van het wereldgebeuren steeds weer in begrijpelijke beelden weet te presenteren? De media dwingen de heterogene veelvuldigheid van het wereldgebeuren steeds tot eenheid, maar achter de eenheid die de media stichten gaat steeds een verscheurdheid schuil. Door systematisch een begrip van het wereldgebeuren te presenteren, verhullen de media dat hun beelden niet teruggaan op de oorspronkelijke fenomenen, maar op hun begrepen, reeds verteerde variant. Dit is de verblindende totaliteit van de media. Onze ervaring is niet, zoals Vande Veire stelt, gegrond in een ‘niets’, maar in reeds voorgeprepareerde voorstellingen. Door beelden steeds in dezelfde sjablonen en formats te presenteren, wordt de overgave aan het vreemde systematisch geëlimineerd. Deze eliminatie van vreemdheid is alleen maar verder toegenomen door het vermogen tot interactie met de media. Onze Facebook-tijdlijnen, Google-zoekopdrachten en zelfs nieuwsnotificaties zijn gepersonaliseerd: afgestemd op ons profiel en onze online-voorgeschiedenis.

In *Dialectiek van de Verlichting* wees Adorno er reeds op dat ieder begrijpen iets wegheeft van een grijpen; een toe-eigening of bezwering van het andere. De instrumentele rede identificeert objecten eenvoudigweg met wat het er zelf van maakt. Ze ontkent dat de begrippen die zij oplegt geen na-

tuurlijke gegevenheid, maar een opgelegde constructie zijn. Op analoge wijze verhullen de media de kloof tussen de voorstelling en het voorgestelde. Adorno was zich ervan bewust dat zelfs het meest kritische denken van binnenuit wordt beheerst door de toe-eigening van het andere, dat is de onvermijdelijke aangeslotenheid van het denken. Volgens Adorno bestaat er geen Koninklijke buitenstaanderpositie van waaruit kritiek kan worden geleverd op het geheel. Tegelijkertijd is Adorno zich ervan bewust dat iedere poging tot begrip onvermijdelijk de illusie van een dergelijk fundament oproept. Hiermee wordt *Dialectiek van de Verlichting*, naast een vernietigende cultuurkritiek, tevens een oproep tot een reflectie over de mogelijkhedenvoorwaarden van het kritische denken. Wil het denken de toe-eigening van het wezenlijk vreemde niet klakkeloos voortzetten, dan moet zij hierover reflecteren, dat wil zeggen: haar interne verscheurdheid onvermoeibaar overdenken.

Het domesticerende geweld dat eigen is aan het denken, komt eveneens aan het beeld toe. Ieder beeld wordt slechts veroverd door de magische bezwering van datgene wat niet-identiek is met het beeld. Zelfs het beeld dat ons een vreemdheid presenteert, levert tegelijkertijd een begrip van een gebrek aan visuele vreemdheid en draagt daardoor de bezwerende kracht van het begrip met zich mee. Zelfs het meest bevreemdende, van de reële fenomenen losgerukte beeld, maakt het vreemde behapbaar door er een vorm aan te geven. Het beeld ontkomt er simpelweg niet aan een beeld te midden van talloze beelden te zijn, en met die talloze beelden een bezwerende werking te delen waarin het particuliere wordt ontstegen ten behoeve van het algemene of universele. Dat is de onvermijdelijke aangeslotenheid van het beeld. Het beeld dreigt het niet-identieke steeds uit te bannen. Slechts het beeld dat deze dreiging reflecteert, opent de mogelijkheid voor een zelfreflectie of zelfkritiek van de beeldcultuur.

2.4 De Koninklijke buitenstaander?

De media stellen niet slechts bepaalde zaken voor, zij bepalen eerst en vooral hoe wij ons tot het voorgestelde verhouden. Revoluties in onze media brengen daardoor onherroepelijk ook revoluties in onze ervaringswijze teweeg. Waar volgens Benjamin de traditionele ervaringswijze gekenmerkt wordt door een auratisch, cultisch karakter, laat de ervaring in het tijdperk van de technische reproduceerbaarheid zich kenmerken door snelheid, nabijheid, verstrooiing en shock. Evenals Adorno constateert ook Benjamin dat de technische reproduceerbaarheid het magische karakter van het kunstwerk ontnemt. Het kunstwerk wordt 'alledaags', een alomtegenwoordige verschijning in de moderne massacultuur. Bij Benjamin behoren verval en vooruitgang echter tot hetzelfde register. In

haar vermogen om het bewustzijn van de massa binnen te treden, opent de technisch reproduceerbare kunst de deur van een nieuwe, politieke dimensie van de kunst.

Waar Benjamin de onvermijdelijke aangeslotenheid van de ervaringswijze op de technologische ontwikkelingen situeerde, toont Adorno ons de aangeslotenheid van het denken op het bezwerende geweld van de cultuurindustrie. Met Frank Vande Veire wordt duidelijk dat de hedendaagse beeldproductie, naar analogie met het denken, systematisch een begrip van het wereldgebeuren simuleert. Doordat de voorstellingen van de media de kloof tussen de presentatie en het gepresenteerde steeds dichtert, verhullen zij dat onze ervaring van de wereld niet teruggaat op een oorspronkelijk fenomeen, maar op reeds voorgeprepareerde beelden. Misschien is deze ‘verhulling van de kloof’ of ‘verblindende totaliteit’ pas thematiseerbaar geworden doordat de virtualiteit de voorstellingen van de media alomtegenwoordig heeft gemaakt.

Het gegeven dat wij niet los van de media kunnen staan heeft diepgaande implicaties voor het kritisch statuut van de kunst. De gedachte dat kunst een afstand zou kunnen inbouwen tegenover de greep die de media op ons hebben, suggereert dat kunst in staat zou zijn de tekortkomingen van de media bloot te leggen en hun perfide en afstompende mechanismen te doorprikken. De kunst kan en moet zich niet afzetten tegen de media in naam van een meer waarachtige ervaring waarvan de media ons zouden hebben beroofd.³⁰ Deze Koninklijke buitenstaanderpositie is al te eenvoudig geformuleerd; hij miskent onze onvermijdelijke aangeslotenheid.

