

EVERYONE'S A CRITIC NOW?

Een onderzoek naar de verschillen tussen online filmrecensies door amateurs en filmrecensies in kranten door professionals



Masterthesis Media & Journalistiek
Erasmus Universiteit Rotterdam
Justin Koornneef, 348512

EVERYONE'S A CRITIC NOW?

Een onderzoek naar de verschillen tussen online filmrecensies door amateurs en filmrecensies in kranten door professionals

Erasmus Universiteit Rotterdam
Erasmus School of History, Culture and Communication
Master thesis Media & Journalistiek

Justin Koornneef, 348512
348512jk@eur.nl

Begeleider: Dr. M.N.M. Verboord
Tweede lezer: Dr. E. Hitters

Rotterdam, juli 2011

INHOUDSOPGAVE

	Pagina
• Voorwoord	5
• 1. Inleiding	7
1.1. Probleemstelling en deelvragen	7
1.2. Wetenschappelijke en maatschappelijke relevantie	9
1.3. Opbouw van de thesis	10
• 2. De criticus	11
2.1. Filmkritiek als institutie	13
2.2. Institutionele karakter van de filmkritiek	16
2.2.1. Culturele classificatie	17
2.2.2. Veranderingen in het classificatiesysteem	18
2.2.3. Legitimatieproces en de traditionele criticus	20
<i>Changing opportunity space</i>	21
<i>Institutionalization of resources and practices</i>	22
<i>Legitimizing ideology</i>	23
2.2.4. Esthetische criteria	23
2.2.5. Invloed op consument	26
• 3. Nieuwe media	28
3.1. De opkomst van het web 2.0	28
3.1.1. Online journalistiek	29
3.1.2. Legitimatieproces en de online criticus	31
3.1.3. Visies op de opkomst van het web 2.0	32
3.1.4. Hypothesen	34
• 4. Methode van onderzoek	37
4.1. Methode	37
4.2. Onderzoekseenheden	38
4.3. Kenmerken mediatitels	39
4.4. Steekproef en onderzoeksperiode	41
4.5. Codeerschema en variabelen	42
4.6. Betrouwbaarheidstest	44

•	5. Resultaten	46
	5.1. High art terminologie	47
	5.2. Kritische terminologie	49
	5.3. High art recensietechnieken	51
	5.4. Populaire esthetische terminologie	54
	5.5. Populaire esthetische recensietechnieken	56
•	6. Conclusie	59
	6.1. Discussie	63
•	7. Bibliografie	65
•	Appendix 1 Codeerschema	69
•	Appendix 2 Output van SPSS	73

VOORWOORD

Ongeveer een half jaar geleden werd er tijdens een les ter voorbereiding op de masterscriptie gevraagd wie er zin had om te beginnen met schrijven. Als een van de weinige leerlingen stak ik met vol enthousiasme mijn hand op. Een scriptie schrijven was in mijn ogen altijd het ultieme doel: een officiële afsluiting van jarenlang studeren. Studies die mij van Utrecht via Antwerpen naar Rotterdam hebben geleid. Daarnaast was het ook een goede testcase: wat heb ik geleerd en welk niveau kan ik halen? Het idee dat je je vijf maanden mocht verdiepen in één onderwerp; ik zag het helemaal zitten en was goudeerlijk toen ik zei dat ik er zin in had.

Ik zal niet ontkennen dat ik de laatste maanden wel eens spijt heb gekregen van deze opmerking. Op vroege ochtenden of late avonden kon ik mij soms niet goed meer herinneren wat de scriptie nou zo leuk of interessant maakte. Vijf maanden, dat was plotseling wel erg lang. De scriptie is op sommige momenten vervloekt, zelfs genegeerd. Maar nu het afgerond voor mij ligt, maakt het mij ook trots. Trots dat ik na al die jaren studeren klaar ben. Dat ik dit niveau heb kunnen halen. En dat ik dit dikke pak papier helemaal zelf heb geschreven.

Mijn begeleider, Marc Verboord, wil ik graag bedanken voor al zijn hulp. Zijn feedback was altijd direct en nauwkeurig. Ook nam hij altijd alle tijd om je vragen te beantwoorden. Ik ben ervan overtuigd dat zijn adviezen mijn scriptie vele malen duidelijker en vooral beter hebben gemaakt.

Justin Koornneef

Juli, 2011

1. INLEIDING

'Everyone's a critic now'. Het is een gewaagde uitspraak van Neal Gabler, de filmcriticus van de Engelse zondagskrant *The Observer*. Hij betoogt in zijn artikel dat de opkomst van het Internet (en het web 2.0) ervoor gezorgd heeft dat er nauwelijks meer onderscheid is tussen de expert en de amateur. Of, zoals Philip French, filmcriticus van *The Guardian*, verkondigt: 'The spread of the world wide web (...) allows anyone with a computer to set himself up as a reviewer, a participant in a critical discourse and a potential legislator'. Blogs en andere web 2.0 applicaties hebben het mogelijk gemaakt voor elke willekeurige burger om zijn mening over films met een in potentie groot publiek te delen. Het Internet zorgt ervoor dat elke gebruiker zich voor kan doen als een 'expert'. Een podium voor iedereen. Met veel enthousiasme mengen de amateurs zich in het discours van de filmkritiek.

Oorspronkelijk was het bekritisieren van films alleen voorgelegd aan filmcritici die werkzaam waren bij een erkend medium als een krant. Door het publiek werd de filmcriticus als een 'evaluatieve gids' ervaren (Van Rees, 1987; Shrum, 1991; Debenedetti, 2006). Daarbij moest de filmkritiek gezien worden als een institutie: een veld waarbij de filmcritici (ook wel de spelers) streden om de meeste aandacht. Men wilde dat hun oordeel 'geloofd' werd door de lezer. De filmcriticus moest daarvoor ook genoeg symbolisch en linguïstisch kapitaal bezitten, oftewel: hij moest verstand hebben van films en de taal van de dominante cultuur spreken (Bourdieu, 1980; Janssen, Verboord & Kuipers, 2010). Een film bekritisieren impliceert namelijk dat er intrinsieke criteria bestaan waarop de film getoetst kan worden (Van Rees, 1987; Janssen, 1997). De lezer bekritiseert deze keuzes ook niet: het is noodzakelijk voor het institutie dat deze vooronderstellingen aangenomen worden. Deze institutionele inbedding had ook automatisch gevolgen voor de manier waarop de professionele filmcriticus te werk ging. Zo kiezen de filmcritici vaak dezelfde films als onderwerp. Ook de oordelen van de filmcritici gaan, naar mate het oeuvre groeit, meer gelijkenissen vertonen. Ze passen zich aan op elkaar, als een orkest (Bourdieu, 1984; Van Rees, 1987; Janssen; 1997). Uit onderzoek van Baumann (2001) is gebleken dat deze institutionele inbedding ook gevolgen had voor de terminologie die de filmcritici gebruikten. Uit een analyse van de inhoud van filmrecensies uit Amerika (in de periode 1925-1985) bleek dat de critici steeds meer high art terminologie gingen hanteren: termen waarbij ze verwijzen naar de film als een kunstvorm, zoals 'meester', 'kunst' of 'briljant'. Het aantal kritische termen, zoals 'symbool' en 'metafoor', steeg ook. De film werd serieuzer benaderd. De analyse liet ook zien dat de filmcritici significant meer high art recensietechnieken gingen

gebruiken. Dit zijn technieken waarmee de professionele filmcriticus laat zien dat hij verstand heeft van zijn vak. Een van deze technieken is bijvoorbeeld het onderling vergelijken van regisseurs. Dit discours van de filmkritiek laat zien wat de filmcritici belangrijk vinden (Van Rees, 1983).

Met het oog op deze institutionele inbedding zorgt de opkomst van de online filmcriticus voor enkele vragen. Deze nieuwe vorm van filmkritiek werkt buiten deze institutionele inbedding om: ze werken niet voor een medium als een krant en worden niet betaald voor het werk wat ze verrichten. Het zijn amateurs met een liefde voor films. Neal Gabler typeert ze als 'ordinary people'. Daarnaast is het Internet van nature een sociaal medium. Via het Internet kan men, bijvoorbeeld door middel van blogs, eenvoudig communiceren met vrienden, familie en andere gebruikers. Ook sociale netwerken als Facebook en Twitter dragen bij aan dit karakter. Een printmedium als een krant kent dit sociale aspect niet. Dit zou logischerwijs gevolgen moeten hebben voor de manier waarop de online filmcritici te werk gaan. Vanuit het sociale aspect van het Internet is het mogelijk dat de online criticus de film meer benaderd vanuit het publiek en minder kritische en kunstzinnige termen gebruikt. Populaire esthetische terminologie en -recensietechnieken sluiten hierbij aan. Dit zijn criteria waarbij de film niet op een intellectuele wijze wordt benaderd, maar waarbij de focus ligt op de manier waarop de film wordt ervaren (Bielby, Moloney & Ngo, 2005, Van Venrooij & Schmutz, 2010). Termen als 'humor' en 'grappig' vallen bijvoorbeeld onder deze categorie.

In dit onderzoek staan de verschillen tussen de online filmcritici en de traditionele filmcritici centraal. Door een analyse te maken van de inhoud van hun gepubliceerde filmrecensies wordt er onderzocht of er nog wel verschillen bestaan tussen de critici. Of krijgt Neal Gabler gelijk en is iedereen nu een filmcriticus?

1.1. PROBLEEMSTELLING EN DEELVRAGEN

In dit onderzoek staat dus één thema centraal: de opkomst van de online criticus en in hoeverre deze verschilt van de traditionele criticus. Om dit te onderzoeken worden gepubliceerde filmrecensies geanalyseerd en vergeleken. Uit de inleiding werd duidelijk dat de institutionele inbedding ervoor zorgt dat de traditionele filmcriticus bepaalde terminologie en recensietechnieken hanteert. De vraag die rijst is: doet de online filmcriticus dit ook? Of legt deze andere accenten? Dit heeft geresulteerd in de volgende probleemstelling:

Probleemstelling

- In hoeverre verschillen online filmrecensies door amateurcritici van filmrecensies in kranten door professionele critici op het gebied van terminologie en recensietechnieken?

Dit onderzoek richt zich specifiek op filmrecensies. Deze casus is gekozen, omdat er vanuit de theorie van Baumann (2001) veel bekend is over de terminologie en recensietechnieken die gehanteerd worden door filmcritici. Daarnaast zijn er sinds de opkomst van het Internet veel websites ontstaan die zich richten op filmrecensies. Het is een van de meest kenmerkende gevolgen van de opkomst van het web 2.0. Er is dus sprake van een samenkomst van theorie en praktijk.

Om de probleemstelling zo uitgebreid mogelijk te beantwoorden, is er gekozen voor een analyse van vijf verschillende dimensies: high art terminologie, kritische terminologie, high art recensietechnieken, populaire esthetische terminologie, populaire esthetische recensietechnieken. De terminologie en recensietechnieken die in de probleemstelling worden genoemd zijn opgebouwd uit deze dimensies. Deze dimensies komen voort uit onderzoeken van onder andere Baumann (2001) en Van Venrooij & Schmutz (2010). Uit deze analyses is bijvoorbeeld gebleken dat er specifieke terminologie wordt gehanteerd door professionele filmcritici. Deze dimensies zullen nog verder worden toegelicht in hoofdstuk 2. Door de probleemstelling in dimensies op te delen, wordt er naar meerdere aspecten van de filmrecensie gekeken. Dit is van belang, omdat er daardoor een beter beeld geschept kan worden van de manier waarop de gehele filmrecensie is opgebouwd. Daardoor is het ook mogelijk om meer te zeggen over de algemene filmkritiek. Per dimensie is er een deelvraag opgesteld.

Deelvraag 1

- In hoeverre verschilt de mate van het gebruik van high art terminologie in online filmrecensies door amateurs van filmrecensies in kranten door professionals?

Deelvraag 2

- In hoeverre verschilt de mate van het gebruik van kritische terminologie in online filmrecensies door amateurs van filmrecensies in kranten door professionals?

Deelvraag 3

- In hoeverre verschilt de mate van het gebruik van high art recensietechnieken in online filmrecensies door amateurs van filmrecensies in kranten door professionals?

Deelvraag 4

- In hoeverre verschilt de mate van het gebruik van populaire esthetische terminologie in online filmrecensies door amateurs van filmrecensies in kranten door professionals?

Deelvraag 5

- In hoeverre verschilt de mate van het gebruik van populaire esthetische recensietechnieken in online filmrecensies door amateurs van filmrecensies in kranten door professionals?

Door middel van het uitvoeren van een kwantitatieve inhoudsanalyse wordt er getracht een antwoord te geven op deze probleemstelling en deelvragen. Er is daarbij een codeerschema opgesteld, waarin de theoretische inzichten zijn geoperationaliseerd. Hierdoor zullen de verschillende karakteristieken van de filmrecensie systematisch worden geanalyseerd en verwerkt. Er zijn hypothesen opgesteld met betrekking tot de probleemstelling en deelvragen. Deze zullen worden geïntroduceerd in de laatste paragraaf van hoofdstuk 3.

1.2. WETENSCHAPPELIJKE EN MAATSCHAPPELIJKE RELEVANTIE

De keuze om een analyse te maken van de verschillen tussen online recensenten en traditionele recensenten is wetenschappelijk zeer relevant. Er is veel literatuur bekend over de rol van de traditionele cultuurcriticus en de manier waarop deze te werk gaat. Zo hebben Van Rees (1983) en DiMaggio (1987) veel geschreven over de classificatie van cultuur, waar cultuurcritici een grote rol in spelen. Ook de opkomst van het Internet en de mogelijkheden van het web 2.0 zijn beschreven in meerdere analyses door onder andere Gillmor (2004) en Slot & Frissen (2007). In deze analyses gaat de aandacht vooral uit naar een algemene ontwikkeling. De positie en werkwijze van de online recensent blijft daardoor theoretisch onderbelicht. Bij dit onderzoek worden dus verschillende elementen bij elkaar gevoegd: de rol en werkwijze van de traditionele criticus, de mogelijkheden van het Internet en de opkomst van de online recensent en zijn werkwijze. Uit analyses van onder andere Baumann (2001) is gebleken dat het medium invloed uit kan oefenen op de manier

waarop de gebruiker cultuur ervaart en benaderd. In deze analyses stonden echter printmedia centraal. Er is nog weinig bekend over de rol van cultuurcritici op het Internet. Deze analyse kan daarnaast een aanleiding zijn voor verder onderzoek naar de opkomst van de online filmkritiek, maar ook naar andere vormen van cultuurkritiek, zoals literatuurkritiek of muziekkritiek. De rol van het Internet wordt steeds groter en daarom is het van belang hier verder onderzoek naar te verrichten.

Het artikel 'Everyone's a critic now' van Neal Gabler zorgde online voor veel commotie. Diverse film- en muziekcritici waren verontwaardigd en wilden reageren op zijn artikel. Het werd al snel duidelijk dat de discussie over de waarde van de traditionele criticus actueel en relevant was. Deze analyse zal niet direct antwoord geven op de vraag welke waarde de traditionele criticus nog heeft, maar het zal wel inzicht geven in de verschillen tussen beide groepen. Uit de resultaten van dit onderzoek kan blijken hoe serieus we de opkomst van de amateurcriticus moeten nemen. Daarnaast worden online filmrecensies door veel consumenten gebruikt om meer informatie te vergaren over films. De rol van het Internet is daardoor erg groot, maar het is nog niet duidelijk waar deze rol uit bestaat. Uit deze voorbeelden wordt duidelijk dat dit onderzoek derhalve maatschappelijk relevant is.

1.3. OPBOUW VAN DE THESIS

In deze paragraaf zal er kort worden weergegeven hoe deze thesis is opgebouwd. Er zal allereerst aandacht worden besteed aan diverse theoretische inzichten in het functioneren van de cultuurkritiek en de rol van het Internet daarin. Het theoretische gedeelte is opgesplitst in twee hoofdstukken: het eerste hoofdstuk richt zich op het ontstaan van de cultuurkritiek en de rol van de criticus. Hierin wordt ook aandacht besteed aan de institutionele inbedding en de legitimering van de filmkritiek. Het tweede hoofdstuk betreft de opkomst van het web 2.0 en de gevolgen voor de legitimering van de filmkritiek. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met een paragraaf met hypothesen voor de analyse. Na het theoretisch kader zal er een hoofdstuk worden gewijd aan de methode van onderzoek. Hier zal worden uitgelegd welke methode er wordt gehanteerd en welke onderzoekseenheden er zijn gekozen. Ook wordt er aandacht besteed aan de kenmerken van de mediatitels, de steekproef en onderzoeksperiode en het codeerschema en de variabelen. Hier opvolgend zullen in een apart hoofdstuk de resultaten van de analyse behandeld worden. Dit hoofdstuk is gestructureerd aan de hand van de vijf dimensies die gerelateerd zijn aan de probleemstelling. Elke dimensie wordt besproken in een losse paragraaf. De conclusie van dit onderzoek zal in het laatste hoofdstuk worden besproken. Ook zal er worden gereflecteerd op het onderzoek in de discussie.