³⁰ Veire, Frank Vande, “Als comateuze patiënten: de kunst in een gemediatiseerde wereld”, in: *Neem en eet, dit is je lichaam: fascinatie en intimidatie in de hedendaagse cultuur*. Amsterdam: SUN, 2005, p. 228.

III. DE HERFORMULERING VAN DE ARTISTIEKE KRITIEK

In wat volgt onderzoek ik drie mogelijke formuleringen van de artistieke kritiek, zoals zij - in zowel directe als indirecte vorm - naar voren kwamen in hedendaagse teksten van zowel kunstenaars als kunsttheoretici. Zoals in de inleiding reeds werd geformuleerd, gaat het hier om de vraag naar het vermogen van de kunstenaar om beelden te presenteren die de verblindende totaliteit van de hedendaagse beeldcultuur kunnen bekritisieren. Allereerst bekijken we de ‘ondergrondse kunstenaar’, die door Marcel Duchamp nadrukkelijk werd gepresenteerd als uitvlucht voor de middelmatigheid van de maatschappij. Vervolgens bekijken we de ‘opgeslorpte kunstenaar’, zoals deze naar voren kwam in een analyse van Camiel van Winkel. Tot slot formuleer ik de ‘kunstenaar als Trojaans paard’, die ik destilleerde uit de artistieke producties van regisseur Charlie Brooker en choreografe Katja Heitmann.

3.1 De ondergrondse kunstenaar

“*Where do we go from here?*”, die vraag stelde de kunstenaar Marcel Duchamp zich in een lezing die hij in 1961 gaf aan het Philadelphia Museum College of Art. Vervolgens poneerde hij een aantal stellingen die ook vandaag de dag nog erg overtuigend lijken:

*“The general public today seeks aesthetic satisfaction wrapped up in a set of material and speculative values and is drawing artistic output towards an enormous dilution. This enormous dilution, losing in quality what it gains in quantity, is accompanied by a leveling down of present taste and its immediate result will be to shroud the near future in mediocrity.”*³¹

Duchamp besluit zijn lezing met een herformulering van de artistieke kritiek:

“In conclusion, I hope that this mediocrity, conditioned by too many factors foreign to art perse, will this time bring a revolution on the ascetic level, of which the general public will not even be aware and which only a few initiates will develop on the fringe of a world blinded by economic fireworks. The great artists of tomorrow will go underground”.³²

³¹ Duchamp, Marcel, “Where do we go from here?”, lecture at: Philadelphia Museum College of Art, 20-03-1961.

³² Ibid.

Hoewel Duchamp niet duidelijk maakt hoe een dergelijke ‘underground’ eruit zou moeten zien, lijkt hij wel te suggereren wat het níet is, of waartegen het zich verzet. De grote kunstenaars van morgen, geïrriteerd door middelmatigheid, overproductie en goedkoop commercieel succes, zullen zich moeten terugtrekken uit de kunstwereld en de samenleving, met het oog op nieuwe sociale, esthetische en politieke waarden.³³ In tegenstelling tot het oude, avant-gardistische streven van de totale integratie van kunst en leven, presenteert Duchamp hier dus de ontsnapping van de kunst uit het leven. Het betreft een ondergrondse beweging waarvan het massapubliek zich niet bewust zal zijn en waarvan slechts een paar ingewijden deel uitmaken. De uitdrukking ‘a few initiatives’ duidt, met een quasi-religieuze ondertoon, op een collectieve beweging van ascese, een soort Exodus.

Een ondergrondse, onzichtbare kunst zou mogelijkerwijs kunnen ontkomen aan het opslopende effect van de media zoals dat door Adorno werd geformuleerd: de neiging van de media om ieder kritisch statuut direct toe te eigenen en daarmee onschadelijk te maken. Op een meer fundamenteel niveau stuiten we hier echter op een ander probleem: het probleem van de radicale aangeslotenheid. Duchamp’s ‘underground’ vertrekt vanuit een oppositionele vorm van denken. Duchamp is in de vooronderstelling dat er zoiets als een ‘buiten’ bestaat van waaruit het ‘systeem’ kan worden onderzocht, ondermijnd en bekritiseerd. Deze vorm van oppositie streeft niet alleen een kunst na die, vanwege haar ondergrondse karakter, onzichtbaar wordt in de maatschappij, maar ontkent daarbij tevens onze radicale aangeslotenheid: de wijze waarop de media onze ervaring beïnvloeden en ons zo op een onbewust niveau te vlug af zijn. Duchamp lijkt te suggereren dat ware kunst een afstand in kan bouwen tegenover de greep die het ‘systeem’ op ons heeft. Dat de kunst, tegenover de middelmatige, sjabloonachtige beelden die in onze samenleving heersen, meer authentieke, waarachtige, originele beelden zou maken.³⁴ Maar de kunst kan en moet zich niet afzetten tegen de media uit naam van een meer waarachtige ervaring waarvan zij ons zouden hebben beroofd. Waar zou de kunstenaar deze glorieuze toegangspoort naar een meer ware ‘werkelijkheid’ zo plots vandaan moeten halen? In de onmogelijkheid een accuraat antwoord op deze vraag te kunnen formuleren, toont zich de blinde vlek van Duchamp. De artistieke kritiek van de ondergrondse kunstenaar is ontoereikend, omdat deze kunstenaar doordrenkt is van de ijdele illusie los van de media te kunnen staan.

³³ vrij naar: Vermeulen, Pieter, “Where do we go from here?”, lecture at: De Pont Museum voor Hedendaagse Kunst, 14-09-2015.

³⁴ Veire, Frank Vande, “Als comateuze patiënten: de kunst in een gemediatiseerde wereld”, in: *Neem en eet, dit is je lichaam: fascinaties en intimidaties in de hedendaagse cultuur*. Amsterdam: SUN, 2005, p. 228.