2. DE CRITICUS

Films spelen al decennia lang een grote rol in het leven van de mens. De films brengen ons entertainment, plezier of ontspanning. Het is dan ook niet meer dan logisch dat er een immense industrie omheen ontstaan is. Van de productiekant tot distributiekant: veel mensen zijn werkzaam in de industrie en er gaat veel geld in om. Allereerst zijn daar de grote distributie bedrijven, ook wel *majors* genoemd: Warner Bros., Universal, Paramount Pictures, Walt Disney, Columbia Pictures en 20th Century Fox (Bordwell & Thompson, 2003). Deze bedrijven fungeren als een link tussen de filmmaker en de consument. Zij zorgen ervoor dat bepaalde films worden vertoond in cinema's en dat de films worden uitgebracht op DVD's. Over het algemeen zijn dit grote conglomeraten die de mogelijkheid hebben om risico's te nemen in deze markt. Om films te distribueren is namelijk veel geld nodig. Een typerend voorbeeld hiervan is het feit dat 10 procent van alle films die per jaar worden uitgebracht verantwoordelijk is voor 50 procent van alle inkomsten (Bordwell & Thompson, 2003: 13).

Ook al zien we films veelal als vermaak en tijdverdrijf, is er nog altijd sprake van een zakelijke transactie. De filmmakers creëren een symbolisch product – de film – en deze worden door de grote *majors* gedistribueerd en in de markt gezet. Het publiek zijn consumenten die betalen om van het product 'gebruik' te maken. Als men echter tracht de filmindustrie te vergelijken met andere industrieën, bestaat er één groot verschil tussen beide: de filmindustrie bestaat uit symbolische producten waarvan de materiële waarde van tevoren lastig te bepalen is. Dat komt omdat de filmindustrie een markt is waarbij de consument van tevoren de kwaliteit niet kan voorspellen zonder het daadwerkelijk te ervaren. Het is een product waarbij ervaring centraal staat (Janssen, 1997; Boatwright, Basuroy & Kamakura, 2007). Dit zorgt ervoor dat er een bepaalde onzekerheid ontstaat omtrent de waarde van de film. In dit complexe proces van productie, distributie en consumptie van films spelen critici een grote rol. 'In terms of management, the critic is viewed more as a special provider of information in a market characterized by consumer uncertainty over the value of cultural goods and by the difficulty of developing practical knowledge to inform decision-making (each artistic creation being unique)' (Debenedetti, 2006: 31). De criticus speelt daarbij een dominante en centrale rol door een symbolische waarde aan het product toe te voegen (Bourdieu, 1980, Van Rees, 1983; DiMaggio, 1987, Verboord, 2010). De evaluaties – symbolische waarde – die de critici toekennen aan de producten zullen ook worden geloofd door het publiek, aangezien de critici in de ogen van het publiek een bepaalde expertise kennen. Deze

opinieleiders worden dan geraadpleegd om 'advies' (Van Rees; 1983; Boatwright et al., 2007; Verboord, 2010). Het oordeel van de criticus staat daarbij constant ter discussie. Alleen als een groot deel van de lezers het eens is met de beweringen die de criticus maakt, zullen de beweringen ook waarde krijgen. Als de beweringen eenmaal waarde zijn toegekend, kan er een soort vertrouwensrelatie ontstaan tussen de lezer en de criticus. De criticus wordt dan 'geloofd' (Cameron, 1995; Debenedetti, 2006; Verboord, 2010). Het woord criticus is niet voor niets afgeleid van het Griekse woord *krisis*, wat vrij vertaald 'het moment dat er wordt besloten over het lot van een mens of ding' betekent (Debenedetti, 2006).

Er zijn drie typerende elementen in het werk van de criticus. Allereerst gebruikt de criticus descriptieve en informatieve elementen die herkenbaar zijn voor het publiek. Deze gegevens zijn ook te controleren door het publiek. Zo kan de criticus beschrijven hoe de setting van de film is, welke kleding er wordt gedragen, in welke periode het zich afspeelt of door wie bepaalde rollen worden gespeeld. Ten tweede gebruikt de criticus analytische elementen. Deze hebben een interpretatieve functie. Dit zijn zaken waarmee de criticus kan laten zien dat hij een bepaald inzicht heeft in de manier waarop films worden gemaakt. Ook toont hij hiermee aan dat hij de maker van de film begrijpt, omdat hij het proces van de maker kan volgen. Ten derde kan hij in zijn recensies aandacht besteden aan de evaluatieve context. Deze zijn te herkennen aan positieve of negatieve uitingen over bepaalde aspecten van de film. Hiermee laat de criticus zien dat hij een film kan beoordelen en inzicht kan geven in de manier waarop de film beoordeeld moet worden. De criticus wordt daarom ook wel als een 'evaluatieve gids' getypeerd (Van Rees, 1987; Shrum, 1991; Debenedetti, 2006).

Door Van Rees (1983) worden er drie verschillende recensenten onderscheiden: de journalistieke, essayistische en academische recensent. Hij baseert deze driedeling op een analyse van boekrecensenten. De drie verschillende typen verschillen niet op basis van het institutionele karakter: ze behoren allemaal tot de institutionele structuur van de filmkritiek. Ze werken namelijk allemaal vanuit hetzelfde doel en op dezelfde manier (Van Rees, 1983). Zo gebruiken ze de typerende elementen die hierboven zijn vermeld en ze creëren hiërarchische kwalificaties op basis van de kwaliteit. De verschillende typen zijn complementair aan elkaar, omdat ze elkaar aanvullen. Het grootste verschil tussen de typen zit op de basis van de tijdsinterval: de journalistieke recensent kan gezien worden als de primaire criticus. Hij zal een bepaald boek als eerste kiezen om te bekritisieren. De essayistische recensent is de

secundaire criticus en de academische recensent is de tertiaire criticus. Als een boek door de selectie van alle drie de typen is gekomen, wordt hij als hoge kwaliteit gewaardeerd. Het boek is het namelijk 'waard' om door de drie typen te worden besproken (Van Rees, 1983). Verder verschillen de drie typen op basis van het sociale prestige dat zij verdienen in de samenleving. De journalistieke recensent kent minder sociaal prestige dan de academische recensent. Ze zijn echter nog altijd afhankelijk van elkaar. De academische recensent bespreekt over het algemeen geen boeken die niet eerder door journalistieke recensenten zijn besproken (Van Rees, 1983). Deze driedeling is ook te relateren aan de filmkritiek. Zo kunnen filmcritici uit kranten worden gezien als primaire critici. Door naar een persvoorstelling te gaan krijgen ze de voortijdig te zien en zullen ze het als eerste bespreken en recenseren. De essayistische filmcriticus zal de film bijvoorbeeld in een magazine bespreken en deze koppelen aan een ontwikkeling in de samenleving. Een voorbeeld van een dergelijk magazine is het Nederlandse *Skrien*, een filmmagazine voor professionals en connaisseurs. De academische criticus moet gezien worden als de filmcriticus die de film op wetenschappelijk niveau bespreekt, zoals gedaan wordt binnen het vakgebied van de *film studies*. Het is van belang om deze drie typen te benoemen, omdat ze onderdeel zijn van de institutionele structuur van de filmkritiek. Het is echter nog onduidelijk hoe de opkomst van de online recensent in deze structuur te passen valt.

2.1. FILMKRITIEK ALS INSTITUTIE

Naar aanleiding van het werk van Bourdieu (1980) valt te concluderen dat ook filmcritici in een 'veld' werken. Onze samenleving valt in zijn geheel te onderverdelen in velden: de politiek, de wetenschap en de kunst. Critici vallen onder een eigen kleiner autonoom veld wat overlappingen kent met andere velden. Daardoor wordt de filmkritiek ook wel als een institutie ervaren en daardoor kent het ook zijn eigen institutionele karakter en structuur. De complementaire activiteiten van de journalistieke, essayistische en academische recensenten vormen uiteindelijk samen deze institutie (Janssen, 1997). In deze institutie is een constante, deels onbewuste machtsstrijd gaande tussen de 'spelers' (critici) om zoveel mogelijk aandacht te krijgen. Zo willen critici het liefst dat hun recensies het meest worden gelezen en de grootste invloed hebben op de lezers. Om mee te spelen in het veld, is het noodzakelijk voor de spelers om voldoende cultureel kapitaal te hebben. Bij filmcritici komt dat erop neer dat ze kennis van films hebben en de taal van de dominante cultuur kunnen spreken. Dit wordt ook wel symbolisch en linguïstisch kapitaal genoemd (Bourdieu, 1980; Janssen, Verboord & Kuipers, 2010).

Voor critici is het niet mogelijk om alle films te recenseren die er uitgebracht worden. Het aanbod is daarvoor te groot. Het is daarom noodzakelijk voor de criticus om keuzes te maken. De aandacht voor bepaalde regisseurs en films impliceert daarbij een individuele keuze van de criticus door te kijken naar de intrinsieke kwaliteit van de film. De keuzes van critici kunnen echter niet los gezien worden van het institutionele karakter van de filmkritiek. Ook het feit dat de consument het oordeel van de criticus accepteert, is onderdeel van deze institutionele inbedding (Van Rees, 1983; Van Rees, 1987; Janssen, 1997).

Met de manier waarop critici te werk gaan impliceren zij dat zij autonoom te werk gaan en dat de film een aantal intrinsieke (artistieke) criteria kent waar de film op te toetsen is. Deze beoordelingen van de criticus worden nauwelijks bekritiseerd door het publiek. Het is voor de consument namelijk noodzakelijk om deze impliciete vooronderstellingen aan te nemen van de criticus (Van Rees, 1987; Janssen; 1997). Het is echter niet mogelijk om een logisch (en empirisch) verband te leggen tussen de verschillende aspecten van de film en een uiteindelijk waardeoordeel (Van Rees, 1987; Janssen, 1997). De enige manier om een oordeel te vellen over een film, is door normatieve conventies vast te stellen. Toch kiezen critici vaak dezelfde films om te beoordelen en komen ze veelal tot een bepaalde consensus over de waarde van deze films. Deze consensus onder critici wordt door consumenten gezien als een bewijs van betrouwbaarheid. De consumenten redeneren dat de consensus onder filmcritici geen toeval kan zijn. Dit is echter een misvatting, want de consensus is ontstaan uit normatieve conventies. Hierdoor kan de consensus niet als betrouwbaar worden geacht (Janssen, 1997).

Bonus & Ronte (1997) geven aan dat critici een netwerk vormen waarbij ze alleen bestaan in relatie tot elkaar. Dit komt overeen met het idee van de media critici die werkzaam zijn in het veld. 'It is precisely this mutual attention among agents in the literary field that is vital to the genesis of a generally accepted view on the nature and value of any work' (Janssen, 1997: 277). Ook al richt Janssen (1997) zich hier op het literaire veld; dit is vergelijkbaar met de filmkritiek. Beide zijn cultuurproducten waarbij recensenten de autoriteit hebben om de symbolische waarde te bepalen. Uit onderzoek is gebleken dat recensies, naar mate het oeuvre van geschreven filmrecensies groeit, steeds meer gelijkenissen vertonen, omdat ze bepaalde begrippen en standpunten overnemen uit oudere recensies. Dit fenomeen wordt ook wel vergeleken met een orkest: men baseert zijn standpunten deels op de standpunten van andere critici. Ze passen zich hierdoor aan op elkaar (Bourdieu, 1984; Van Rees, 1987; Janssen; 1997). Hoe groter het aantal critici is dat de film beoordeelt, hoe groter de kans is dat er een bepaalde consensus ontstaat onderling.

Het kan zelfs voorkomen dat critici bepaalde waardeoordelen terugnemen of weigeren films te recenseren zodat de consensus blijft bestaan (Van Rees, 1987). Dit proces is zeer bepalend voor de *critical consensus* die ontstaat (Janssen, 1997; Debenedetti, 2006).

Toch kan het nog wel degelijk voorkomen dat een criticus een ander waardeoordeel velt over een film of een andere film kiest om te recenseren dan zijn collega's. Critici kunnen zich door middel van het negeren van de consensus distantiëren van andere critici. Door andere films te recenseren krijgt de criticus een andere positie in het veld. Hij geeft hierdoor niet alleen zijn eigen inzicht aan, maar ook zijn recht om de film te bespreken en te beoordelen. Dit wordt ook gezien als een vorm van legitimering (Bourdieu, 1984; Janssen, 1997; Debenedetti, 2006).

Aangezien er geen objectieve standaarden bestaan met betrekking tot film, is het niet mogelijk om de 'juistheid' van een recensie te bepalen. De enige manier om de kwaliteit van je recensie te beoordelen, is om deze te vergelijken met een collega-recensent (Janssen, 1997). Daardoor is de kans groot dat veel critici dezelfde werken zullen recenseren, omdat ze niet te veel willen afwijken van de norm en willen voldoen aan het beeld wat het publiek verlangt. Hierdoor zullen critici ook vaak hun eerdere keuzes – zoals het voorbeeld van de producent – herhalen, om zodoende niet het risico te lopen dat de lezer het niet eens is met de keuze. De hoogste bevestiging die de criticus dan kan ontvangen is de bevestiging van zijn collega's en de consument dat hij wordt ervaren als een expert: een criticus die wordt 'geloofd' (Van Rees, 1989; Janssen, 1997).

Dit betekent niet dat de criticus altijd de standpunten van zijn collega's zal volgen. Zoals al eerder aangeduid kan hij ook bewust een ander standpunt innemen om zich zo te distantiëren. De criticus kan zich ook op een inventieve en creatieve manier presenteren, waardoor hij zich onderscheidt van zijn collega's. Een oordeel van een criticus wordt sneller positief beoordeeld als het wordt ervaren als een origineel en inventief inzicht. De criticus wordt dan gezien als een onafhankelijke 'speler' in het veld van de filmkritiek (Janssen, 1997).

Andere verklaringen voor de consensus onder critici zijn gebaseerd op het idee dat er sprake is van een esthetische en ideologische eensgezindheid onder hen. Naar aanleiding van de *auteur theory*, een theorie uit de jaren 50, gelooft men in een bepaalde stijl van de producent. De film wordt dan gezien als het resultaat van de persoonlijke creatieve visie van de producent en wordt hierom ook geprezen (Allen & Lincoln, 2004; Hicks & Petrova, 2006). Zo zouden alle critici vaak genieten van de werken van grote regisseurs als Alfred Hitchcock of Woody Allen, omdat hun stijl als hoge kwaliteit wordt gekenmerkt (Debenedetti, 2006).

Daarnaast zou de standaardisering onder de keuzes van critici ook kunnen worden gekenmerkt door het commerciële aspect van het veld. Ook al worden critici vaak gezien als onafhankelijke spelers; dit houdt niet automatisch in dat commerciële factoren geen rol kunnen spelen. Aangezien de critici een belangrijke pion zijn in het economische lot van het product, zullen critici vaak de schijn van onafhankelijkheid hoog moeten houden. Deze botsing van twee werelden – onafhankelijke critici en de markt waar de grootste drijfveer winst genereren is – heeft ervoor gezorgd dat het werk van de criticus ook voor commerciële doeleinden gebruikt kan worden. Een film kan gerecenseerd worden als er bijvoorbeeld iets tegenover staat, zoals afspraken met adverteerders (Bielby, Moloney & Ngo, 2005; Debenedetti, 2006).

De opkomst van de online filmcriticus heeft ervoor gezorgd dat de gevolgen van deze institutionele inbedding voor de werkwijze van de filmkritiek bevestigd moet worden. De online recensent werkt namelijk niet binnen deze institutie van de geschreven filmkritiek in dagbladen en weekbladen, maar werkt buiten deze institutie om. Online critici hebben mogelijk geen of ander cultureel kapitaal dan traditionele critici. Ook zullen de online critici mogelijk minder onderdeel zijn van een netwerk. Deze institutionele inbedding is dus erg van belang in dit onderzoek, omdat het mede bepaalt welke positie de traditionele en online recensent innemen en hoe deze in relatie tot elkaar staan. Dit zal eventueel gevolgen hebben voor de manier waarop deze online recensent zich profileert en dat is in dit onderzoek van belang.

2.2. INSTITUTIONELE KARAKTER VAN DE FILMKRITIEK

Nu duidelijk is geworden wat de definitie van de filmcriticus inhoudt en hoe deze institutioneel is ingebed, is het noodzakelijk om aandacht te besteden aan het grotere plaatje. De filmcriticus is namelijk in zijn werk afhankelijk van veel verschillende factoren en is daardoor een spil in het veld van de filmindustrie. Zo is onder andere de werkwijze van de filmcriticus door de jaren heen veranderd. Allereerst zal er aan de hand van onder andere DiMaggio (1987) en Janssen (2005) uitgelegd worden hoe cultuur, waar film onderdeel van is, wordt geclassificeerd en hoe deze in relatie staat tot maatschappelijke veranderingen. Hieruit zal duidelijk worden dat filmcritici hier een belangrijke rol in spelen, maar dat zij in dit proces ondertussen ook beïnvloed worden door de maatschappij zelf. Er is sprake van een wisselwerking tussen de maatschappij en criticus. Deze kunnen niet los van elkaar gezien worden en deze wisselwerking moet dus in een bredere context worden weergegeven. Ten tweede zal er aan de hand van onder andere Baumann (2001), Van Venrooij & Schmutz (2010) en Verboord (2010) uitgebreid aandacht worden

besteed aan de legitimiteit van de filmcritici. Dit zal uiteindelijk uitmonden in de verschillende criteria en technieken die filmcritici hanteren om deze legitimiteit te verkrijgen. Deze criteria en technieken staan centraal in dit onderzoek. Dit hoofdstuk zal afgesloten worden met een uiteenzetting van de directe rol en invloed van filmcritici op het keuzegedrag van het publiek.