3.2 De opgeslorpte kunstenaar

In de hedendaagse kunst worden film, fotografie en online profielen op Facebook en Instagram veelvuldig door kunstenaars gebruikt om fictieve verhalende werken of een toneel voor het eigen zelf te creëren. Een iconisch voorbeeld hiervan is het werk van de Amerikaanse kunstenares Cindy Sherman. In haar ‘zelfportretten’ gaat Sherman haar eigen identiteit uit de weg door zichzelf keer op keer in volstrekt andere gedaante te fotograferen.³⁵ Haar omvangrijke oeuvre toont honderden verschillende vrouwtypen, die in kunstmatigheid niet voor elkaar onder doen. Passend gekleed, gekapt en met de juiste make-up voegt Sherman zich even makkelijk in de rol van Marilyn Monroe als in het personage ‘Franse studente’ of ‘verveelde huisvrouw’.³⁶ Al Sherman’s ‘zelfportretten’ zijn gebaseerd op gangbare mythen en stereotypen van vrouwen, die veelal verspreid worden door het internet en de televisie.

Sherman is het prototype van wat je de ‘opgeslorpte kunstenaar’ zou kunnen noemen: een kunstenaar bij wie de verschijningsvorm van het oeuvre en de wijze van productie en distributie van het kunstwerk zich niet of nauwelijks laat onderscheiden van producten van de commerciële beeldcultuur. Het werk van kunstenaars als Cindy Sherman, Jeff Koons en Amalia Ulman is buiten de kunstcontext vaak nauwelijks te herkennen als kunstwerk. Hun visuele productie is ‘opgeslorpt’ in de zin dat hun beelden op het oog niet anders zijn dan de beelden van de cultuurindustrie. Het werk van deze kunstenaars is volgens interpreters vaak doordrenkt van een kritische reflectie over de stereotype beelden uit bijvoorbeeld films, tijdschriften, advertenties en online profielen. Het werk van Cindy Sherman zou bijvoorbeeld een kritisch onderzoek behelzen naar het vrouwbeeld dat de populaire media ons presenteren.

In het boek *Het primaat van de zichtbaarheid* (2005) analyseert Camiel van Winkel het kritisch statuut van Cindy Sherman door haar te vergelijken met het fotomodel Kate Moss. Volgens van Winkel excelleert Kate Moss in de symbolische weerspiegeling van het passieve, willoze modellenbestaan. “*Modellen laten zich fotograferen. Met andere woorden: ze doen niets, ze laten iets met zich doen.*”³⁷ Sherman daarentegen is een kunstenaar met een strategie, een plan. Vrijwel alle beslissin-

³⁵ Visser, Ad de, *De tweede helft. Beeldende Kunst na 1945*, Uitgeverij Sun, 1998, p. 369.

³⁶ *Ibid.*, p. 369.

³⁷ Winkel, Camiel van, *Het primaat van de zichtbaarheid*, Rotterdam: NAI Uitgevers, 2005, p. 91.

gen in de productie van haar werk worden door Sherman zelf gemaakt, van iconografie tot compositie en van techniek tot distributie. Dit blijkt voor van Winkel het doorslaggevende verschil tussen Sherman en Moss te zijn. ‘*Maak van je leven een kunstwerk!*’, zo luidt de oproep van de mode- en lifestyle industrie. Van Winkel stelt dat Sherman meer dan Moss beantwoordt aan dit door de media gepropageerde beeld van het autonome individu. Cindy Sherman is cool: ze weet hoe ze haar leven wil vormgeven, ze bepaalt zelf haar eigen wetten en ze heeft alles onder controle. Vanuit deze optiek verschijnt Sherman plots als het toonbeeld van de gehoorzame levenskunstenaar die gewillig beantwoordt aan de oproepen van de mode-industrie. Kate Moss heeft zich daarentegen volledig overgeleverd aan de productiesystemen van de mode: “*ze heeft nooit enige ambitie gekend; ze laat beslissingen met betrekking tot haar loopbaan nemen door anderen. Over de beelden die we van haar kennen heeft ze geen zeggenschap. Ze ontwerpt, vervaardigt noch distribueert ze zelf*”.³⁸ Moss is de speelbal van het lot. Hierdoor staat ze volgens van Winkel radicaal buiten het systeem, terwijl Sherman juist precies doet wat er van haar verwacht wordt en er daarmee middenin staat. “*De sceptis die Moss presenteert betreft de mythe die Sherman juist affirmeert: dat je de auteur van je eigen leven kunt zijn.*”³⁹

De analyse van van Winkel maakt treffend zichtbaar dat de strategie van Sherman een gevaar inhoudt: het citeren van de stereotype beelden van de nieuwe media wordt al gauw een vrijbrief om gewoonweg te wedijveren met de mediamachine. Heimelijk vooronderstellen critici en kunstliefhebbers dat de beeldproductie van de opgeslorpte kunstenaar kritiek levert op het manipulerend, censurerend of afstompend effect van de media; dat deze kunstenaars meer authentieke, oorspronkelijke of creatieve boodschappen uitzenden dan de doorsnee beeldproductie dat doet. Ze koesteren het mythische beeld van de kunstenaar die de wereld en haar beelden op een meer authentieke, waarachtige manier kent of vat, hetgeen dan in het kunstwerk zijn neerslag zou vinden. Maar in plaats van commentaar te leveren op de code van de media, buit de opgeslorpte kunstenaar vaak simpelweg de effecten van de media uit. De opgeslorpte kunstenaar laat zich kenmerken door een radicaal ‘binnen’: hij is niet alleen aangesloten op de media, maar maakt tevens een luie knieval voor hen. Met kritische reflectie heeft dit alles niets meer te maken.

³⁸ Winkel, Camiel van, *Het primaat van de zichtbaarheid*, Rotterdam: NAi Uitgevers, 2005, p. 110-111.

³⁹ *Ibid.*, p 111.