2.2.1. CULTURELE CLASSIFICATIE

Filmcritici zijn samen met andere actoren in het veld van de film constant bezig met het classificeren van informatie en gegevens. Zo worden zaken als genres, stijl en kwaliteit gebruikt om bepaalde culturele artefacten te categoriseren en classificeren (Janssen, Verboord & Kuipers, 2010). Dit heeft uiteindelijk ook invloed op consumenten. Op basis van deze classificaties zullen consumenten films indelen en beoordelen. Hierdoor kunnen ze zich ook afzonderen van andere classificaties. Een consument kan bijvoorbeeld houden van filmgenres als thrillers en drama, maar een hekel hebben aan horrorfilms. Sociale groeperingen kunnen zich hierdoor van elkaar distantiëren op basis van smaak. Smaak kan ook een basis zijn van gesprekken en kunnen centraal staan bij interactie (DiMaggio, 1987; Janssen, 2005; Glynn & Lounsbury, 2005).

De oordelen en keuzes van de actoren uit het veld kunnen echter niet los gezien worden van een bredere maatschappelijke context. Zo stelt DiMaggio (1987) dat de manier waarop culturele producten worden ingedeeld in genres afhankelijk is van de plaats waar dit gebeurt. Zo zou de indeling van films in Nederland verschillen van de manier waarop dit wordt gedaan in Frankrijk of Engeland. Dit noemt hij het *artistic classification system*, wat in het Nederlands wordt vertaald naar: culturele classificatiesysteem. 'As such, an ACS (artistic classification systems) reflects both the taste structure of a population and the structure of production and distribution' (DiMaggio, 1987: 441). Zo zijn de individuele voorkeuren van de consumenten ook afhankelijk van maatschappelijke veranderingen (Janssen, 2005). DiMaggio (1987) heeft een viertal dimensies van culturele classificatiesystemen onderscheiden: hiërarchie, differentiatie, universaliteit en afgrenzingssterkte. Cultuurproducten binnen een samenleving kunnen op basis van deze dimensies verschillen. De dimensie hiërarchie houdt in dat er verschillen kunnen bestaan tussen de manier waarop filmgenres worden gerangschikt op basis van prestige. Zo kunnen in sterk hiërarchische samenlevingen bepaalde filmgenres meer prestige genieten dan andere. Doordat deze filmgenres meer prestige kennen, zullen ze ook meer aandacht krijgen van de filmcritici, maar ook van de overheid en het publiek. De tweede dimensie van differentiatie houdt in dat de samenlevingen kunnen verschillen op

basis van de verscheidenheid aan afgegrensde genres (DiMaggio, 1987, Janssen, 2005; Glynn & Lounsbury, 2005). De cultuursector van een land kan een grote verscheidenheid aan verschillende genres bevatten. Als dit het geval is, is het land sterk gedifferentieerd. De derde dimensie kent het kenmerk universaliteit. Zo kunnen samenlevingen verschillen op basis van de maatschappelijke consensus met betrekking tot de klassering van cultuuruitingen (Janssen, 2005). De classificaties die door de actoren in het veld worden gebruikt kunnen universeel gelden in de samenleving, maar er kan ook onenigheid over bestaan (Janssen, 2005). De laatste dimensie die DiMaggio (1987) onderscheidt is afgrenzingsterkte. Hiermee doelt hij op de mate van ritualisering met betrekking tot de grenzen tussen de culturele classificaties. Culturele classificaties kunnen namelijk ook een symbolische betekenis voor het publiek hebben. Deze kunnen ervoor zorgen dat de grenzen tussen classificaties als zeer intens worden ervaren en ook 'verdedigd' zullen worden. Men respecteert de grenzen tussen de classificaties. Als men dit niet doet, door bijvoorbeeld grenzen te overschrijden, kunnen er sociale gevolgen zijn, zoals uitsluitingen van de sociale groep (DiMaggio, 1987; Janssen, 2005; Glynn & Lounsbury, 2005).

De manier waarop een classificatiesysteem werkt, is van belang in dit onderzoek. Het geeft namelijk goed weer welke invloed de maatschappij heeft op de filmcriticus. Veranderingen in de samenleving hebben daardoor ook invloed op de perceptie en het geloof van de consument in de criticus. Dit kan echter voor de online recensent anders liggen; door zich online te presenteren zouden maatschappelijke veranderingen geen invloed kunnen hebben op zijn werk. Dit kan eventuele verschillen tussen traditionele en online critici verklaren.

2.2.2. VERANDERINGEN IN HET CLASSIFICATIESYSTEEM

Classificatiesystemen zijn, zoals ook uit de verschillende dimensies duidelijk wordt, geen constante begrippen. Deze zijn onderhevig aan externe factoren en kunnen daardoor ook veranderen. Een van de belangrijkste veranderingen in de westerse samenlevingen van de laat twintigste eeuw, is de afname van traditionele hiërarchieën. De cultuurproducent en -consument heeft steeds minder de neiging om scheidingslijnen te trekken tussen verschillende genres en classificaties (Janssen et al., 2010). Janssen (2005) heeft in het onderzoek 'Het soortelijk gewicht van kunst in een open samenleving' haar aandacht gevestigd op de classificatie van cultuuruitingen in Nederland na 1950. De ontwikkelingen die zij in deze analyse schetst, zijn indirect ook op toepassing van andere Westerse landen. Deze vallen ook in deze landen waar te nemen, zij het in mindere mate. Met deze gedachte in het achterhoofd is er

ook gekozen om in dit onderzoek te kiezen voor een transnationale aanpak. Door meerdere landen te onderzoeken, kan er meer gezegd worden over de ontwikkeling van de online recensent. Ook kan er dan rekening worden gehouden met eventuele verschillen (Janssen, 2005; Janssen et al., 2010). Allereerst met betrekking tot de dimensie van de hiërarchie. Uit het onderzoek wordt duidelijk dat er een afname te herkennen is in de hiërarchische ordening van genres. Er is nog steeds wel sprake van classificaties als traditionele cultuur of hoge cultuur, maar de verschillen tussen de genres wordt minder (Janssen, 2005; Janssen et al., 2010). Zo worden er steeds meer arthouse-achtige films gemaakt, zoals AMELIE (2001), JUNO (2007) en THE KIDS ARE ALLRIGHT (2010) die eenvoudig aanslaan bij het grote publiek. De verschillen tussen beide categorieën zijn kleiner geworden. Ten tweede is er een toename in de differentiatie van classificaties. Er zijn meerdere subvelden ontstaan met eigen specialiteiten. Dit heeft er ook voor gezorgd dat de wijze van classificeren veranderd is. Zo zijn er per specifiek subveld eigen instellingen ontstaan, met eigen deskundigen, prijzen en critici (Baumann, 2001; Janssen, 2005). Dit is ook terug te zien in het veld van de film: er zijn nieuwe genres in opkomst, zoals horrorkomedies, met als bekende voorbeelden SHAUN OF THE DEAD (2004) en ZOMBIELAND (2009). Rondom deze nieuwe genres worden ook festivals en awardshows georganiseerd. Ten derde is de universaliteit afgenomen. Dit houdt dus in dat er onder de Nederlandse bevolking minder consensus bestaat over de verschillende classificaties. Het draagvlak voor de traditionele classificaties is afgenomen. Er is eerder onenigheid: men wordt het bijvoorbeeld niet snel eens welke films goed zijn voor de ontwikkeling van kinderen, of welke boeken er in het onderwijs gelezen moeten worden. Dit is kenmerkend voor de afname van universaliteit (Janssen, 2005). De discussies rondom de kijkwijzer voor films is kenmerkend voor deze ontwikkeling. Ook de afgrenzingsterkte, de laatste dimensie, is verminderd. Kunstenaars houden zich steeds minder aan genreconventies en zijn bereid te experimenteren. Ze durven risico's te nemen, omdat het publiek er minder aanstoot aan neemt als er een grens wordt overschreden. Zo wordt er in een film als SCOTT PILGRIM VS. THE WORLD (2010) geëxperimenteerd met strippenmerken; iets wat ook al te zien was in SIN CITY (2005). Delen van scènes bestaan dan uit getekende aspecten.

Er is daarnaast ook een nieuw soort consument opgestaan: de culturele omnivoor. Bourdieu (1984) geeft in zijn analyse aan dat mensen van dezelfde klasse eenzelfde smaak ontwikkelen. Zo zou de hogere klasse een elitesmaak ontwikkelen en de lagere klasse zou zich meer bezig houden met de massacultuur en de populaire

smaak die daarmee gepaard gaat. Deze distinctie tussen de twee klassen – hogere en lagere – is niet meer zo eenduidig, stelt Peterson (1992) naar aanleiding van zijn onderzoek naar de verdeling van muzieksmaken in de Amerikaanse maatschappij na 1980. Zo stelt hij dat er een nieuw soort consument was opgestaan. De hoogopgeleide klasse maakt minder onderscheid meer tussen hogere elite cultuur en lagere populaire cultuur. Ze waarderen beide ‘smaken’, waardoor hij hen omdoopt tot ‘omnivoren’. De lagere klasse blijven echter ‘univoren’, aangezien zij zich nochtans alleen bezig houden met de lagere populaire smaak (Van Rees, Vermunt & Verboord, 1999; Janssen, 2005; Lizardo & Skiles, 2008; Janssen et al., 2010). De opkomst van de culturele omnivoor heeft er ook voor gezorgd dat het voor de traditionele filmcriticus lastiger is geworden om legitimiteit te verkrijgen. De culturele omnivoor zal namelijk verschillende media gebruiken om zijn mening te ontwikkelen en zich daarbij niet alleen richten op kwalitatieve printmedia. Hierdoor zal deze nieuwe groep consumenten minder waarde hechten aan de mening van de traditionele criticus (Verboord, 2010). De filmcriticus benadert de consument vanuit de gedachte dat film kunst is, een onderdeel van een hogere culturele smaak. Hij gebruikt daarbij verschillende technieken om zijn legitimiteit te verkrijgen. Wat deze legitimiteit precies inhoudt en hoe deze wordt verkregen, wordt in de volgende paragraaf uiteengezet. Ook wordt dan duidelijk welke gevolgen dit heeft voor de traditionele filmcriticus en hoe de opkomst van de online filmcriticus hierin gezien moet worden.

2.2.3. LEGITIMATIEPROCES EN DE TRADITIONELE CRITICUS

De legitimatie om cultuurproducten te classificeren ligt onder andere bij de filmcriticus. Deze legitimiteit houdt in dat er een algemene perceptie, zoals een classificatie, wordt geboden door de criticus en deze wordt geaccepteerd door meerdere individuen – de consumenten (Suchman, 1995; Tyler, 2006). Uit voorgaande paragraaf werd duidelijk dat grenzen kunnen vervagen en dat een classificatie niet altijd vaststaat. Het is geen constante. Zo kunnen bijvoorbeeld culturele hiërarchieën en definities van hoge en lage kunst veranderen. Ook de opkomst van de culturele omnivoor past in dit rijtje. De manier waarop filmrecensenten proberen legitimiteit te verkrijgen is van belang te benoemen, aangezien het leidt tot een bepaalde manier van recenseren. Uit onderzoek van Baumann (2001) is duidelijk geworden dat de traditionele recensent en zijn manier van recenseren namelijk bijdraagt aan de legitimiteit van film als een kunstvorm. Het is daarbij echter nog niet duidelijk in hoeverre de online recensent deze technieken ook volgt, aangezien deze op een geheel andere manier te werk gaat. Allereerst is

het echter noodzakelijk om vast te stellen welke factoren essentieel zijn bij het proces waarbij een film wordt gezien als kunst.

Baumann (2001) beschreef een ontwikkeling waarbij de film, ooit als simpel entertainment beschouwd, steeds meer prestige kreeg vanaf de jaren '60. Daarom deed hij een onderzoek naar de legitimering van de film als een kunstvorm. Hij stelt dat er drie verschillende factoren essentieel zijn bij het proces waarbij een cultureel product wordt gezien als kunst: *changing opportunity space*, *institutionalization of resources and practices* en *legitimizing ideology*. Deze factoren zullen in de volgende paragrafen toegelicht worden.

CHANGING OPPORTUNITY SPACE

Om erkend te worden als kunstvorm is het noodzakelijk dat er genoeg producenten en consumenten zijn die kunnen functioneren als, zoals DiMaggio (1992) het noemt, 'sponsors'. Het cultuurproduct zal namelijk een publiek opbouwen en deze staat ook centraal voor het beeld wat men uiteindelijk ontwikkelt over het cultuurproduct. Ook nieuwe concurrentie kan diensen als een 'sponsor'. Deze nieuwe concurrent zal populair worden geacht, waardoor de status van het 'oude' cultuurproduct zal stijgen. De populariteit wordt dan vervangen door het nieuwe product. Naast het product zelf, is ook het publiek van belang. Als het publiek van de film wordt geassocieerd met hoge cultuur en kunst, is de kans vele malen groter dat de film ook meer als een kunstvorm gezien gaat worden.

Eén van de grote ontwikkelingen die heeft bijgedragen aan de ontwikkeling van de film als kunstvorm (in Amerika) is de opkomst van de televisie. Deze uitvinding zorgde ervoor dat het aantal mensen dat naar de bioscoop ging, drastisch daalde. Aangezien de film minder publiek kende, werd het automatisch een kleinschalige productie. Dit zorgde ook voor een verschuiving van het publiek wat het aanspreekt. Het wordt dan namelijk meer gecreëerd voor een nichemarkt: een kleiner publiek met meer cultureel kapitaal (Bourdieu, 1993). Hoogstwaarschijnlijk zal deze nichemarkt vooral bestaan uit cultuurproducenten zelf die veel symbolische waarde aan de film toekennen. Bij een grootschalige productie ligt dit anders: dit is een product wat een zo groot mogelijke markt moet aanspreken. De nichemarkt die ontstond bestond vooral uit mensen van de hogere klasse. Film, ooit een medium voor de lagere klasse, werd steeds meer geassocieerd met de hogere klasse. De film kreeg hierdoor meer aanzien (DiMaggio, 1992; Baumann, 2001). Daarnaast steeg het niveau van het onderwijs in Amerika. Deze ontwikkeling zorgde ervoor dat deze

groep hoogopgeleide burgers meer in staat was om films als een kunstvorm te waarderen en te begrijpen (Baumann, 2001).

Deze veranderingen zijn bepalend voor het beeld wat men ontwikkelde van film. Dit zorgde er ook voor dat filmcritici steeds serieuzer werden genomen. De filmkritiek werd meer een institutie, wat zorgde voor legitimiteit. De opkomst van de online recensent kan hier niet los van gezien worden: zij werken buiten deze institutie om. Daarnaast heeft het Internet er voor gezorgd dat er een mogelijkheid is ontstaan voor online critici om op te komen en onder de aandacht te komen van consumenten. Daarom is het noodzakelijk om te onderzoeken of er verschillen zijn tussen de traditionele recensent en de online recensent.

INSTITUTIONALIZATION OF RESOURCES AND PRACTICES

Het vergroten van de *opportunity space* is een verandering die plaatsvindt buiten de filmwereld om. Baumann (2001) erkende dat er ook factoren waren binnen de filmwereld die er voor gezorgd hebben dat de film meer als een kunstvorm werd gezien.

Allereerst was er sprake van een toename van filmfestivals. Het aspect van een competitie met prijzen die door een jury, bestaande uit experts, worden uitgedeeld, zorgt voor concurrentie onderling en een artistieke status (Baumann, 2001). Ten tweede was er de opkomst van de banden van de film met de universiteit. Rond 1960 werd de opleiding *film studies* geïntroduceerd en het aantal opleidingen met film als hoofdonderwerp groeide naar mate de jaren vorderden. De universiteiten werden gezien als instituten met culturele autoriteit: de kunst die zij belangrijk achten, werd indirect ook als hoge kunst beschouwd. Een derde verandering was op het gebied van de creatieve controle. Er was een verschuiving: onafhankelijke producenten kwamen centraal te staan in het productieproces in plaats van de grote studio's. Ondertussen was er ook sprake van invloed uit het buitenland: vanuit Frankrijk kwam rond de jaren '50 een gedachtegoed op waarbij filmkritiek centraal stond. Dit gedachtegoed was gebaseerd op de *auteur theory* van Sarris (1962). Deze theorie ging uit van drie stellingen die centraal staan in filmkritiek: allereerst de technische competentie van de regisseur, ten tweede de persoonlijkheid van de regisseur en als laatste de 'interior meaning' van de film. 'Interior meaning is extrapolated from the tension between a director's personality and his material' (Sarris, 1962: 3). De film werd door deze theorie meer gezien als het product van de geest van de regisseur: meer als een kunstwerk. Hierdoor steeg ook het aantal buitenlandse films in Amerika. Beroemde regisseurs uit Europa werden gezien als voorbeelden van creatieve geesten die films met een gedachte erachter konden

produceren (Baumann, 2001). Uit de voorgaande paragraaf werd al duidelijk dat de opkomst van de filmkritiek essentieel is voor de legitimiteit van film als kunstvorm, maar ook vragen oproept omtrent de opkomst van de online filmrecensent.

LEGITIMATING IDEOLOGY

De derde factor die een enorme bijdrage heeft geleverd aan de ontwikkeling van film als kunstvorm is de *legitimizing ideology*. Hiermee wordt het discours bedoeld wat omtrent het cultuurproduct plaatsvindt. De rationalisering van een cultuurproduct is essentieel voor de ontwikkeling van een cultureel veld. Om films meer als een kunstvorm te gaan beschouwen en minder als entertainment, was het noodzakelijk om enkele stijlconventies op te bouwen. Zo werden er bepaalde esthetische standaarden ontwikkeld waaraan een film moest voldoen. Filmcritici hebben hierin een centrale rol gespeeld, aangezien zij diegene waren die de esthetische standaarden ter sprake lieten komen in hun filmkritiek. Het gebruik van een bepaald discours rondom filmkritiek leidt tot acceptatie van het discours als een manier om naar films te kijken. Het discours geeft het publiek een idee van datgene wat belangrijk is in een film. Een oordeel van een film kan ook hierop gebaseerd worden (Van Rees, 1983). Baumann (2001) herkende een omslag in het taalgebruik van critici met betrekking tot film. Zo hadden critici rond de jaren '40 nog moeite met het idee dat de film meer inspeelde op de gedachten van de kijker, maar rond de jaren '80 werden bepaalde films door critici juist geprezen omdat ze zich bezig hielden met de sociale problematiek (Baumann, 2001). De veranderingen in het taalgebruik kunnen niet los gezien worden van de maatschappelijke veranderingen die hier boven worden geschetst. Het is overduidelijk dat het veld van de film veel verschillende aspecten kent. Allereerst zullen de veranderingen en conventies worden besproken en ten tweede zal de relevantie van deze criteria voor dit onderzoek worden benadrukt.

2.2.4. ESTHETISCHE CRITERIA

Uit de analyse van Baumann (2001), waarbij hij zich focust op de veranderingen in het discours van de film tussen de periode 1925-1985, bleek onder andere dat er een stijging waar te nemen was in het aantal *high art* termen die worden gebruikt in filmrecensies. Dit is terminologie dat refereert naar de film als een kunstwerk. Voorbeelden zijn woorden als 'briljant', 'genie' en 'kunstzinnig'. Dit wijst op een meer intellectuele benadering van film. Deze intellectuele benadering had ook automatisch invloed op de status van film, aangezien een dergelijke benadering voorkwam bij hoge kunst. De status van de film veranderde hierdoor dus ook. De stijging van het

aantal high art termen zorgde er ook voor dat de recensies langer werden. De intellectuele benadering van de filmcritici levert de filmkritiek ook legitimiteit op. De consument heeft hierdoor meer geloof in de kennis van filmcritici in het algemeen, aangezien de criticus een positie inneemt waarbij hij laat zien dat hij – goede of slechte – kunst kan herkennen en ook deze kritiek kan onderbouwen (Baumann, 2001). Ook het aantal kritische termen nam toe. Zo werden termen als 'genre', 'symbool' en 'metafoor' meer gebruikt. Door deze terminologie te gebruiken laat de filmcriticus zien dat hij de film grondig analyseert door ook te kijken naar de symboliek.

Een tweede verandering was een stijging van het gebruik van recensietechnieken. Dit zijn technieken die door filmcritici worden enerzijds gebruikt om de recensies op te stellen, anderzijds om te legitimiteit te verkrijgen. Deze technieken getuigen van inzicht bij de criticus. Ten eerste is er de techniek waarbij negatief en positief commentaar in één recensie samenkomen. Als tweede techniek wordt de benoeming van de regisseur onderscheiden. Ten derde kunnen regisseurs onderling worden vergeleken. Ten vierde kunnen verschillende films onderling worden vergeleken. Als vijfde techniek wordt de interpretatie van de film genoemd. Hiermee wordt bedoeld dat de criticus de gedachte achter het 'kunstwerk' probeert te achterhalen. De zesde techniek is het tweeledig zien in één aspect van de film. Hiermee geeft hij aan inzicht te hebben in de grondigheid van de film. Zo kan de criticus het camerawerk als controversieel én kunstzinnig zien. Als zevende techniek wordt het onderscheid tussen 'kunst' en 'entertainment' genoemd. Het is aan de criticus om een onderscheid te maken tussen de films die gericht zijn op een *mass market* en de films die gezien kunnen worden als 'echte kunst'. De achtste recensietechniek is het onderscheiden van aspecten die te eenvoudig zijn om van te genieten. Echte kunst is iets waarvoor de kijker moeite moet doen en dat kan niet gebeuren als de film erg oppervlakkig is.

De manier waarop de traditionele criticus te werk gaat om legitimiteit te verkrijgen, wordt goed duidelijk uit de analyse van Baumann (2001). Door de opkomst van de online recensent, rijst de vraag: hoe gaat deze groepering te werk, aangezien deze buiten deze institutie werkt? Via een grondige analyse van filmrecensies wordt er in dit onderzoek getracht een gedegen antwoord te geven op deze vraag.

Baumann (2001) besteedt in zijn analyse vooral aandacht aan de high art terminologie en geeft daardoor weinig inzicht in zijn tegenpool: *popular evaluative criteria*. Dit zijn criteria waarbij de film niet op een intellectuele wijze wordt benaderd, maar waarbij de focus ligt op de manier waarop de film wordt ervaren (Bielby,

Moloney & Ngo, 2005, Van Venrooij & Schmutz, 2010). De film wordt daarbij dus meer als entertainment gezien: een cultuurproduct wat je kan vermaken. Door Van Venrooij & Schmutz (2010) wordt dit onderscheid uiteengezet in hun analyse naar de esthetische criteria die worden gehanteerd bij recensies van popmuziek. Bij de high art criteria volgen ze in grote lijnen de kenmerken die Baumann (2001) voorstelt. High art criteria worden in hun analyse omvat onder de volgende vier factoren: in bredere context plaatsen, de creatieve bron erkennen, connectie met hoge kunst maken en high art criteria gebruiken. Zo zijn termen als originaliteit, innovatie, complexiteit, intelligentie en tijdloosheid volgens Van Venrooij & Schmutz (2010) duidelijke referenties naar hoge kunst en vallen daardoor onder high art criteria. Uit deze analyse wordt eens te meer duidelijk dat er een institutionele structuur bestaat waar professionele critici toebehoren en dat er bepaalde regels en conventies in deze structuur gelden.

De populaire esthetische criteria die door Van Venrooij & Schmutz (2010) worden onderscheiden, zijn ook erg interessant. Deze gaan namelijk uit van een andere institutionele structuur, omdat hier het cultuurproduct juist niet volgens de conventies wordt benaderd. Allereerst stellen ze de recensietechniek 'negatieve houding ten opzichte van hoge kunst' vast. Hiermee bedoelen ze dat de criticus zich negatief uitlaat over de conventies van de hoge kunst. De tweede techniek is 'participatie en ervaring'. Gaat de criticus in op de manier waarop de luisteraar (of kijker) het cultuurproduct ervaart? De derde techniek is 'oriëntatie op het publiek'. De criticus laat duidelijk in zijn recensie merken dat het cultuurproduct voor een bepaald publiek is bedoeld. Door meer georiënteerd te zijn op het publiek, geeft de criticus aan dat het cultuurproduct voor een bepaald publiek is gemaakt. Populaire cultuur is voor een publiek gemaakt, daar waar hogere cultuur niet uitgaat van een bepaald publiek. De laatste techniek is 'orale referenties'. Hiermee doelen ze op de techniek van de criticus om vergelijkingen te trekken met zintuiglijke ervaringen zoals smaak of geur. Ook zijn er bepaalde termen die aansluiten bij deze populaire esthetische benadering, zoals humor, griezelig of grappig. Deze terminologie richt zich duidelijk op de ervaring van de gebruiker en niet op het 'werk' (Bielby, Moloney & Ngo, 2005; Van Venrooij & Schmutz, 2010).

De populaire esthetische criteria zijn interessant om te benoemen, omdat het eventueel verschillen zou kunnen verklaren tussen de traditionele en online recensent. De verwachting is dat de online recensent doordat hij buiten het institutionele karakter werkt van de traditionele criticus, anders te werk gaat. Internet is van origine een sociaal medium, waarbij de gebruikers zich meer op een informele manier tot elkaar verhouden. Subjectieve en kleurrijke inzichten worden daardoor

ook meer gebruikt (Bowman & Lewis, 2003). Daarnaast heeft de opkomst van het Internet ervoor gezorgd dat elke gebruiker een weblog kan starten: elke fan van film is in potentie een online filmcriticus. De combinatie van Internet als sociaal medium en de mogelijkheid voor elke fan om criticus te worden, kan ervoor zorgen dat de kritische blik minder wordt en de film vooral op een populaire manier benaderd wordt. De online criticus zal waarschijnlijk de film meer benaderen vanuit het publiek en dus meer populaire esthetische criteria gebruiken. Het is echter ook mogelijk dat de veranderingen in de maatschappij hebben geleid tot een andere benadering van de traditionele criticus. Dit verschil zal duidelijk worden uit deze analyse.

2.2.5. INVLOED OP DE CONSUMENT

Uit bovenstaande theorie wordt duidelijk dat filmcritici een centrale rol spelen in het culturele veld van de film, in de legitimering van film als een kunstvorm en in de verandering van de culturele hiërarchie (Baumann, 2001; Baumann, 2002). Ook wordt duidelijk dat het mechanisme van de culturele hiërarchie zeer complex is. Bij een verandering van de status van een cultuurproduct zijn er veel verschillende factoren die mee kunnen spelen.

Nu duidelijk is geworden wat de invloed van filmcritici is geweest op het culturele veld en hiërarchie, rijst de vraag: wat is de directe invloed van de criticus op de consument? Of, als we de vraag omdraaien, wat heeft de consument aan de criticus? Hierin blijken filmcritici ook een belangrijke rol te vervullen. Filmrecensies kunnen de voorkeur van het publiek beïnvloeden en zijn mede daardoor ook van belang voor het eventuele succes van een film. Een recensie kan de onzekerheid van de consument wegnemen door van tevoren te bepalen welke films de moeite waard zijn en welke vermeden kunnen worden (Boatwright, Basuroy & Kamakura, 2007; Debenedetti, 2006). De filmindustrie kent een grote markt: er worden meerdere films per week uitgebracht en er is een groot commercieel belang. Dit zorgt ervoor dat het voor de consument lastig is om een beslissing te nemen. Uit verscheidene onderzoeken is gebleken dat er een positieve correlatie is te vinden tussen een de kritische evaluatie van de criticus en het commerciële succes van de film. Dit verband is vooral terug te zien bij onbekende genres en low budget films (Basuroy, Chatterjee & Ravid, 2003; Jansen, 2005; Debenedetti, 2006). De invloed van de recensie wordt door verschillende factoren bepaald: de criticus zelf, maar ook het medium waar de recensie in wordt gepubliceerd of de individuele karakteristieken van de consument spelen mee. Een recensie kan ook voor andere doeleinden dienen bij de consument. '(...) criticism should serve to make us think, to make us question' (Debenedetti, 2006: 36). Een criticus kan de consument ook uitdagen om

na te denken over een film. De traditionele criticus maakte gebruik van high art en kritische criteria die bij dit doel aansloten. Door bijvoorbeeld vergelijkingen te trekken met andere regisseurs probeerde hij een groter plaatje te schetsen. Uit bovenstaande wordt duidelijk dat de rol van de criticus er één kan zijn waarbij hij invloed uitoefent op de consument: *influencer* (Eliashberg & Shugan, 1997). Een tweede rol die de criticus zich aan kan nemen is de rol van *predictor*. Deze rol kent minder invloed. 'From this perspective, critics merely represent their audiences; they predict ultimate success but have little influence' (Eliashberg & Shugan, 1997: 71). Dit houdt in dat de criticus niet zozeer invloed uitoefent op het keuzegedrag van de gebruiker, maar eerder goed in kan schatten wat zijn publiek als 'goed' zal ervaren. De kans is groot dat de criticus hierbij de populaire esthetische criteria van Van Venrooij & Schmutz (2005) gebruikt. Bij deze criteria staat ook de ervaring van de kijker centraal. Deze criteria kunnen dus mogelijk weinig invloed uitoefenen. De keuze van het publiek zal in dit geval minder door de criticus worden beïnvloed, maar des te meer door bijvoorbeeld marketing, trailers of *word of mouth* (Eliashberg & Shugan, 1997).

In dit hoofdstuk is in een uitgebreide analyse de rol van de criticus uiteengezet in het culturele veld, in het culturele classificatiesysteem en in de legitimering van film als een kunstvorm. De criticus die tot nu toe besproken is, zal in dit onderzoek te boek staan als de traditionele criticus. Deze criticus schrijft zijn filmrecensies in opdracht van een werkgever en deze worden gepubliceerd in een geschreven medium, zoals een krant of tijdschrift. In het volgende hoofdstuk zal er dieper worden ingegaan op de opkomst van de online recensent, de technologische ontwikkelingen die dit mogelijk hebben gemaakt en welke gevolgen dit heeft voor de institutionele inbedding en legitimering van de filmkritiek.

3. NIEUWE MEDIA

De journalistiek heeft zich altijd aan moeten passen aan sociale en economische veranderingen in de maatschappij. Allereerst was daar de kabeltelevisie, de groei van verschillende printmedia en nu is daar de opkomst van het Internet: bij elke verandering was het voor de journalistiek noodzakelijk om zich aan te passen en te ontwikkelen (Bowman & Willis, 2003). Recente ontwikkelingen hebben ervoor gezorgd dat het voor de burger steeds eenvoudiger is geworden om zaken te delen via Internet. Men hoeft geen groot financieel budget te hebben of invloedrijk te zijn om mee te participeren via het Internet. Voor elke gebruiker is het in potentie mogelijk om een groot publiek te bereiken (Hargittai & Walejko, 2008). In dit hoofdstuk zal er allereerst een overzicht worden gegeven van de veranderingen die er op het gebied van communicatie en creativiteit zijn ontstaan. Hierop volgend zal er aandacht worden besteed aan de nieuwe vorm van journalistiek die hierdoor ontstaan is. Er zullen verschillende typen van online journalistiek worden onderscheiden. Ook zal duidelijk worden aangegeven wat de verschillen zijn tussen de traditionele journalistiek en de online journalistiek. Ten derde zal er worden ingegaan op het legitimatieproces van de online criticus. Uiteindelijk zal het hoofdstuk eindigen met verscheidene visies van theoretici op de opkomst van de online recensent en de gevolgen hiervan.

3.1. DE OPKOMST VAN HET WEB 2.0

Decentralisering, vrije software en samenwerking: het zijn de termen die aan de wieg staan van de opkomst van het Internet. In 1962 wordt er vanuit de Amerikaanse overheid een oproep gedaan om een systeem te ontwerpen waardoor men zich eenvoudig kon weren tegen een nucleaire aanval. Computers moesten daarbij allemaal met elkaar verbonden zijn. Op die manier zou het niet uitmaken als er één computer zou wegvallen. Met dit idee in het achterhoofd werd uiteindelijk enkele jaren later het ARPANET geboren, de voorloper van het huidige Internet (Bowman & Willis, 2003; DiMaggio, Hargittai, Celeste & Shafer, 2004). Uiteindelijk zou in 1991 de term 'World Wide Web' worden gebruikt. Het werd gebruikt als een platform om teksten uit te wisselen en te communiceren (Deuze, 1999). Pas vanaf de jaren '90 werd het door de grotere massa overgenomen. Door enkele aanpassingen, zoals de uitvinding van de URL door Tim Berners-Lee en de opkomst van browser Mosaic, groeide het Internet uit tot één groot verbonden netwerk van gepubliceerde documenten. Logischerwijs ging de stijging van de toegang tot het Internet ook gepaard met sociale veranderingen. Deze snelle opkomst van het Internet zorgde

voor nieuwe manieren om informatie te zoeken en te distribueren. Ook veranderde het de manier waarop we met elkaar communiceren, hoe we sociale groepen samenstellen en hoe we culturele goederen produceren (Rice & Haythornthwaite, 2006). Dit was echter nog maar het begin. Vandaag de dag zien we andere veranderingen gaande: sociale netwerken als Facebook en Twitter komen op en elke gebruiker heeft nu door *open source software* ook de mogelijkheid om te publiceren en te delen op het Internet. Dit wordt ook wel de opkomst van web 2.0 genoemd (Bowman & Willis, 2003; O'Reilly, 2005; Slot & Frissen, 2007).

Web 2.0 is een term die door O'Reilly in 2005 werd geïntroduceerd om de volgende fase van het Internet aan te duiden. Er is geen duidelijke consensus over wat de definitie van het web 2.0 is, want het behelst verscheidene ontwikkelingen op het web. Het moet dus meer gezien worden als een set van definities en ontwikkelingen (Slot & Frissen, 2007). Bij het web 2.0 is de gebruiker een centrale rol gaan spelen: hij of zij is diegene die de *content* aanlevert, wat daardoor ook wel als *user-generated content* wordt betiteld. De meest in het oog springende ontwikkeling is die van het weblog. 'These personal publishing systems have given rise to a phenomenon that shows the markings of a revolution – giving anyone with the right talent and energy the ability to be heard far and wide on the web' (Bowman & Willis, 2003: 8). Deze ontwikkeling heeft logischerwijs enorm veel betekend voor de opkomst van de online journalistiek (en filmkritiek). Ook zijn er genoeg websites ontstaan die ervoor gezorgd hebben dat gebruikers hun eigen ideeën kunnen spuien op het Internet. Deze user-generated content kan bestaan uit artikelen, adviezen, recensies of bruikbare links. Voor de online criticus zijn dit allemaal mogelijkheden om filmrecensies te publiceren. Vaak is er de mogelijkheid voor lezers om te reageren op het artikel waardoor het proces ook zelfcorrigerend werkt. Een van de grote voordelen aan het online publiceren van filmrecensies is dat er nauwelijks hindernissen zijn voordat men kan participeren. Een mogelijk nadeel is de mindere kwaliteit van de recensies, aangezien er geen controle is. Zo worden teksten over het algemeen niet geredigeerd. Ook hebben de gebruikers vaak geen training of opleiding gehad en wordt er geen rekening gehouden met de grondbeginselen van de journalistiek (Bowman & Willis, 2003; Lasica, 2003). Dit gegeven zou eventuele verschillen tussen online filmcritici en traditionele filmcritici kunnen verklaren.