Overigens zetten kunstenaars als Andy Warhol en Cindy Sherman zich geregeld af tegen de mythische connotaties die zij vanuit de kunstwereld krijgen toebedeeld. Toch kunnen zij tegelijkertijd geen afscheid nemen van de institutionele privileges die onderdeel uitmaken van diezelfde kunstwereld. Het feit dat hun werk functioneert in een kunstcontext, is de enige reden waardoor hun beeldproductie te onderscheiden valt van de populaire beeldcultuur. Ook van Winkel heeft hier in zijn analyse oog voor. Hij stelt dat er, los van de context, wellicht geen wezenlijk verschil zou bestaan tussen Cindy Sherman en Kate Moss, maar “*tegelijkertijd is die context zo bepalend dat er ook geen wezenlijker verschil had kunnen zijn.*”⁴⁰ Het artistieke geflirt met de beelden van de cultuurindustrie kan alleen maar werken vanwege dit verschil in functionaliteit en context. De zogenaamd ‘anti-elitaire’ beeldproductie van de opgeslorpte kunstenaar is niets zonder het ‘elitaire’ kunststatuut.

Opvallend aan van Winkel’s analyse zijn de polariteiten die erin doorschemeren. Hoewel hij eerder in zijn boek stelt dat er sprake is van een onderlinge verstrengeling tussen kritische en affirmatieve agenda’s, komt hij in zijn vergelijking tussen Sherman en Moss op een positie uit waarbij Moss buiten of in de marge van de cultuurindustrie staat, en Sherman er middenin. Maar waar tovert Kate Moss de veelgezochte nooduitgang van de cultuurindustrie plots vandaan? Is haar radicale nonchalance, haar *I-don’t-care attitude* niet eveneens een zogenaamd ‘autonome keuze’ die deel uitmaakt van een door de media gepropageerde levensstijl? Sterker nog: Van Winkel’s analyse van Kate Moss laat op toonaangevende wijze zien wat er met een individu gebeurt wanneer het door de media alomtegenwoordig wordt gesteld. Het schematiserende dictatuur van de media benadert Moss niet in haar bijzonderheid, integendeel! Het subject Kate Moss wordt door de media in bezit genomen, gedomesticeerd en tot object bewerkt. Moss wordt van al haar vreemdheid ontdaan en tot een exemplaar omgevormd, een voorbeeld van algemene begrippen en wetten. Onder het dictatuur van de media komt Moss niet naar voren als een persoon, maar als een personage: een soort onbepaalde grondstof of onverschillige drager zonder eigen initiatief. Ook Moss is onvermijdelijk aangesloten. Haar oogafwijking en de moedervlek boven haar lippen mogen slechts ‘overleven’ omdat ze door de media geregistreerd en gekend. Het zijn, in de woorden van Adorno, gestandaardiseerde afwijkingen. Ze maken onderdeel uit van de sluier waarmee de media verhullen dat iedere vorm van andersheid systematisch buiten spel wordt gezet.

⁴⁰ Winkel, Camiel van, *Het primaat van de zichtbaarheid*, Rotterdam: NAI Uitgevers, 2005, p. 77.

3.3 De kunstenaar als Trojaans paard

Het binnendringen in maatschappelijke contexten is vandaag de dag een veelvoorkomende strategie onder kunstenaars. In toenemende mate zoeken kunstenaars hun heil buiten het institutionele bolwerk, om van binnenuit iets te vertellen over de wereld waarin we leven. In wat volgt zal ik twee artistieke producties bespreken waarin een dergelijke formulering van kritiek in praktijk naar voren komt. Dit zijn de televisieserie *Black Mirror* (2011-2013) van de Engelse regisseur Charlie Brooker, en de performance installatie *For iTernity* (2015) van de Nederlandse choreografe Katja Heitmann. Door zich nadrukkelijk te identificeren met het mechanisme van de voorstellingsproductie, tonen Brooker en Heitmann ons een gerecyclede versie van kritiek, waarbij kunstenaars niet van buitenaf of in de marge van de maatschappij opereren, maar er midden in staan. Dit alles zonder daarin totaal onzichtbaar of betekenisloos te worden.

3.3.1 Black Mirror (2011-2013)

Het is vijf uur 's morgens en de premier van Engeland slaapt naast zijn vrouw. Hij is een Tony Blair-achtige figuur wiens status er sinds hij verkozen werd niet sterk op vooruit is gegaan. Hij staat laag in de peilingen en zijn verschijning oogt steeds onhandiger en vermoeider. Plots rinkelt de telefoon. De premier neemt op en krijgt het bericht dat prinses Susannah, een ware publiekslieveling, is ontvoerd. Op YouTube staat een openbare video waarin de prinses huilend een verklaring voorleest. In een half uur tijd is de video 332.060 keer bekeken, 25.74 keer gedownload en 128.889 keer gedeeld via andere sociale media. Zo weet het voltallige Engelse volk in rap tempo aan welke volslagen krankzinnige eis voldaan moet worden om de prinses vrij te laten; een eis zo bizar en banaal dat hij irritatie en spektakel opwekt. De prinses zal enkel en alleen worden vrijgelaten wanneer om vier uur 's middags live op alle Engelse televisiezenders te zien is hoe de minister president seks heeft met een varken.

Bovenstaande tekst is een samenvatting van de eerste aflevering van de Engelse televisieserie *Black Mirror*, waarin regisseur Charlie Brooker de kracht van (sociale) media aan de kaak stelt. Ondanks de fictionaliteit van dit fragment, voelt ieder westers individu de realiteit van de werking van de nieuwe media zoals ze in bovenstaand fragment naar voren komt. Zodra de voorwaarde voor de vrijlating van de prinses op het internet staat, is er geen ontkomen meer aan de hype.