3.1.1. ONLINE JOURNALISTIEK

De opkomst van het Internet heeft ervoor gezorgd dat er een nieuwe vorm van journalistiek is ontstaan. Eén die verschilt van de traditionele journalistiek en volgens andere tradities en standaarden werkt. Door Deuze (2003) worden er vier

verschillende typen van online journalistiek onderscheiden. Als eerste de *mainstream news sites*: dit zijn de grote nieuwswebsites, zoals CNN, waar ook redactiewerk wordt verricht. Ten tweede de *index and category sites*: dit zijn websites die doorlinken naar andere artikelen en geen originele content kennen. Als derde worden de websites over journalistiek onderscheiden die ook wel *meta and comment sites* worden genoemd. De laatste categorie is de *share and discussion site*. Deze categorie is toepasbaar op de online filmrecensent waar in dit onderzoek over wordt gesproken. Op deze websites wordt namelijk geen redactiewerk verricht en het doel van de websites zijn vooral om de filmrecensies te delen. Deze vorm wordt ook wel *citizen journalism* genoemd. De titel is afgeleid van het idee dat elke burger in potentie een journalist kan worden via het web. Specifieke karakteristieken van online journalistiek zijn hypertext, interactiviteit en multimedialiteit. Deze aspecten zijn voor de traditionele journalistiek moeilijk te ontwikkelen, omdat zij daar de technische mogelijkheden niet voor heeft. Er kan gesteld worden dat al deze verschillende typen websites wel één algemeen doel delen: ze zijn er om de burger te informeren (Bowman & Willis, 2003; Deuze, 2003; Lewis, Kaufhold & Lasorsa, 2010).

Een groot verschil tussen de traditionele journalistiek en de online journalistiek is de rol van de *gatekeeper*. 'Gatekeeping has been defined as selecting, writing, editing, positioning, scheduling, repeating and otherwise massaging information to become news' (Lewis et al., 2010: 164). In de traditionele journalistiek was dit een belangrijk onderdeel. De traditionele journalistiek had de autoriteit om te bepalen wat van belang was voor de lezer. Dit essentiële deel van de journalistiek wordt door het Internet en web 2.0 afgezwakt, omdat het voor iedereen mogelijk is om filmrecensies te publiceren. Het is niet meer exclusief aan de traditionele journalistiek voorgelegd om te bepalen waar aandacht aan besteed moet worden. Via het Internet kan elke gebruiker zich voordoen als een filmcriticus en via een weblog filmrecensies publiceren. Er is niemand op het Internet die de 'poort' bewaakt. In een digitale omgeving is informatie daardoor in overvloed aanwezig. Bij de online journalistiek valt het onderdeel gatekeeping dus weg en wordt dit vervangen voor een alternatief: *gatematching*. Dit houdt in dat alle gebruikers de 'grenzen' in de gaten houden. Gatekeeping komt dan in de handen van de gebruiker en lezer, ook wel *collaborative filtering* genoemd (Lewis et al., 2010). Bij de traditionele printmedia hield men de volgende volgorde aan: eerst filteren, dan publiceren. Op het Internet draait men deze volgorde om. Filmrecensies worden eerst gepubliceerd om daarna gefilterd te worden door de gebruiker zelf (Lasica, 2003). De verschillen tussen de online journalistiek en traditionele printjournalistiek hebben ook gevolgen voor de legitimatie

van de filmcriticus. In de hoogtijdagen van de printmedia waren er geen alternatieven en was het voor filmcritici eenvoudig om 'geloofd' te worden, omdat zij gezien werden als 'autoriteit' op het gebied van film. Dit zorgde voor een duidelijke grens tussen de professionele filmcritici en de consument. De opkomst van web 2.0 heeft ervoor gezorgd dat deze grens diffuser is geworden (Verboord, 2010).

3.1.2. LEGITIMATIEPROCEN EN DE ONLINE CRITICUS

Er kunnen verscheidene veranderingen worden aangeduid waardoor de grens tussen professionele critici en amateur critici diffuser is geworden. Deze ontwikkelingen hebben ook invloed op de inhoud van de recensies. Allereerst heeft het te maken met de mogelijkheden op het Internet. Zo is het voor elke amateurcriticus zeer eenvoudig om een website te starten. De kosten die hieraan verbonden zijn, zijn nihil. Dit heeft ervoor gezorgd dat films bekritisieren geen exclusieve positie meer is. Het is een 'vak' wat voor iedereen mogelijk is om uit te oefenen. Dit heeft tot gevolg dat de consument door het grote aanbod het verschil niet meer zal kunnen duiden tussen de professionele criticus – met autoriteit – en de amateur criticus (Verboord, 2010). Ten tweede is de rol van de gebruiker veranderd. In de tijd van de printmedia was de consument alleen een ontvanger van informatie. Nu is deze rol veranderd naar die van een *prosumer*, wat ook wel staat voor producent én consument. Door ook te produceren, voegt de gebruiker automatisch ook waarde toe aan het product. De gebruiker heeft dus een andere positie ingenomen in het proces, namelijk een positie die in eerste instantie alleen voorbestemd was aan de professionele critici (Lasica, 2003; Slot & Frissen, 2007; Verboord, 2010). Ten derde is het lastig om op Internet een duidelijk beeld te ontwikkelen van de waarde van de filmrecensie. Zo is het moeilijk te achterhalen wie de recensie heeft geschreven, wat zijn positie is met betrekking tot de film en waar hij zijn informatie vandaan haalt. Positieve filmrecensies kunnen geschreven zijn door de mensen van de filmmaatschappij, of misschien zelfs de acteurs. Deze aspecten kunnen niet uitgesloten worden. Ook de positie van de *gatekeeper* speelt hier een prominente rol (Lewis et al., 2010; Verboord, 2010). Daarnaast kan het ook voorkomen dat de prioriteiten van de online recensent op een ander gebied liggen. 'Several cases demonstrate how online reviewing is becoming an activity that is aimed not only at assessing the quality of information goods for sale but also a way for reviewers to construct their own identities' (David & Pinch, 2005: 16). Wellicht wil de online criticus vooral bekendheid verkrijgen en doet hij daarom bewust gewaagde uitspraken.

Als consument kan men ook informatie van het Internet raadplegen vanuit een sociaal oogpunt. Zo kan de interactie en communicatie tussen de consument en criticus gebaseerd zijn op een gedeelde interesse (Verboord, 2010). Het Internet is van nature een sociaal medium. Dit heeft er ook voor gezorgd dat er andere waarden centraal staan. Zo richt men zich meer op informele communicatie en subjectieve, kleurrijke inzichten (Bowman & Willis, 2003; Lasica, 2003). Ten vijfde wordt de positie van de criticus aangetast door de technische mogelijkheden van het Internet. Door zoekmachines als Google is het eenvoudig voor de consument om de critici te volgen die aansluiten bij de persoonlijke voorkeuren. De keuzes die de consument maakt worden geïndividualiseerd door deze mogelijkheden. Men zal hierdoor een groot deel van de professionele critici 'passeren' door zich alleen te richten op de persoonlijke keuze (Verboord, 2010).

Al deze redenen hebben tot gevolg dat de grens tussen professionele critici en online critici diffuser is geworden. Ook wordt hieruit duidelijk dat de kans groot is dat de online critici buiten de institutie van de filmkritiek werkzaam zijn. Het ligt dan ook in de lijn der verwachting dat de online criticus zal verschillen in het gebruik van recensietechnieken en terminologie.

3.1.3. VISIES OP DE OPKOMST VAN HET WEB 2.0

Uit de voorgaande paragrafen is duidelijk geworden dat de online journalistiek een ontwikkeling is waar op dit moment veel aandacht naar toe gaat. Toch blijft onduidelijk welke gevolgen de ontwikkeling van het web 2.0 en de opkomst van de online criticus heeft voor onze cultuur in het algemeen. In deze paragraaf zullen verscheidene visies van theoretici op een rij worden gezet. Over het algemeen kan men twee groepen onderscheiden: de digitale optimisten en pessimisten. Een rasoptimist met betrekking tot de opkomst van web 2.0 is Tim O'Reilly, de man achter de term web 2.0. Door de opkomst van de *blogosphere* is het mogelijk geworden voor alle gebruikers om hun stem te laten horen. Dit kan uiteindelijk een erg waardevol effect hebben op de samenleving (O'Reilly, 2005). De blogosphere heet het namelijk mogelijk gemaakt om meer toegang te hebben tot informatie. Daar kan elke gebruiker van profiteren (Gillmor, 2004). 'We have access to a broader variety of current information than ever before, and we can use it with increasing sophistication' (Gillmor, 2004: 25). Het verschil is dat, als het communicatie betreft, er geen sprake meer is van 'one-to-many' of 'one-to-one'. Er is nu, door de opkomst van het Internet, sprake van 'many-to-many' en daar plukken we de vruchten van (Gillmor, 2004). Ook economisch kent de opkomst van het web veel mogelijkheden. Het is mogelijk geworden om bepaalde niche markten aan te grijpen, omdat men niet

automatisch een fysieke plaats nodig heeft. Een fysieke plek kent over het algemeen kosten, zoals huur, maar een website kent alleen een virtuele plek. Hier zijn minder kosten aan verbonden en dit is economisch positief (Anderson, 2006). Dit positieve punt is ook te herleiden naar de opkomst van online critici. Het is nu namelijk mogelijk geworden voor de gebruiker om filmrecensies te vinden van de meest onbekende films, omdat het aanbod sterk gegroeid is. Niches, zoals onbekende genres, krijgen ook hun aandacht. De traditionele filmcritici kennen dit vooral niet, omdat er niet zo'n enorme verscheidenheid aan printmedia aanwezig is.

Kritiek op de opkomst van de *prosumer* en het web 2.0 is er ook. Een van de meest prominente criticasters is Andrew Keen. De kritiek van Keen (2007) bevindt zich op het gebied van informatie en communicatie, maar ook op het gebied van de economie. Allereerst gaat hij in op de democratisering waar O'Reilly (2005) over sprak. Hij stelt dat het niet zaligmakend is als elke burger 'deel mag nemen'. We verliezen daardoor het expertise uit het oog. Als iedereen op het Internet een journalist, cultuurcriticus of acteur kan zijn, hoe kunnen we dan nog excelleren? 'In a world in which we are all amateurs, there are no experts' (Keen, 2007: 39). De macht ligt niet meer bij een autoriteit, maar bij de amateur. Ook het feit dat men onder pseudoniemen kan werken, is problematisch (Keen, 2007). Het aanbod is door de opkomst van het web 2.0 gegroeid, maar dit heeft ook niet automatisch positieve gevolgen. Er valt wellicht meer te lezen, maar dit is een andere manier van lezen. Deze manier van lezen – gericht op snelheid en efficiëntie – zorgt ervoor dat het voor ons niet meer mogelijk is om ons diep te concentreren voor één tekst. Het Internet is een 'kakofonie van stimuli': er wordt van alles op je afgeschoten in een hele korte tijd (Carr, 2008). Keen (2007) ziet de huidige ontwikkelingen op het gebied van informatie en communicatie ook in nauw verband staan met de economische zaken. Als de amateur namelijk via het web steeds meer de mogelijkheid krijgt om zichzelf te profileren, zal er minder aandacht worden besteed aan de (betaalde) experts. Deze experts zullen hierdoor minder inkomsten krijgen en dit zal uiteindelijk leiden tot bezuinigingen op de productie van filmrecensies. Dit betekent dat er ook minder geld uitgegeven kan worden aan expertise. Aan het eind van de cyclus betekent dit dat de kwaliteit van het aanbod zal dalen (Keen, 2007).

Uit bovenstaande wordt duidelijk dat er nog een redelijk zwart-wit beeld bestaat met betrekking tot de opkomst van de prosumer. Het loopt uiteen van 'een waardevol effect op de samenleving' tot 'de ondergang van onze cultuur' (O'Reilly, 2005; Keen, 2007). Er kan ook wat genuanceerder naar gekeken worden. Zo kunnen de prosumers en experts eenvoudig naast elkaar bestaan. Ze zijn niet elkaars rivalen, maar ze zijn eerder complementair aan elkaar (Lasica, 2003). Met dit onderzoek

wordt er getracht een duidelijk beeld te geven van datgene wat er gebeurt als de online criticus buiten de institutie van de traditionele criticus om werkt. De resultaten van dit onderzoek kunnen wellicht wat nuance aanbrengen in de standpunten over de gevolgen van de opkomst van web 2.0 en de prosumer. Als er namelijk weinig verschillen zijn te vinden, kan er gesteld worden dat de ophef van Keen (2007) wellicht wat precair is.

In het vorige hoofdstuk werd de analyse van Baumann (2001) besproken. Hieruit bleek dat de traditionele criticus de film in filmrecensies door de tijd heen intellectueler ging benaderen. De film werd steeds meer gezien als een kunstvorm. Zo werd er meer high art terminologie gebruikt en steeg het aantal recensietechnieken dat werd gehanteerd. Uit de voorgaande paragrafen is duidelijk geworden dat de grens tussen de traditionele criticus en de online criticus diffuser is geworden sinds de opkomst van web 2.0. Elke fan van film krijgt de mogelijkheid zich om te dopen tot een filmcriticus. Daardoor werken ze buiten het institutionele karakter om waar traditionele critici uit kranten wel in werkzaam zijn. Uit de analyse zal duidelijk worden of dit ook invloed heeft op het gebruik van specifieke terminologie en recensietechnieken.

3.1.4. HYPOTHESEN

Om de probleemstelling zo uitgebreid mogelijk te beantwoorden, is er gekozen voor een analyse van vijf verschillende dimensies: high art terminologie, kritische terminologie, high art technieken en concepten, populaire esthetische technieken en concepten en populaire esthetische terminologie. Op basis van deze dimensies zijn de deelvragen ontwikkeld. Per deelvraag is er een hypothese opgesteld die in de analyse getoetst zal worden. Elke hypothese zal kort worden toegelicht aan de hand van de theorie.

Allereerst is er een hypothese opgesteld met betrekking tot de centrale probleemstelling van dit onderzoek. Vanuit de theorie kunnen we afleiden dat het aannemelijk is dat er verschillen zullen optreden tussen de filmrecensies van online critici en traditionele critici. Aangezien de online critici worden geïntroduceerd als een nieuwe vorm van journalistiek, betekent dit ook dat er andere aspecten belangrijker worden geacht. Ook het institutionele karakter van de filmkritiek is hier van belang: de online criticus werkt buiten deze institutie om. Zonder dit institutionele karakter zal de online criticus anders te werk gaan dan de traditionele filmcriticus uit de krant. Het medium zal ook invloed uitoefenen op de manier waarop de boodschap wordt samengesteld

(Deuze, 2003). Vanuit de theorie kan er daarom een hypothese worden opgesteld met betrekking tot de probleemstelling:

H1: *Filmrecensies van professionals in kranten zullen op basis van de vijf dimensies verschillen van online filmrecensies van amateurs.*

Zoals hierboven vermeld, is de probleemstelling op te delen in vijf verschillende dimensies. Per dimensie valt er een hypothese op te stellen. De eerste dimensie is die van de high art terminologie. Er wordt verwacht dat door de institutionele structuur van traditionele filmcritici er meer high art terminologie wordt gehanteerd in hun filmrecensies. Deze terminologie impliceert het oordeel van een expert (Baumann, 2001). Aangezien online filmcritici buiten deze structuur om werken, verwachten we minder kunstzinnige termen aan te treffen in hun filmrecensies.

H1a: *Filmrecensies van professionals in kranten zullen meer high art terminologie bevatten dan online filmrecensies van amateurs.*

De tweede dimensie betreft het gebruik van kritische terminologie. Deze ligt in het verlengde van hypothese H1a. Door het institutionele karakter verwachten we dat het discours van de traditionele critici meer kritische terminologie zal bevatten.

H1b: *Filmrecensies van professionals in kranten zullen meer kritische terminologie bevatten dan online filmrecensies van amateurs.*

De derde dimensie betreft het gebruik van high art recensietechnieken. Baumann (2001) concludeerde uit zijn analyse dat de filmcritici in Amerika steeds meer gebruik gingen maken van deze technieken om film als kunst te legitimeren. Het discours geeft namelijk het publiek een idee van wat belangrijk is in een film (Van Rees, 1983). Er wordt dus verwacht dat de traditionele critici deze technieken meer zullen gebruiken, omdat zij werkzaam zijn binnen de institutie van de filmkritiek. Online filmcritici zullen deze technieken waarschijnlijk minder gebruiken, omdat ze niet binnen deze structuur werken. Er wordt verwacht dat online critici de accenten op andere aspecten van de film zullen leggen.

H1c: *Filmrecensies van professionals in kranten zullen meer high art recensietechnieken bevatten dan online filmrecensies van amateurs.*

In het verlengde van bovenstaande hypothesen wordt er verwacht dat online filmcritici andere accenten zullen leggen in hun filmrecensies. Omdat er minder hiërarchie heerst op het Internet, kan er verwacht worden dat er minder nadruk wordt gelegd op high art criteria en meer op andere accenten (Van Venrooij & Schmutz, 2010). Aangezien Internet een sociaal medium is, zal de online criticus zal waarschijnlijk meer proberen te identificeren met de lezer. Ook zal er getracht worden op te vallen door kleurrijke inzichten te geven (Lasica, 2003; Verboord, 2010). Daarom wordt er verwacht dat in online filmrecensies meer populaire esthetische terminologie zal voorkomen dan in filmrecensies uit kranten.

H1d: *Online filmrecensies van amateurs zullen meer populaire esthetische terminologie bevatten dan filmrecensies van professionals in kranten.*

De laatste hypothese die wordt opgesteld heeft betrekking op de hoeveelheid populaire esthetische recensietechnieken die worden gebruikt in de filmrecensies. Er wordt verwacht dat er door online critici meer populaire esthetische recensietechnieken worden gebruikt dan door traditionele critici in kranten. Deze hypothese is ook gebaseerd op het idee dat de online recensent zich meer zal proberen te identificeren met zijn lezer. Daarom zal hij ook meer aandacht besteden aan de ervaring van de kijker.

H1e: *Online filmrecensies van amateurs zullen meer populaire esthetische recensietechnieken bevatten dan filmrecensies van professionals in kranten.*

4. METHODE VAN ONDERZOEK

Uit voorgaande hoofdstuk is duidelijk geworden dat de traditionele criticus werkzaam is in een institutionele setting. Het is echter nog niet duidelijk waar de online criticus gesitueerd kan worden en welke gevolgen dit heeft voor de manier waarop hij te werk gaat. Om de onderzoeksvragen te kunnen onderzoeken en beantwoorden, zal er een empirisch onderzoek worden uitgevoerd. Dit hoofdstuk beschrijft de manier waarop deze analyse is opgezet. Allereerst zal aangegeven worden welke methode er wordt gehanteerd om de probleemstelling en de deelvragen te beantwoorden. In de tweede paragraaf zal er aandacht worden besteed aan de onderzoekseenheden. Daarbij wordt er ook ingegaan op de verschillende kenmerken van deze eenheden. In de derde paragraaf zal uitgelegd worden hoe de filmrecensies zijn verzameld en welke steekproef er is gebruikt. Hoe de belangrijkste theoretische concepten geoperationaliseerd zijn, zal worden uitgelegd in de vierde paragraaf. Omdat er een kwantitatieve inhoudsanalyse wordt uitgevoerd, is er een codeerschema opgesteld, dat ook toegelicht wordt, waardoor het ook duidelijk wordt hoe de variabelen gemeten worden. Dit zal uiteindelijk leiden tot enkele hypothesen die gebaseerd zijn op eerder besproken theoretische inzichten.

4.1. ONDERZOEKSOPZET

Een manier om online critici en traditionele critici onderling te vergelijken, is door het 'product' te analyseren wat ze produceren. Filmrecensies zijn hier dus uitermate zeer geschikt voor, omdat het taalgebruik wat gehanteerd wordt in de recensies ook aansluit bij de ideologie van de critici (Baumann, 2001). Om de probleemstelling van deze analyse zo adequaat mogelijk te beantwoorden, is er daarom gekozen om een uitgebreide kwantitatieve inhoudsanalyse uit te voeren. Dit is een empirische methode die menselijke communicatie op een kwantitatieve wijze bestudeert. Door middel van een codeerschema op te stellen, waarin theoretische concepten worden geoperationaliseerd, zullen er systematisch en objectief bepaalde karakteristieken van de recensies worden herkend en geanalyseerd (Scheufele, 2008). Door een inhoudsanalyse uit te voeren is het mogelijk om een groot aantal filmrecensies te bestuderen, omdat er specifieke karakteristieken geanalyseerd kunnen worden. Dit zorgt ervoor dat er een zo goed mogelijk beeld gegeven kan worden van de laatst gepubliceerde filmrecensies. Ook maakt de inhoudsanalyse het mogelijk om twee groepen goed te vergelijken. Door karakteristieken op te stellen is het eenvoudig om de verschillen te analyseren en te benoemen. De inhoudsanalyse maakt het ook mogelijk om vast te stellen wat de critici van belang achten om te benoemen: hun

ideologie is terug te vinden in de filmrecensies. Een enquête onder filmrecensenten had minder waarde gehad, omdat dit onderzoek zich niet richt op de gedachten en motieven van filmcritici. Deze analyse richt zich puur op de inhoud van de filmrecensies en daar is een kwantitatieve inhoudsanalyse als methode zeer geschikt voor.

Een kwantitatieve inhoudsanalyse houdt in dat de onderzoeker gebruik maakt van een codeerschema waarbij bepaalde karakteristieken van de recensies gecodeerd kunnen worden. Centraal staat het vaststellen of en hoe vaak bepaalde begrippen of woorden voorkomen in een specifieke tekst. Deze methode werkt dus op een deductieve manier. De gegevens worden uiteindelijk statistisch verwerkt, waardoor het mogelijk is om onderling een vergelijking te maken tussen de recensies van online critici en traditionele critici. Zo kunnen ze statistisch verschillen op basis van de gecodeerde karakteristieken. Welke variabelen er zijn gekozen om gecodeerd te worden, zal duidelijk worden in paragraaf vier van dit hoofdstuk (Scheufele, 2008).

4.2. ONDERZOEKSEENHEDEN

In deze analyse vormen (online) filmrecensies de onderzoekseenheden. Deze zijn afkomstig van websites of uit kwaliteitskranten. Dit onderscheid is noodzakelijk om een goede vergelijking te kunnen maken tussen online critici en traditionele critici. In totaal zijn er drie websites en drie kwaliteitskranten gekozen. De media zijn afkomstig uit drie verschillende landen: Nederland, Engeland en Amerika. Per medium worden 100 filmrecensies geanalyseerd, wat uiteindelijk op een totaal van 600 filmrecensies neerkomt. Per land worden er dus 200 filmrecensies gekozen. Er worden bewust filmrecensies uit meerdere landen onderzocht, omdat de opkomst van de online critici een algemene ontwikkeling is die op meerdere plekken plaatsvindt. Door een overzicht te krijgen van deze landen, wordt er een eerste aanzet gedaan tot het beschrijven van deze ontwikkeling. Er is allereerst een praktische reden waarom specifiek deze landen zijn gekozen: in de gekozen landen wordt een taal (Engels of Nederlands) gesproken die bekend is bij de auteur. Daarnaast is het interessant om te zien of de bevindingen van Baumann (2001) met betrekking tot traditionele critici in Amerika, ook gelden voor traditionele critici in Nederland dan wel Engeland. Ook de positie van het land in de filmwereld is er één om rekening mee te houden: zo is Amerika het land waar films vaak geproduceerd worden. Zo kunnen Amerikaanse filmcritici wellicht minder kritisch zijn ten opzichte van films die geproduceerd zijn in Amerika. Dit zou dan eventueel terug te zien zijn in de recensietechnieken die zij hanteren.

Als kwaliteitskranten zijn de volgende media gekozen: de Volkskrant (NL), The Guardian (UK) en The NY Times (USA). De online recensies komen van de volgende websites: Movie2Movie (movie2movie.nl – NL), LiveForFilms (liveforfilms.com – UK) en Reelviews (reelviews.net – USA). De websites zullen voortaan alleen bij de titels worden genoemd die hierboven zijn vermeld. Er zijn niet meer dan zes mediatitels gekozen, omdat er getracht wordt een goed beeld te geven van de manier waarop er op één moment over een breed filmaanbod wordt gesproken (zie 4.4. voor meer informatie over de steekproef). Hierdoor wordt er een goed representatief beeld gegeven van het filmaanbod en niet zozeer van de mediatitels. Door dit te doen valt er meer te zeggen over het discours van dit moment.

4.3. KENMERKEN MEDIATITELS

In Nederland wordt de Volkskrant als een kwaliteitskrant beschouwd. Dit komt mede door het feit dat meer dan 50% van de lezers hoogopgeleid is. Daarnaast wordt er in de krant veel aandacht geschonken aan cultuur en kunst. Dit betekent dat er ook veel filmrecensies worden gepubliceerd. Verder wordt de Volkskrant als een van de meest gelezen dagbladen beschouwd in Nederland met een bereik van 791.000 lezers¹. Deze combinatie zorgde ervoor dat de Volkskrant een goede keuze was als informatiebron. Deze redenen gelden ook voor The NY Times en The Guardian. Ook deze kranten behoren in respectievelijk Amerika en Engeland tot de meest gelezen dagbladen. Daarnaast zijn ze zeer consequent in het publiceren van filmrecensies en ligt er een focus op cultuur en kunst. Ze nemen film als kunstvorm zeer serieus. Dit blijkt uit het aantal filmrecensies dat ze publiceren, maar ook uit de aandacht die zij besteden aan andere kunstvormen. Alle drie de kranten richten zich duidelijk op de bovenlaag van de samenleving: de hoogopgeleide burger die geïnteresseerd is in kunst, cultuur, politiek en economie. De filmcritici die werkzaam zijn bij de grootste kranten van het land zijn ook trendsetters voor andere filmcritici, wat ook onderdeel is van de institutionalisering van de filmkritiek (Baumann, 2001; Van Venrooij & Schmutz, 2010).

De websites die zijn geselecteerd, zijn allen websites die worden onderhouden door amateurs. Dit zijn filmliefhebbers die graag hun mening laten horen over films. Zo blijkt uit de vacatures dat de websites op een vrijwillige basis worden bijgehouden. Deze online critici gaan, net als traditionele filmcritici, ook naar persvoorstellingen om daar de films eerder te zien. De websites zijn op geen enkele

¹ www.persgroepadvertising.nl (geraadpleegd op 25 mei 2011)

wijze verbonden aan een printmedium en publiceren de recensies alleen op de website. De Nederlandse website Movie2Movie is een website met een groot archief aan filmrecensies. Naast het recenseren van films die in de bioscoop draaien, recenseren ze ook films die op DVD uitkomen of houden ze interviews met regisseurs of acteurs. De redactie bestaat uit meer dan 30 critici. LiveForFilms en Reelviews kennen eenzelfde structuur: websites die worden bijgehouden door amateurs. Dit wordt duidelijk als er gekeken wordt naar de personen die in de redactie werkzaam zijn. LiveForFilms is een Engelse website gestart door Phil Edwards, een blogger die graag schreef over films. Uiteindelijk is dit uitgegroeid tot een website met een redelijk groot archief van online filmrecensies, waar bijdragen van verschillende amateurs worden gepubliceerd. Zo is het mogelijk om recensies in te sturen die dan gepubliceerd worden op de website. Het is dus voor elke willekeurige filmfan mogelijk om een filmrecensie gepubliceerd te krijgen. Reelviews is een Amerikaanse website gestart door James Berardinelli, een bekende online filmcriticus die een studie elektrotechniek heeft gevolgd. Puur vanuit interesse heeft hij uiteindelijk Reelviews opgestart waar hij met regelmaat filmrecensies publiceert. Hij heeft ook enkele boeken over films geschreven. Berardinelli werkt als enige criticus voor de website Reelviews, dus alle recensies zijn door hem geschreven. Het is bij deze website niet mogelijk om vrijwillige bijdragen te leveren, maar er is wel een forum waar gediscussieerd kan worden over films.

Er zijn verschillende redenen waarom deze drie websites zijn gekozen. Allereerst hadden deze films een groot archief en publiceerde ze consequent filmrecensies. Hierdoor was het mogelijk om een goed beeld te krijgen van het discours onder online critici op één moment. Het grote archief zorgde er daarnaast voor dat het eenvoudig was om 100 meest recente gepubliceerde filmrecensies te verzamelen. In Nederland zijn er bijvoorbeeld weinig websites die een groot archief hebben zonder verbonden te zijn aan een printmedium. Daarnaast nemen deze websites het recenseren van films zeer serieus wat blijkt uit het feit dat ze al enige jaren bestaan. Movie2Movie en LiveForFilms hebben een vaste redactie van amateurcritici opgebouwd. Bij beide websites is het daarnaast ook nog altijd mogelijk om vrijwillig bijdragen te leveren. Reelviews wordt door één persoon geleid, maar is een van de grootste online filmrecensie websites uit Amerika. Hierdoor was het mogelijk om 100 filmrecensies te selecteren. Daarom is er ook voor deze website gekozen. De websites zijn dus groot, consequent en gerund door amateurcritici, waardoor ze goed model staan voor het discours van online critici.

4.4. STEEKPROEF EN ONDERZOEKSPERIODE

Per medium zijn er 100 filmrecensies geselecteerd. Om een zo *random* mogelijke selectie te maken van deze data, is er gekozen om vanaf één specifieke datum de 100 meest recent gepubliceerde filmrecensies te selecteren. Zo is er in deze analyse vanaf 10 maart 2011 gekeken naar de laatste 100 gepubliceerde filmrecensies. Er is dus niet zozeer sprake van een specifieke periode, omdat deze periode afhangt van de hoeveelheid films die er gerecenseerd worden. Deze recensies zullen in eerste instantie verzameld worden via Internet. De 600 filmrecensies zullen dan opgeslagen worden op de computer, zodat alle gegevens op elk moment aanwezig zijn. De gegevens kunnen dan niet plotseling worden verwijderd. Door de laatste 100 gepubliceerde recensies te kiezen, zijn deze zeer actueel. Bij The Guardian kan het voorkomen dat één film meerdere malen is gerecenseerd. Dit heeft te maken met het feit dat The Guardian ook nog een los onderdeel van de krant heeft waar ook films worden gerecenseerd. De recensies zullen dan logischerwijs nog steeds verschillen en daarom ook bruikbaar zijn. Over het algemeen zullen de filmrecensies qua onderwerp veel overlap kennen, omdat filmcritici vaak dezelfde films recenseren. Dit heeft, zo is gebleken uit het theoretisch kader, ook te maken met de institutionele inbedding.

Verder zijn er geen filmrecensies uit het genre van animatie of musical geselecteerd, omdat deze genres niet goed te vergelijken zijn met de meer klassieke genres. In animatiefilms wordt bijvoorbeeld niet geacteerd en zal de nadruk vooral liggen op de *special effects* in de film. Deze techniek is niet te vergelijken met bijvoorbeeld het acteerwerk in een drama of thriller. Ook bij musicals zal de nadruk liggen op andere aspecten – dans, zang – die minder voorkomen in andere, meer klassieke, vormen van film. In deze recensies zal de nadruk waarschijnlijk meer liggen op andere technieken, waardoor ze sterk verschillen van de standaardgenres als thrillers, drama of horror.

De filmrecensies van de websites waren redelijk eenvoudig te verzamelen. Zo werd er bij Movie2Movie gezocht op het trefwoord 2011 en werden de laatste filmrecensies geselecteerd. Als alle filmrecensies van 2011 waren geselecteerd, werd er gezocht op het trefwoord 2010 om de data aan te vullen tot het aantal van 100 filmrecensies. Dezelfde methode werd gehanteerd bij LiveForFilms en Reelviews om de filmrecensies te selecteren.

Om de filmrecensies van de kranten te verzamelen, is er ook gebruik gemaakt van het Internet. Via websites publiceren de kranten de filmrecensies ook online, zij het later dan de daadwerkelijke publicatie in de krant. Op de websites waren alle recensies beschikbaar. Zo publiceert de Volkskrant zijn filmrecensies op de website

cinema.nl. The Guardian en The NY Times publiceren hun filmrecensies via hun officiële websites. Door op de websites te navigeren naar de filmrecensies was het mogelijk om de laatste 100 filmrecensies te selecteren en op te slaan.

4.5. CODEERSHEMA EN VARIABELEN

Uit de theoretische inzichten van onder andere Baumann (2001) werd duidelijk dat de traditionele critici volgens een institutionele structuur te werk gaan. Hier gebruiken ze bepaalde technieken voor. Zo wordt er gebruik gemaakt van *high art* terminologie en kritische technieken. Om de kwantitatieve inhoudsanalyse uit te voeren, is het noodzakelijk om deze karakteristieken van filmrecensies te coderen. Om dit zo nauwkeurig mogelijk te doen, is een codeerschema opgesteld. Dit codeerschema is opgebouwd uit variabelen en geeft definities en aanwijzingen voor het coderen. Hieronder zullen kort de variabelen worden besproken en toegelicht. Het gehele codeerschema is te vinden onder appendix I.

Allereerst worden per filmrecensie een aantal algemene kenmerken gecodeerd, zoals de naam van het medium, het land van herkomst en de categorie (websites of krant). Daarnaast wordt de auteur van de recensie benoemd en wordt het aantal woorden geteld. Ook de titel van de film wordt genoteerd.

In het codeerschema zijn vijf categorieën opgenomen: 1) de high art terminologie, 2) de kritische terminologie, 3) high art recensietechnieken, 4) populaire esthetische terminologie en 5) populaire esthetische recensietechnieken. De eerste en tweede categorie zijn gebaseerd op Baumann (2001) en Van Venrooij & Schmutz (2010). Zo zal er tijdens de analyse worden vastgesteld of er gebruik wordt gemaakt van high art terminologie. Hieronder valt het gebruik van een naam gevolgd door -iaans of -esk (in het Engels: -ian of -esque), zoals een film omschrijven als 'Hitchcockiaans'. Hierdoor laat de auteur zien dat hij verstand heeft van de materie, omdat hij vergelijkingen kan trekken met bekende regisseurs uit het verleden. Er wordt daarnaast vastgesteld of de volgende high art termen vermeld worden: briljant, genie, geïnspireerd, intelligent, meester, werk en kunst. Ook de verschillende varianten hierop worden meegerekend, zoals 'kunstzinnig' (van kunst) of 'meesterlijk' (van meester). Als de term voorkomt in een filmrecensie, wordt deze gecodeerd. Er wordt dus niet gekeken naar hoe vaak een term voorkomt.