In eerste instantie had de minister president de bizarre oproep willen negeren en een politieonderzoek willen instellen. Als dat voor vier uur 's middags geen uitkomsten zou hebben geboden had hij

een pornoacteur met een groene muts gemeenschap met het varken willen laten hebben, terwijl zijn eigen hoofd op het green-screen gemonteerd zou worden. Er was echter geen spoor van de prinses te bekennen, en de oplossing met de pornoacteur werd door de ontvoerders al gauw ontdekt via Twitter. Toen er als straf voor deze vorm van fraude een afgeknipte vinger, waarschijnlijk van de prinses, opdook bij de nationale omroep, bleek ook de pornoacteur geen optie meer. Nu neemt de sociale druk toe. De vernedering en het kortstondige leed van de minister president zijn volgens het Engelse volk niets vergeleken met het werkelijke lijden van de prinses. De eis die aan het begin volslagen krankzinnig en leek, oogt plots als de enig rationele keuze.

En zo geschiedde: even voor vier uur stapt de minister president uit bij de studio's van de nationale omroep, waar een varken op hem wacht. We zien hoe de kijkcijfers bij alle nieuwszenders stijgen, hoe de straten leeg raken en hoe het voltallige Engelse volk in een mix van walging en fascinatie naar hun televisieschermen kijkt. Ondertussen krijgt de minister president te horen dat het strafbaar zal zijn om opnames of foto's van de uitzending te maken, hetgeen enigszins lachwekkend is gelet op wat we zojuist hebben zien ontvouwen: de overheid heeft slechts een zeer vage greep op de interacties van het volk met hun digitale schermen, de zogeheten black mirrors. Wanneer de minister president aan zijn beproeving begint kan het publiek zich niet afwenden. Na een uur tijd probeert een meisje de televisie uit te schakelen, maar ze wordt tegengehouden door haar vriend. "*This is history!*", zegt hij. Niemand heeft in de gaten dat prinses Susannah in de tussentijd is vrijgelaten op een van de Engelse hoofdwegen, en wel al 5 minuten voordat de minister president de studio - laat staan het varken - binnentrad.

Black Mirror is niet enkel een televisieserie, het is ook een kunstwerk dat ons laat ervaren hoe wezenlijk de media onze verhouding tot de werkelijkheid tekenen. De werking van de media wordt aan ons gepresenteerd in een televisieserie, dat wil zeggen via de media zelf. Ze wordt niet droogweg getoond, maar vermengd met een banale verhaallijn, een politiek avontuur. Deze 'presentatie van een presentatie', of 'voorstelling van een voorstelling' heeft iets ontluisterends. De sluier waarachter de media de vreemdheid van wat ze ons presenteren doorgaans verhullen, wordt hier voor even opgelicht. Het gaat in feite om een zelfreflectie of zelfkritiek van de beeldcultuur. Door zich nadrukkelijk te identificeren met de media plooit regisseur Charlie Brooker het licht waarin onze gefascineerde ogen baden, terug op onszelf. In de ogen van het Engelse volk dat op ons televisiescherm naar hun eigen televisiescherm kijkt, weerspiegelt zich de radicaliteit van onze aangesloten-

heid. Duidelijk wordt hoe de mens alleen maar zichzelf is en wordt omdat hij altijd al is opgegaan in voorstellingen. Hoe de media, afgezien van wat ze ons van de wereld laten zien en weten, eerst en vooral bepalen wat voor ons eigenlijk ‘wereld’ is. De serie schrijft de effecten van de media op onze ervaringswijze in de media zelf in. Op deze manier laat regisseur Charlie Brooker zien dat ware kritische reflectie geen afstandelijkheid impliceert, maar juist de radicale aanvaarding van wat we met Frank Vande Veire een ‘unheimliche affiniteit’ kunnen noemen: een affiniteit of aangeslotenheid die niet wordt ontkend, maar waarmee zeker ook niet met een vrolijk of goed geweten wordt ingestemd.⁴¹

3.3.2 *For iTernity* (2015)

Het is tien uur ’s avonds en het winkelcentrum is gesloten. Voor de ingang staan zo’n veertien mensen. *“Dit is geen gewone dansvoorstelling”*, wordt er gezegd. *“Je zal eerst een beetje moeten zoeken, moeten kennismaken met het systeem. Daarna kun je zelf bepalen hoe lang je het wilt zien, wanneer je het wilt zien en vanuit welke hoek je het wilt zien.”* Het publiek loopt langs de transparante balustrade die het winkelcentrum omringt. Vanuit daar kunnen ze neerkijken op het binnenplein: een ronde, bedekte ruimte met aan de zijanten verschillende winkels. Voordat het publiek naar beneden gaat krijgen zij een wit ‘scherm’ aangereikt: een semidoorzichtige plaat in rechthoekvorm. Daarna brengt de roltrap hen richting het licht. In het midden van het binnenplein is met witte tape een zeshoek op de grond geplakt: het kader waarbinnen het publiek mag bewegen. Met het scherm als enige houvast gaan ze op zoek. Uit zes beamers - één aan iedere zijde van de zeshoek - schijnt een lichtstraal de oneindigheid in. Voordat een projectie gevangen kan worden lost het licht op in lucht, verdwijnt onzichtbaar in de leegte, sterft. Op een gegeven moment ontstaat onder het publiek het besef dat je het beeld van de beamers met je scherm kunt vangen - en dat het meest zichtbare beeld verschijnt wanneer je het scherm recht voor je houdt en langs de lijnen van de zeshoek staat. Op het scherm van een meisje verschijnt de voorgevel van de Blokker. Het beeld correspondeert exact met de Blokker-winkel voor haar. Een man beweegt met zijn scherm langs het verlaten terras van La Place en ziet plots een verstilld familietafereeltje: een vader, een moeder en twee kinderen, de rode tweezits-buggy staat een meter verderop. Alledaagsheid, geconserveerd in stralen van licht.

⁴¹ Veire, Frank Vande, “Als comateuze patiënten: de kunst in een gemediatiseerde wereld”, in: *Neem en eet, dit is je lichaam: fascinaties en intimidaties in de hedendaagse cultuur*. Amsterdam: SUN, 2005, p. 243.