Onder kritische terminologie vallen de volgende termen: compositie, genre, ironie, metafoor, satire, symbool, originaliteit, innovatie, complexiteit en toon. Als een term wordt gebruikt in een filmrecensie, zal deze gecodeerd worden. Alle termen bij elkaar vallen onder de noemer 'kritische terminologie'. Deze terminologie wijst op een

intellectuele benadering van film. Ook hier geldt dat er niet gekeken wordt naar hoe vaak een term voorkomt, maar óf hij voorkomt.

Onder de derde categorie vallen de high art recensietechnieken die critici gebruiken. Deze zijn gebaseerd op het werk van Baumann (2001). Dit zijn technieken die ook onderdeel zijn van de institutionele structuur van traditionele critici. De eerste techniek die wordt onderscheiden, is het samenkomen van zowel positief als negatief commentaar in de recensie. Als tweede techniek wordt de benoeming van de regisseur onderscheiden. Ten derde kunnen regisseurs onderling worden vergeleken. Ten vierde kunnen verschillende films onderling worden vergeleken. Als vijfde techniek wordt de interpretatie van de film genoemd. De zesde techniek is het tweeledige zien in één aspect van de film. Als zevende techniek wordt het onderscheid tussen 'kunst' en 'entertainment' genoemd. De achtste techniek is het onderscheiden van aspecten die te eenvoudig zijn om van te genieten. Voorbeelden van deze technieken in filmrecensies zijn toegevoegd aan het codeerschema. Er zal worden vastgesteld of een techniek wel of niet wordt gehanteerd.

De vierde categorie wordt populaire esthetische terminologie genoemd. De volgende termen vallen onder deze categorie: humor, grappig, entertainment, eng, griezelig, emotioneel, energie, plezier en genot. Ook de verschillende varianten worden hierop meegerekend, zoals 'humoristisch' (van humor). Deze termen richten zich vooral op de ervaring van de kijker, wat duidt op een populaire esthetische benadering van de film. Als de term op een andere manier is bedoeld, zoals 'energie' in de vorm van elektrische energie of groene energie, wordt deze niet meegerekend.

Als vijfde categorie worden de populaire esthetische recensietechnieken onderscheiden. Deze zijn gebaseerd op het werk van Bielby, Moloney & Ngo (2005) en Van Venrooij & Schmutz (2010). Deze technieken worden ook gecodeerd, omdat het interessant is om te zien of deze recensietechnieken eventueel meer worden gebruikt door online critici, aangezien zij niet binnen het institutionele karakter werken van de traditionele critici. Allereerst wordt de techniek 'negatieve houding ten opzichte van hoge kunst' vastgesteld. Hiermee bedoelen ze dat de criticus zich negatief uitlaat over de conventies van de hoge kunst. De tweede factor is 'participatie en ervaring'. Gaat de criticus in op de manier waarop de kijker het cultuurproduct ervaart? De derde factor is 'oriëntatie op het publiek'. De criticus laat duidelijk in zijn recensie merken dat het cultuurproduct voor een bepaald publiek is bedoeld. De laatste techniek is 'orale referenties'. Hiermee doelen ze op de techniek van de criticus om vergelijkingen te trekken met zintuiglijke ervaringen zoals smaak of geur. Voorbeelden van deze technieken in filmrecensies zijn vermeld in het

codeerschema. Ook hier geldt: er zal worden vastgesteld of de techniek wel of niet wordt gehanteerd.

De termen worden verzameld door middel van een zoekfunctie in Microsoft Word. Als de term op een andere manier wordt gebruikt, zoals de term 'meester' in de vorm van een schoolmeester of 'energie' in de vorm van elektrische energie, wordt deze niet meegerekend. Bij termen als 'griezelig' wordt er gezocht op 'griezel', waardoor afgeleide van de term, zoals 'griezelen' ook gevonden worden. De termen zullen los worden verzameld. Uiteindelijk zullen zij in het statistiekprogramma SPSS worden verwerkt tot één indexvariabele wat gelijk is aan de dimensie. De negen high art termen worden bijvoorbeeld geschaard onder de indexvariabele high art terminologie.

4.6. BETROUWBAARHEIDSTEST

Uit bovenstaande wordt duidelijk dat het codeerschema nauw verwant is aan de theorie. Om onzekerheden uit te sluiten, is er een intercodeur-betrouwbaarheidstest uitgevoerd. Het codeerschema wordt namelijk alleen gebruikt door de auteur, maar het is noodzakelijk om te zien of het codeerschema in het algemeen duidelijk genoeg is om hergebruikt te worden. Als er te grote verschillen zijn kan dit betekenen dat het codeerschema aangepast moet worden. Deze test bestond uit de eerste tien filmrecensies van de Volkskrant. Deze zijn door de auteur en door een medestudent gecodeerd aan de hand van het codeerschema. Het codeerschema bestaat uit vijf dimensies, die zijn opgebouwd uit losse variabelen: in totaal zijn dit 40 variabelen. Aangezien dit aantal erg hoog is, is er gekozen om alleen een betrouwbaarheidstest uit te voeren op de high art recensietechnieken en populaire esthetische recensietechnieken. De termen zijn namelijk zeer specifiek en zorgen daardoor voor weinig onduidelijkheid, omdat ze maar net gebruikt moeten worden in een filmrecensie. Om de recensietechnieken te coderen is er echter sprake van enige interpretatieruimte. Dit zijn in totaal twaalf variabelen. De verschillen per variabele in scores zijn hieronder weergegeven in een tabel. Achter de scores staat tussen haakjes weergegeven welke codeur het betreft. De overeenstemming tussen de codeurs (de Kappa) wordt in de tabel vermeld en toegelicht in de lopende tekst.

Tabel 1: de scores van de beide onderzoekers (per variabele)

Variabele	1	1	2	2	3	3	4	4
Score	5 (1)	6 (2)	10 (1)	10 (2)	1 (1)	1 (2)	6 (1)	6 (2)
Kappa	0,8		1,0		1,0		1,0	

Variabele	5	5	6	6	7	7	8	8
Score	7 (1)	7 (2)	8 (1)	7 (2)	2 (1)	2 (2)	4 (1)	5 (2)
Kappa	1,0		0,74		1,0		0,8	

Variabele	9	9	10	10	11	11	12	12
Score	2 (1)	3 (2)	3 (1)	4 (2)	0 (1)	0 (2)	1 (1)	1 (2)
Kappa	0,74		0,74		1,0		1,0	

Uit bovenstaande tabel blijkt dat de verschillen tussen de beide codeurs niet te groot waren (Kappa = < 0.7). In de meeste gevallen was er sprake van dezelfde score. In enkele gevallen waren de scores verschillend, maar deze verschillen waren niet te groot; dat betekent dat de overeenstemming tussen beide codeurs voldoende is en dat het codeerschema duidelijk is om mee te werken.

5. RESULTATEN

Uit het vorige hoofdstuk werd duidelijk dat de probleemstelling is opgedeeld in vijf dimensies. Ook de hypothesen van dit onderzoek zijn gebaseerd op deze dimensies. Deze dimensies zijn stuk voor stuk gemeten, statistisch verwerkt en geanalyseerd. De resultaten van deze statistische verwerking zullen in dit hoofdstuk centraal staan. Allereerst zal er een algemene beschrijving worden gegeven van de geanalyseerde data, zodat de karakteristieken van de dataset duidelijk worden. Zo zal duidelijk worden gemaakt wat de gemiddelde lengte van de recensies was. Hierop volgend zal er aandacht worden besteed aan de vijf dimensies. Elke dimensie wordt in een afzonderlijke paragraaf behandeld. Om een zo duidelijk mogelijke vergelijking te maken tussen online filmrecensies en filmrecensies uit kranten wordt het gemiddelde gebruik van termen/recensietechnieken per filmrecensie weergegeven in tabellen. De schaal van de dimensie zal in de lopende tekst worden vermeld. Dit is noodzakelijk vanwege de verschillen in omvang. Zo is de dimensie high art terminologie gebaseerd op negen termen, daar waar kritische terminologie gebaseerd is op tien termen. Door elke keer de schaal te vermelden, zal er minder verwarring ontstaan. De output van de regressieanalyses is verzameld en te vinden in Appendix 2.

Ook de hypothese die bij de dimensie hoort zal in deze afzonderlijke paragraaf besproken worden. Het verschil tussen de categorie online filmrecensies en filmrecensies uit kranten vormt elke keer het centrale aandachtspunt. Aan de hand van de resultaten zullen uiteindelijk de hypothesen worden besproken.

Tabel 2: de lengte van de filmrecensies (aantal woorden)

	N	Gemiddeld	Standaarddeviatie	Minimum	Maximum
Kranten					
De Volkskrant (Nederland)	100	415	89	214	682
The Guardian (Engeland)	100	680	240	223	1111
The NY Times (Amerika)	100	731	198	338	1286
Websites					
Movie2Movie (Nederland)	100	594	182	306	1250
LiveForFilms (Engeland)	100	770	313	170	1589
Reelviews (Amerika)	100	887	132	690	1341
Totaal					
Krant (categorie)	300	609	233	223	1286
Websites (categorie)	300	750	252	170	1589

Uit de bovenstaande gegevens blijkt dat de online filmrecensies ($M = 750$; $SD = 252$) gemiddeld langer zijn dan de filmrecensies uit kranten ($M = 609$; $SD = 233$). Uit de analyse blijkt dat dit verschil significant is ($F = 51,04$; $df = 1, 598$; $p < 0,001$). Dit valt te verklaren vanuit de gedachte dat op Internet er geen begrenzingen zijn aan het aantal woorden dat er gebruikt wordt. Zo is het verschil tussen het minimum en het maximum aantal gebruikte woorden ook groter. Voor een filmrecensent van een krant is het noodzakelijk om rekening te houden met het aantal woorden door de begrenzende werking van het medium. Dit is onder andere heel duidelijk te zien bij de filmrecensies van de Volkskrant. De standaarddeviatie ligt daar erg laag, omdat ze bij deze krant waarschijnlijk een standaard aantal woorden reserveren voor filmrecensies. De verschillen in lengte zijn daardoor kleiner.

5.1. HIGH ART TERMINOLOGIE

Als eerste dimensie is het gebruik van high art terminologie onderscheiden. Zoals in het hoofdstuk methode is uitgelegd bestaat deze dimensie uit negen high art termen. Deze negen termen vallen allemaal onder deze categorie. Om deze categorie statistisch te verwerken, zijn de negen termen samengevoegd tot één afhankelijke variabele die high art terminologie is genoemd. Deze variabele wordt in dit onderzoek getypeerd als een indexvariabele.

Allereerst worden de gemiddelden en standaarddeviaties weergegeven per medium en per categorie. Zo kan er nagegaan worden of er verschillen bestaan tussen de gemiddelden van twee groepen op dezelfde kwantitatieve variabele, in dit geval de indexvariabele high art terminologie. De gemiddelden die staan weergegeven staan voor het gemiddelde gebruik per filmrecensie. Per filmrecensie kunnen er in potentie negen termen voorkomen. Als de score bij een medium bijvoorbeeld 0,46 is, houdt dit in dat er per filmrecensie 0,46 van de 9 termen voorkomen. In totaal zijn er dan 46 (van de in potentie 900) termen gevonden in de 100 geanalyseerde recensies. Door middel van het uitvoeren van t-toets op onafhankelijke waarden kunnen de verschillen die uit de gemiddelden blijken, getest worden of deze gegeneraliseerd kunnen worden. Bij deze toets wordt de indeling van de groepen gebaseerd op één onafhankelijke variabele, namelijk de categorie waaronder het medium valt: kranten of websites.

Tabel 3: het gebruik van high art terminologie per filmrecensie

	N	Gemiddeld	Standaarddeviatie
Kranten			
De Volkskrant (Nederland)	100	0,46	0,59
The Guardian (Engeland)	100	0,70	0,89
The NY Times (Amerika)	100	0,79	0,98
Websites			
Movie2Movie (Nederland)	100	0,42	0,71
LiveForFilms (Engeland)	100	0,61	0,86
Reelviews (Amerika)	100	0,43	0,67
Totaal			
Krant (categorie)	300	0,65	0,85
Websites (categorie)	300	0,49	0,76

Het eerste wat opvalt aan deze tabel is het feit dat er weinig gebruik wordt gemaakt van de high art terminologie. Zo wordt er door Movie2Movie maar 0,42 van de 9 termen gebruikt per filmrecensie ($M = 0,42$; $SD = 0,71$). In tabel 2 is ook te zien dat er een verschil bestaat in het gebruik van high art terminologie. Zo valt op dat er in de filmrecensies van The NY Times gemiddeld de meeste high art termen worden gebruikt ($M = 0,79$; $SD = 0,98$). Dit aantal ligt bij bijvoorbeeld de website Reelviews beduidend lager ($M = 0,43$; $SD = 0,67$). Zoals eerder benadrukt ligt het centrale aandachtspunt op de verschillende categorieën: online filmrecensies en filmrecensies uit kranten. Om dit te vergelijken zijn de verschillende media gegroepeerd tot deze twee categorieën. Deze zijn ook terug te vinden in tabel 2. Hieruit blijkt dat de filmrecensies van websites minder high art terminologie ($M = 0,49$; $SD = 0,76$) gebruiken dan de filmrecensies uit kranten ($M = 0,65$; $SD = 0,85$). Dit houdt in dat er gemiddeld 0,49 termen voorkomen per filmrecensie op websites en 0,65 termen per filmrecensie in kranten. In totaal betekent dit dat er in 147 termen voorkomen in de 300 filmrecensies van websites. In de filmrecensies in kranten komen in totaal 195 termen voor. Uit de t-toets op onafhankelijke waarden is gebleken het verschil tussen de krant en websites significant is ($t = -2,49$; $df = 590,54$; $p < 0,05$). De filmcritici in kranten gebruiken dus meer high art termen dan online filmcritici.

Om de sterkte van het verband te toetsen, is er vervolgens een enkelvoudige regressieanalyse uitgevoerd. Hieruit blijkt dat de voorspelling van deze variantie zwak is. Zo kan er maar 1% van het verschil voorspeld worden op basis van het medium waarin de filmrecensie wordt geschreven ($R^2 = 0,01$). Uit deze analyse blijkt ook dat het aantal high art termen op schaal van nul tot negen met 0,16 toeneemt als

men de stap maakt van filmrecensie van een website naar filmrecensie in een krant ($B = 0,16$).

Uit tabel 1 is gebleken dat er een verschillen zijn tussen de lengtes van de filmrecensies en het land waar de filmrecensies vandaan komen. Het is mogelijk dat deze variabelen invloed uitoefenen op het aantal termen wat er gebruikt worden. Als de recensie langer is, kunnen er tenslotte meer termen voorkomen. Daarom is er nog een meervoudige regressieanalyse uitgevoerd om te analyseren wat het zuivere effect van het gekozen medium is wanneer rekening wordt gehouden met het aantal woorden en het land. Het regressiemodel met het gebruik van high art terminologie als afhankelijke variabele en het medium, de lengte en de herkomst als onafhankelijke variabelen is significant ($F = 24,20$; $df = 4, 595$; $p < 0,001$). Uit het regressiemodel blijkt ook dat 13,4% van de variantie voorspeld kan worden op basis van deze drie onafhankelijke variabelen ($R^2 = 0,134$). Het regressiemodel laat ook zien dat als de filmrecensie uit een krant komt, dit als zuivere effect 0,35 meer high art termen oplevert ($B = 0,35$; $t = 5,45$; $p < 0,001$). Het zuivere effect neemt dus toe als de lengte en de herkomst van de recensie constant wordt gehouden. Ook blijkt uit het regressiemodel dat er in Amerika en Engeland minder high art termen in filmrecensies worden gebruikt dan in Nederland. Het verschil tussen Amerika en Nederland is daarin significant ($p < 0,01$). Het verschil tussen Engeland en Nederland daarentegen niet (voor details zie Appendix 2A).

HYPOTHESE

Met betrekking tot de dimensie high art terminologie is de volgende hypothese opgesteld:

H1a: *Filmrecensies van professionals in kranten zullen meer high art terminologie bevatten dan online filmrecensies van amateurs.*

Uit de analyse is gebleken dat het medium, de krant, een significant effect heeft op het gebruik van high art terminologie. Als de lengte en de herkomst van de recensies constant wordt gehouden, neemt dit zuivere effect toe. Vanuit de resultaten kan er dus geconcludeerd worden dat deze hypothese aangenomen kan worden.

5.2. KRITISCHE TERMINOLOGIE

Als tweede dimensie is het gebruik van kritische terminologie onderscheiden. Deze dimensie bestaat uit tien termen, zoals 'toon' en 'originaliteit'. Net als bij de vorige

dimensie zijn deze tien verschillende termen bij elkaar gevoegd onder één afhankelijke variabele die kritische terminologie is genoemd. Ook wordt dezelfde methode gehanteerd: allereerst zullen de gemiddelden en standaarddeviaties per medium en categorie worden weergegeven. In deze analyse is er dus sprake van een schaal met nul als minimum en tien als maximaal aantal kritische termen aanwezig per filmrecensie. De categorieën 'websites' en 'kranten' zijn opgebouwd uit de losse mediatitels. Door middel van het uitvoeren van een t-toets op onafhankelijke waarden wordt er gekeken of de verschillen gegeneraliseerd kunnen worden. De onafhankelijke variabele in deze toets is de categorie waaronder het medium valt en de afhankelijke variabele is in dit geval het aantal kritische termen aanwezig in de filmrecensie.