Plotseling beginnen de beelden te bewegen. Een oudere man schrikt, op zijn scherm verschijnt een grote, doorzichtige glanzende kop met dikke rode lippen en grote zwarte wenkbrauwen. Onder de plastic laag kijken twee wijd-openstaande ogen hem aan. Ze knipperen mathematisch. “*Hier! Hier! Ik heb d'r!*”, roept de man. Ook andere bezoekers hebben een projectie van de vrouw gevangen. In totaal verschijnt de danseres zesmaal. Ze beweegt zich voor de New Yorker, de H&M, de Brainwash, de La Place, bij de roltrappen en langs de speeltuin. Twee mannen houden hun schermen horizontaal tegen elkaar. Ze zien de danseres, verstild en gehurkt op de vloer van het winkelcentrum. Even kunnen ze haar goed bekijken: ze heeft korte, zwarte haren, draagt een dun, huidkleurig pak en spitzen. Ze springt weg. “*Ja, nou moet je d'r proberen bij te houden hè!*”, zegt een vrouw. De danseres op hun schermen beweegt snel van links naar rechts - en weer terug - en nog een keer. Haar bewegingen laten geen andere keus dan de achtervolging in te zetten. Ze maakt kleine pasjes die in eerste instantie alleszins doen denken aan het klassieke ballet, maar die tegelijkertijd ruw en machinaal zijn; acuut en ongracieus. Al met al heeft ze meer weg van een machine dan van een ballerina.

For iTernity is Heitmann's versie van de stervende zwaan, een expressieve ballet-solo van choreograaf Michel Fokine, geschreven in 1907 voor- en op verzoek van ballerina Anna Pavlova. De vier minuten durende voorstelling is op dit moment de meest opgevoerde balletsolo ter wereld. In de virtuele wereld, zo stelt Heitmann, gaat de zwaan niet meer dood - ze sterft alleen een oneindig aantal keren. Heitmann's 'dansvoorstelling' onthult wat er met de dingen gebeurt als alle blikken erop gericht zijn. For iTernity is een spel van lichamen die de virtuele verschijning keer op keer langs alle kanten proberen te bekijken om erachter te komen wat het inhoudt of verbergt. De voorstelling toont hoe de anonieme danser lonkt, maakt dat de toeschouwers op speurtocht gaan en zo, onbewust, een tweede choreografie creëren. Hoe vaker het beeld van de danseres opduikt, hoe meer zij een soort onwerkelijke dubbelganger van zichzelf wordt. We ervaren een danser die er niet is, of die er slechts is als doods restant van haar eigen beeld dat haar overleeft. De media, die ons de dingen zo indringend, zwierig en levensecht presenteren, blijken een soort dodencultus te zijn; een ervaring die niet teruggaat op het waarachtige object, maar op haar gereproduceerde variant. Heitmann's For iTernity laat ons voor een moment zien hoe wezenlijk we aan voorstellingen vasthangen, hoe gretig we de achtervolging inzetten, hoe radicaal de fascinatie is die ons strikt genomen evengoed koud laat. Wanneer de toeschouwers denken het systeem van For iTernity door te hebben, verstillen

plots de beelden. “Zullen we verder gaan?”, vraagt een meisje aan haar vriendin. “We kunnen hier wel eeuwig blijven dwalen”.

3.4 Kritiek als system error

Iedere vorm van beeldproductie heeft reeds haar ‘verdingelijkte’ vorm aangenomen, maar dat sluit niet uit dat sommige beelden de sporen kunnen dragen van een niet-identiteit die zij als beeld tegelijkertijd bezweren. Zowel Brooker als Heitmann bekennen de aangeslotenheid die in ieder beeld sluimert: de wijze waarop zij onze ervaring van de wereld bepalen én de wijze waarop deze ervaring onvermijdelijk verscheurd blijft. Dit stelt hen in staat om waarlijk voorbij de traditionele oppositie tussen hersenloze affirmatie en afstandelijke observatie, tussen binnen en buiten te denken. Dergelijke kunstenaars opereren als een Trojaans paard; een artistieke infiltrant verpakt in cadeaupapier. Door de onvermijdelijke aangeslotenheid te reflecteren is de kunstenaar als Trojaans Paard in staat ons wegwijs te maken in de wijze waarop de beelden van de media onze ervaring beïnvloeden. Niet de ontsnapping uit het labirint, maar het leren leven in het labirint vormt de inzet van de ware kritiek. De kunstenaar als Trojaans paard vindt zijn bestaan in een exclusie van het systeem *vanuit het systeem*, een *system failure* of *crash*. De kunstenaar als Trojaans paard weigert te kiezen tussen binnen en buiten, tussen de radicale bevestiging en kritische ontkenning van het systeem. De kunstenaar als Trojaans paard schreeuwt duidelijk JA terwijl hij heftig NEE schudt.⁴²

⁴² Deze formulering van ‘de kunstenaar als Trojaans Paard’ ontleen ik aan de prikkelende lezing ‘Where do we go from here?’ die de Vlaamse filosoof Pieter Vermeulen Vermeulen op 14-09-2015 gaf in De Pont Museum voor Hedendaagse Kunst.

CONCLUSIE

De artistieke infiltrant

Voor het formuleren van de artistieke kritiek zullen we moeten proberen waarlijk voorbij de traditionele oppositie tussen hersenloze affirmatie en afstandelijke observatie, tussen binnen en buiten te denken. De geijkte hiërarchieën, hoe dierbaar ook, werken niet meer. De hedendaagse, gemediatiseerde cultuur is een cultuur waarin het primaat van de zichtbaarheid hoogtij viert en waarin artistieke waarden als ‘authenticiteit’, ‘oorspronkelijkheid’ en ‘vernieuwing’ gemeengoed zijn geworden. Met de komst van commerciële topkunstenaars, de ‘culturele industrie’ en de vermarkting van het cultuurbeleid, kunnen we concluderen dat de kunstenaar integraal onderdeel is geworden van de cultuurindustrie. Het Kantiaanse begrip van het kunstwerk als ‘doelmatigheid zonder doel’ is in haar hart getroffen. Wie zich als kunstenaar niet in meer of mindere mate aan de eisen van de markt prostitueert, bestaat simpelweg niet.

In dit onderzoek komen Walter Benjamin en Theodor Adorno ten tonele als twee verschillende zoeklichten die eenzelfde thematiek vanuit verschillende richtingen benaderen. Beiden markeren de komst van de massamedia als het einde van de traditionele kunst. Volgens Benjamin vernietigt de technologische reproductie het magische, auratische karakter van het kunstwerk. Benjamin beschouwt massaal gereproduceerde kunst in termen van pure potentie; van wat zij in de toekomst eventueel voor ons zou kunnen betekenen. Adorno beschouwt hen daarentegen in het licht van de onderdrukte individualiteit in de huidige toestand van de wereld. Zowel Benjamin als Adorno begrijpen dat artistieke kritiek niet langer gedacht kan worden vanuit het standpunt van een Koninklijke buitenstaander. Beiden thematiseren een verschillende vorm van onvermijdelijke aangeslotenheid die in deze scriptie verder is uitgewerkt en geactualiseerd. Met Benjamin wordt duidelijk dat de media niet alleen een middel zijn om voorstellingen tot ons te krijgen: de media bepalen eerst en vooral wat voor ons eigenlijk wereld is. Onder invloed van de media laat het leven van de moderne mens zich kenmerken door een onophoudelijke stortvloed aan voorstellingen, een vluchtig, schokkerig voorbijgaan van beelden die onze verstrooide aandacht aanspreken en systematisch het ongeziene onder ogen brengen. Met Adorno wordt duidelijk dat de westerse cultuur zich van meet af aan laat kenmerken door een ontembare drang om te temmen – en dat iedere vorm van kritiek onvermijdelijk is doordrenkt van een soortgelijke drang om het vreemde te elimineren door het aan banden te leggen.

De komst van de virtuele beeldproductie maakt dat de alomtegenwoordigheid van voorstellingen tot grote hoogte heeft kunnen stijgen. Door systematisch een begrip van de werkelijkheid te simuleren, begrijpen de media het wereldgebeuren in onze plaats. Hiermee wordt een tweede vorm van onvermijdelijke aangeslotenheid thematiseerbaar: ieder beeld is doordrongen van de beheersingsdrang die het leven in de westerse kapitalistische cultuur kenmerkt. De beeldcultuur dwingt de vreemdheid en veelvuldigheid van het wereldgebeuren in steriele sjablonen en gladde formats, opdat ze een behapbare eenheid wordt. Door de kloof tussen de voorstelling en het voorgestelde steeds te dichtten, vernietigt de beeldcultuur de ruimte voor het waarlijk andere.

De onvermijdelijke aangeslotenheid maakt duidelijk dat het kritisch statuut van de kunst er niet in kan bestaan dat zij kritiek levert op het manipulerend of afstompend effect van de media, uit naam van een meer waarachtige ervaring waarop de kunstenaar aanspraak zou maken. Wie stilstaat bij de manier waarop de media ons leven beheersen, realiseert zich dat de media niet zomaar middelen of instrumenten zijn die ervaringen of informatie over te brengen. De media zijn de manier waarop de wereld aan ons verschijnt.⁴³ Er is geen niveau waarop de mens de wereld en zichzelf op een meer oorspronkelijke, authentieke of waarachtige manier ervaart. De mens is maar wie hij is omdat hij als subject verklonken is met voorstellingen. Dit besef maakt duidelijk dat we niet langer moeten proberen om de kritische waarde van de kunst toe te kennen aan een gedateerd discours waarbij kritiek de ondubbelzinnige betekenis heeft van een ontwaken uit een toestand van vervreemding of vals bewustzijn. Kunstenaars moeten zich beseffen dat ze, ten overstaande van de gemediatiseerde cultuur, in principe met lege handen staan - en wel om de simpele reden dat ze niet tegenover de gemediatiseerde cultuur staan, maar zichzelf er onvermijdelijk middenin begeven.

Om deze reden blijft de poging van Marcel Duchamp om artistieke kritiek te herformuleren in termen van de 'ondergrondse kunstenaar' onvermijdelijk in gebreke. De ondergrondse kunstenaar probeert zich aan de middelmatigheid van de beeldcultuur te onttrekken door zich te isoleren, maar miskent hiermee zijn eigen aangeslotenheid. Dat betekent allereerst dat hij miskent dat zijn ervaringswijze, zijn wijze van zien en zijn wijze van zijn, onvermijdelijk het product is van de beeldcultuur waaraan hij zich zo reikhalzend tracht te onttrekken. Ten tweede miskent hij dat ieder beeld op cruciale wijze met de hedendaagse beeldcultuur verbonden blijft. Elk beeld kan worden begrepen

⁴³ Veire, Frank Vande, "Als comateuze patiënten: de kunst in een gemediatiseerde wereld", in: *Neem en eet, dit is je lichaam: fascinaties en intimidaties in de hedendaagse cultuur*. Amsterdam: SUN, 2005, p. 222-223.

als een poging om een vreemdheid in beeld te vervatten en zo die vreemdheid, in meer of mindere mate, teniet te doen. Ook de kritiek van de ‘opgeslorpte kunstenaar’, zoals die naar voren kwam in een analyse van Camiel van Winkel, schiet tekort. Aan de beeldproductie van opgeslorpte kunstenaars als Cindy Sherman, Jeff Koons en Amalia Ulman, wordt door critici vaak een authentieke, oorspronkelijke en bovenal kritische boodschap toegekend. Daarmee wordt ontkend dat de artistieke productie van de opgeslorpte kunstenaar geen wezenlijk verschil toont met de stereotype beelden die de media ons vandaag de dag voorschoten; dat hun beelden geen commentaar op de media leveren, maar veeleer een luie knieval voor de media zijn. Ook Camiel van Winkel ontmaskert de artistieke productie van Cindy Sherman als ‘doorsnee’ en ‘wedijverend met de hedendaagse beeldcultuur’. Door Cindy Sherman te vergelijken met het fotomodel Kate Moss, toont hij aan dat Sherman beantwoordt aan de oproep van de cultuurindustrie om een ‘authentiek’ zelf te zijn dat ‘van het leven een kunstwerk maakt’. Aan Kate Moss kent van Winkel de waarlijke kritiek toe, omdat Moss ten opzichte van de cultuurindustrie een onverschillige, passieve en daarmee ‘sceptische’ houding weet te behouden. Van Winkel ziet daarbij over het hoofd dat Kate Moss evenwel gezien kan worden als het toonbeeld van het ‘getemde subject’, dat door het schematiserende dictatuur van de media tot object verwordt. Ook Moss is aangesloten: een onverschillige drager wiens individualiteit wordt geneutraliseerd ten behoeve van het algemene.

Waar de hedendaagse beeldcultuur de kloof tussen de voorstelling en het voorgestelde steeds dicht, moet de artistieke kritiek dit juist niet doen. Een artistieke kritiek op de beeldcultuur wordt pas mogelijk wanneer het beeld haar interne tegenstrijdigheden weerspiegelt; wanneer de schijn zich even van zichzelf bewust wordt en daardoor bewijst dat er iets is dat verder reikt dan schijn. De kunstenaar als Trojaans paard is zich ervan bewust dat elke poging om de hedendaagse beeldcultuur te bekritisieren, wezenlijk op diezelfde beeldcultuur is aangesloten. In zijn beelden sluimert het besef dat hij nooit volledig aan de verblindende totaliteit van de beeldcultuur kan ontsnappen. Het Trojaans paard levert geen kritiek vanuit een zogenaamde positie buiten de cultuurindustrie, maar vormt integendeel de exclusie van de cultuurindustrie *vanuit* de cultuurindustrie. Een *system error* of *system crash*. De kunstenaar als Trojaans paard lost zijn interne tegenstrijdigheden niet op, maar drijft ze veeleer op de spits. Zo opent het Trojaans paard mogelijkheden om het vreemde, niet-identieke te denken dat door de beeldcultuur steeds wordt uitgebannen. Op deze manier vervult de kunst een van de belangrijkste taken die zij zich in de gemediatiseerde cultuur kan stellen: het creëren van een inzicht in de relatie tussen de mens en zijn apparaten.

BIBLIOGRAFIE

Auteurs

Adorno, Theodor, *Aesthetic Theory*, vertaald door R. Hullot-Kentor, Londen: Continuum, 1997, 414 p.

Benjamin, Walter, *Eenrichtingsverkeer*, vertaald door Sytze Steenstra, Amsterdam: Sauternes, 1991, 87 p. (Oorspronkelijke uitgave: *Einbahnstraße*, Berlin: Rowolth, 1928).

Benjamin, Walter, *Het kunstwerk in het tijdperk van zijn technische reproduceerbaarheid*, vertaald door Henk Hoeks, Nijmegen: SUN, 2008, 129 p. (Oorspronkelijke uitgave: 'Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit', uit: Walter Benjamin, *Gesammelte Schriften*, 1974, Band I 2, pp. 471-508).

Boomkens, René. *Erfernissen Van De Verlichting*: Basisboek Cultuurfilosofie. Amsterdam: Boom, 2011, 376 p.

Boomkens, René, *Kritische massa: Over massa, moderne ervaring en popcultuur*, Amsterdam: Van Gennep, 1994, 229 p.

Duchamp, Marcel, "Where do we go from here?", lecture at: Philadelphia Museum College of Art, 20-03-1961.

Horkheimer, Max, Theodor W. Adorno, *Dialectiek Van De Verlichting: Filosofische Fragmenten*, vertaald door Michel Van Nieuwstadt, Amsterdam: Boom, 2007, 287 p. (Oorspronkelijke uitgave: *Dialektik der Aufklärung*, Amsterdam, 1947).

Lijster, Thijs Erik, *Critique of art: Walter Benjamin and Theodor W. Adorno on art and art criticism*, Groningen: s.n, 2012, 323 p.

Mul, Jos de, *Cyberspace Odyssee*, Klement: 2005, 352 p.

Vanderbeeken, Robrecht, *Buy Buy Art: De vermarkting van kunst en cultuur*, Berchem: EPO, 2015, 260 p.

Veire, Frank Vande, "Als comateuze patiënten: de kunst in een gemediatiseerde wereld", in: *Neem en eet, dit is je lichaam: fascinatie en intimidatie in de hedendaagse cultuur*. Amsterdam: SUN, 2005, p. 215-243.

Veire, Frank Vande, *Als in een donkere spiegel: De kunst in de moderne filosofie*, Amsterdam: SUN, 2002, 356 p.

Vermeulen, Pieter, "Where do we go from here?", lecture at: De Pont Museum voor Hedendaagse Kunst, 14-09-2015.

Visser, Ad de, *De tweede helft. Beeldende Kunst na 1945*, Uitgeverij Sun, 1998, 430 p.

Wiggershaus, Rolf, *Adorno*, vertaald door Frank Bestebreurtje, Rotterdam: Lemniscaat, 2002, 161 p.

Winkel, Camiel Van, *Het primaat van de zichtbaarheid*, Rotterdam: NAI Uitgevers, 2005, 217 p.

Internetdocumenten

European Commision, “Supporting cultural and creative industries” http://ec.europa.eu/culture/policy/cultural-creative-industries/index_en.htm (geraadpleegd op 22-07-2016).

Hoet, Ciska, “Kunst in de uitverkoop: interview met Robrecht Vanderbeeken.” *De Wereld Morgen*, <http://www.dewereldmorgen.be/artikel/2015/12/11/kunst-in-de-uitverkoop-interview-met-robrecht-vanderbeeken> (geraadpleegd op 21-03-2016).

Wikipedia, “For the Love of God”, https://en.wikipedia.org/wiki/For_the_Love_of_God#cite_note-mail-11 (geraadpleegd op 13-05-2016).