Tabel 4: het gebruik van kritische terminologie per filmrecensie

	N	Gemiddeld	Standaarddeviatie
Kranten			
De Volkskrant (Nederland)	100	0,55	0,77
The Guardian (Engeland)	100	0,78	0,89
The NY Times (Amerika)	100	0,65	0,78
Websites			
Movie2Movie (Nederland)	100	0,59	0,75
LiveForFilms (Engeland)	100	0,69	0,74
Reelviews (Amerika)	100	0,89	0,82
Totaal			
Krant (categorie)	300	0,66	0,82
Websites (categorie)	300	0,72	0,78

In tabel 3 zijn de verschillen in het gebruik van kritische terminologie te zien. Allereerst valt op dat de gemiddelden en standaarddeviaties erg dicht bij elkaar liggen. Zo blijkt een krant als de Volkskrant ($M = 0,55$; $SD = 0,77$) nauwelijks te verschillen van een website als Movie2Movie ($M = 0,59$; $SD = 0,75$). Reelviews, een Amerikaanse website, blijkt het meeste gebruik te maken van kritische terminologie ($M = 0,89$; $SD = 0,82$). Gemiddeld worden er per filmrecensie door deze website 0,89 termen gebruikt. In totaal waren er dus 89 termen gebruikt in alle 100 geanalyseerde filmrecensies. Ook de categorieën blijken nauwelijks te verschillen. Zo worden er in online filmrecensies meer kritische termen, zoals 'genre' en 'symbool', gebruikt ($M = 0,72$; $SD = 0,78$) dan in filmrecensies uit kranten ($M = 0,66$; $SD = 0,82$). Uit de t-toets op onafhankelijke waarden is gebleken dat er echter geen significant effect is gevonden tussen het medium en het aantal kritische termen dat gebruikt wordt ($t =$

0,97; df = 598; ns). De gemiddelden uit de steekproef zijn daarom niet generaliseerbaar.

Door middel van het uitvoeren van een meervoudige regressieanalyse, is er onderzocht wat het zuivere effect is van het medium als er rekening wordt gehouden met de omvang en herkomst van de filmrecensie. Het regressiemodel met kritische terminologie als afhankelijke variabele en het medium, de omvang en de herkomst als onafhankelijke variabelen is significant ($F = 6,12$; $df = 4, 595$; $p < 0,001$). 3,3% van de variantie kan voorspeld worden op basis van deze onafhankelijke variabelen ($R^2 = 0,033$). Uit het model blijkt ook dat het aantal kritische termen met 0,026 niet verschilt als de filmrecensie uit de krant komt in plaats van een website ($B = 0,026$; $t = 0,378$; ns). Als er naar de herkomst van de filmrecensie wordt gekeken, kan er lijken er meer kritische termen voorkomen in filmrecensies uit Engeland dan in filmrecensies uit Amerika of Nederland. Deze verschillen zijn echter niet significant (ns) (voor details zie Appendix 2B).

HYPOTHESE

Met betrekking tot de dimensie kritische terminologie is de volgende hypothese opgesteld:

H1b: *Filmrecensies van professionals in kranten zullen meer kritische terminologie bevatten dan online filmrecensies van amateurs.*

Door het institutionele karakter van de filmkritiek werd er verwacht dat er meer kritische termen in filmrecensies van kranten zouden voorkomen. Uit de analyse is gebleken dat er geen significant effect te vinden is tussen het medium en het aantal kritische termen dat gebruikt wordt. Vanuit de resultaten kan er dus geconcludeerd worden dat deze hypothese verworpen moet worden.

5.3. HIGH ART RECENSIE-TECHNIEKEN

De derde dimensie die is onderscheiden is high art recensietechnieken. Deze dimensie is opgebouwd uit een achttal recensietechnieken die filmcritici gebruiken om legitimiteit te verkrijgen. Een voorbeeld van deze technieken is een vergelijking maken tussen verschillende films: via deze technieken tonen filmcritici dat zij verstand hebben van het vak. De acht technieken zijn voor de analyse bij elkaar gevoegd onder één afhankelijke variabele die high art recensietechnieken wordt genoemd. Allereerst zullen de gemiddelden en standaarddeviaties in een tabel

worden weergegeven. De schaal van deze dimensie loopt dus van nul als minimum tot maximaal acht recensietechnieken per filmrecensie. Een filmrecensie kan dus een maximale score van acht recensietechnieken behalen. Hierop volgend zal er een t-toets op onafhankelijke waarden uitgevoerd worden om te zien of de verschillen significant zijn en dus gegeneraliseerd kunnen worden. In deze toets zullen de high art recensietechnieken de afhankelijke variabele zijn en het medium zal als onafhankelijke variabele dienen.

Tabel 5: het gebruik van high art recensietechnieken per filmrecensie

	N	Gemiddeld	Standaarddeviatie
Kranten			
De Volkskrant (Nederland)	100	3,90	1,23
The Guardian (Engeland)	100	4,40	1,41
The NY Times (Amerika)	100	4,01	1,35
Websites			
Movie2Movie (Nederland)	100	3,00	1,20
LiveForFilms (Engeland)	100	3,33	0,87
Reelviews (Amerika)	100	3,22	0,97
Totaal			
Krant (categorie)	300	4,10	1,35
Websites (categorie)	300	3,18	1,03

Tabel 4 geeft weer hoeveel recensietechnieken er gemiddeld gebruikt zijn. De gemiddelden van de technieken liggen hoger dan de gemiddelden bij bijvoorbeeld high art terminologie. Hier is een logische verklaring voor. Termen zijn namelijk zeer specifiek. Ze moeten maar net gebruikt worden door de filmcritici. Recensietechnieken daarentegen kunnen sneller voorkomen, omdat ze op verschillende manieren gebruikt kunnen worden. Dit is minder specifiek, zoals terminologie. Ook bleek dat de recensietechniek 'de regisseur wordt genoemd' in 85% van alle filmrecensies voorkwam. Dit zorgt er ook voor dat het aantal recensietechnieken hoog ligt. In tabel 4 valt allereerst op dat de filmrecensenten van The Guardian de meeste high art recensietechnieken gebruikten in hun 100 filmrecensies ($M = 4,40$; $SD = 1,41$). Websites als Movie2Movie ($M = 3,00$; $SD = 1,20$) en Reelviews ($M = 3,22$; $SD = 0,97$) gebruiken minder high art recensietechnieken. Bij de categorieën is dit verschil in gemiddelden ook terug te zien: in filmrecensies van websites ($M = 3,18$; $SD = 1,03$) komen minder recensietechnieken voor dan in filmrecensies uit kranten ($M = 4,10$; $SD = 1,35$). Aangezien de schaal in deze analyse loopt van minimaal nul technieken tot maximaal acht technieken, komen er dus gemiddeld meer dan 50% van de recensietechnieken voor in filmrecensies in kranten. Uit de t-

toets op onafhankelijke waarden is gebleken dat er een significant effect bestaat tussen het medium en het aantal high art recensietechnieken dat er voorkomen ($t = -9,41$; $df = 558,81$; $p < 0,001$). De filmrecensenten uit kranten gebruiken dus meer high art recensietechnieken dan filmrecensenten van websites.

Door middel van het uitvoeren van een enkelvoudige regressieanalyse is de sterkte van het verband getoetst. Hieruit is gebleken dat op basis van het medium 12,9% van de variantie voorspeld kan worden ($R^2 = 0,129$). Uit deze analyse blijkt het aantal recensietechnieken met 0,92 toeneemt als men de stap van filmrecensie van website naar filmrecensie in krant maakt ($B = 0,92$).

Bij deze dimensie is het ook noodzakelijk om een analyse te maken van het zuivere effect van het medium. Het is namelijk mogelijk dat de omvang en herkomst van de recensie van invloed is op het effect wat hierboven wordt beschreven. Door middel van een meervoudige regressieanalyse wordt er getracht dit zuivere effect te vinden. In deze toets zijn het medium, de omvang en de herkomst de onafhankelijke variabelen en de high art recensietechnieken de onafhankelijke variabele. Uit het regressiemodel blijkt dat er een significant effect is ($F = 29,61$; $df = 4, 595$; $p < 0,001$). Daarnaast is het regressiemodel bruikbaar om 16% van de variantie te voorspellen ($R^2 = 0,16$). Het zuivere effect van het medium op het gebruik van high art recensietechnieken neemt ook toe, zo blijkt uit het regressiemodel ($B = 1,04$; $t = 10,28$; $p < 0,001$). Als de omvang en herkomst van de recensie constant wordt gehouden, wordt het verband tussen medium en aantal high art recensietechnieken dus sterker. Tussen de landen bestaan er ook verschillen: Engelse recensenten gebruiken meer technieken dan Nederlandse recensenten. In Amerikaanse filmrecensies worden echter weer minder recensietechnieken gebruikt dan in Nederlandse filmrecensies. Ook hier geldt dat de verschillen niet significant zijn (ns) (voor details zie Appendix 2C).

HYPOTHESE

Met betrekking tot de derde dimensie is de volgende hypothese opgesteld:

H1c: *Filmrecensies van professionals in kranten zullen meer high art recensietechnieken bevatten dan online filmrecensies van amateurs.*

Uit de analyse is gebleken dat het medium, de krant, een significant effect heeft op het aantal high art recensietechnieken in de filmrecensie. Het aantal high art recensietechnieken nam toe als de filmrecensie uit een krant geanalyseerd werd. Als

er rekening werd gehouden met de omvang en herkomst van de filmrecensie werd dit verband nog sterker. Deze hypothese kan daarom aangenomen worden.

5.4. POPULAIRE ESTHETISCHE TERMINOLOGIE

De vierde dimensie die in dit onderzoek wordt onderscheiden is populaire esthetische terminologie. Deze dimensie is, net als high art terminologie, opgebouwd uit negen termen. Voorbeelden van deze terminologie zijn termen als 'grappig', 'humor' en 'emotioneel'. Deze negen termen zijn voor deze analyse bij elkaar gevoegd onder één afhankelijke variabele die populaire esthetische terminologie is genoemd. De schaal loopt dus in deze analyse van nul tot negen. Elke filmrecensie kan dus maximaal een score van negen termen behalen.

In een tabel zullen de gemiddelden en standaarddeviaties per medium en per categorie worden weergegeven. Ook hier geldt dat er een t-toets op onafhankelijke waarden wordt uitgevoerd om te zien of de verschillen tussen de categorieën significant zijn. In deze toets zal de populaire esthetische terminologie de afhankelijke waarde zijn en het medium zal fungeren als onafhankelijke variabele.

Tabel 6: het gebruik van populaire esthetische terminologie per filmrecensie

	N	Gemiddeld	Standaarddeviatie
Kranten			
De Volkskrant (Nederland)	100	0,41	0,55
The Guardian (Engeland)	100	0,90	0,86
The NY Times (Amerika)	100	0,98	0,96
Websites			
Movie2Movie (Nederland)	100	0,83	0,94
LiveForFilms (Engeland)	100	1,23	1,06
Reelviews (Amerika)	100	1,61	1,28
Totaal			
Krant (categorie)	300	0,76	0,85
Websites (categorie)	300	1,22	1,15

In tabel 5 is het gebruik van populaire esthetische terminologie per filmrecensie te zien. Allereerst valt op dat de Volkskrant weinig gebruik maakt van deze termen ($M = 0,41$; $SD = 0,55$). Van de negen mogelijke termen, gebruiken ze er dus maar 0,41 per filmrecensie. De twee andere kranten, The NY Times ($M = 0,90$; $SD = 0,86$) en The Guardian ($M = 0,90$; $SD = 0,86$), liggen dicht bij elkaar. Movie2Movie ($M = 0,83$; $SD = 0,94$) gebruikt ongeveer even veel populaire esthetische terminologie als de kranten, maar de andere twee websites, LiveForFilms ($M = 1,23$; $SD = 1,06$) en Reelviews ($M = 1,61$; $SD = 1,28$), gebruiken meer termen in hun filmrecensies. Deze

verschillen zijn ook terug te zien bij de gemiddelden van de categorieën: de categorie krant ($M = 0,76$; $SD = 0,85$) gebruikt minder populaire esthetische terminologie dan de categorie websites ($M = 1,22$; $SD = 1,15$). De filmrecensies van de websites bevatten per filmrecensie dus meer termen. Zijn deze gegevens generaliseerbaar? Uit de t-toets op onafhankelijke waarden blijkt dat er een significant effect is tussen het medium en het aantal populaire esthetische termen dat gebruikt wordt ($t = 5,60$; $df = 550,62$; $p < 0,001$).

Door middel van het uitvoeren van een enkelvoudige regressieanalyse is de sterkte van het verband geanalyseerd. Deze analyse laat zien dat op basis van het medium 5% van de variantie voorspeld kan worden ($R^2 = 0,05$). Ook geeft deze analyse aan dat het aantal populaire esthetische termen afneemt met 0,46 als men de stap maakt van filmrecensies van websites naar filmrecensies in kranten ($B = -0,46$).

Uit tabel 1 is gebleken dat er een verschil zit in de omvang en herkomst van filmrecensies uit kranten en filmrecensies van websites. Om de effecten van deze onafhankelijke variabelen uit te sluiten en zo het zuivere effect van het medium te berekenen, is er een meervoudige regressieanalyse uitgevoerd. Het regressiemodel is significant ($F = 26,19$; $df = 4, 595$; $p < 0,001$) en bruikbaar om 14,4% van de variantie te voorspellen ($R^2 = 0,144$). Als de omvang en de herkomst van de filmrecensie constant wordt gehouden, wordt het verband tussen medium en het aantal termen zwakker. Het aantal termen per filmrecensie neemt dan namelijk nog af met 0,35, wat duidt op een verzwakking als er gekeken wordt naar de enkelvoudige regressieanalyse ($B = -0,345$; $t = -4,19$; $p < 0,001$). De omvang en herkomst van de filmrecensie oefent dus bij deze dimensie invloed uit op het verband tussen het medium en het aantal populaire esthetische termen die worden gebruikt. Ook blijkt dat in Amerikaanse en Engelse filmrecensies meer termen voorkomen dan in Nederlandse filmrecensies. Het verschil tussen Amerika en Nederland is significant ($p < 0,001$). Ook het verschil tussen Engeland en Nederland is significant ($p < 0,05$). De scores van de landen Amerika en Engeland verschillen te weinig om significant te zijn (ns) (voor details zie Appendix 2D).

HYPOTHESE

Met betrekking tot de dimensie populaire esthetische terminologie is de volgende hypothese opgesteld:

H1d: *Online filmrecensies van amateurs zullen meer populaire esthetische terminologie bevatten dan filmrecensies van professionals in kranten.*

Vanuit de theorie werd er verwacht dat de filmrecensies van amateurs meer populaire esthetische termen zouden bevatten. Uit de analyse is gebleken dat er een significant effect is tussen het medium, het Internet, en het aantal populaire esthetische termen. Dit houdt in dat er meer populaire esthetische termen aanwezig zijn in filmrecensies van websites dan in filmrecensies in kranten. Het zuivere effect neemt af als er rekening wordt gehouden met de omvang en herkomst van de filmrecensie. Op basis van deze gegevens kan deze hypothese dus worden aangenomen.

5.5. POPULAIRE ESTHETISCHE RECENSIE-TECHNIEKEN

De laatste dimensie betreft de populaire esthetische recensietechnieken. Deze dimensie is, net als de high art recensietechnieken, opgebouwd uit recensietechnieken die filmrecensenten hanteren. Bij deze technieken richt de filmcriticus zich meer op de ervaring van de kijker. Zo kan de criticus bijvoorbeeld de participatie van de kijker ter sprake brengen. Deze dimensie is opgebouwd uit een viertal technieken en voor de analyse zijn deze samengevoegd onder één afhankelijke variabele: populaire esthetische recensietechnieken. Elke filmrecensie kan dus minimaal nul en maximaal vier als score hebben. De gemiddelde scores en standaarddeviaties zullen allereerst in een tabel worden weergegeven. In deze tabel wordt een onderscheid gemaakt tussen de verschillende mediatitels en categorieën. Een t-toets op onafhankelijke waarden zal uiteindelijk uitwijzen of de verschillen significant zijn.

Tabel 7: het gebruik van populaire esthetische recensietechnieken per filmrecensie

	N	Gemiddeld	Standaarddeviatie
Kranten			
De Volkskrant (Nederland)	100	0,97	0,93
The Guardian (Engeland)	100	0,71	0,82
The NY Times (Amerika)	100	0,49	0,64
Websites			
Movie2Movie (Nederland)	100	0,95	0,88
LiveForFilms (Engeland)	100	1,34	1,03
Reelviews (Amerika)	100	1,21	0,97
Totaal			
Krant (categorie)	300	0,72	0,83
Websites (categorie)	300	1,17	0,97

In tabel 6 is het gebruik van populaire esthetische recensietechnieken te zien. Een score als 0,97 bij de Volkskrant houdt in dat er gemiddeld per filmrecensie 0,97 (op

een schaal van nul tot vier) recensietechnieken voorkwamen. Het eerste wat opvalt is dat er in Nederland weinig verschil is tussen de website Movie2Movie ($M = 0,95$; $SD = 0,88$) en de Volkskrant ($M = 0,97$; $SD = 0,93$). Bij de andere landen liggen de gemiddelden echter verder uit elkaar. Zo gebruikt de website LiveForFilms gemiddeld de meeste recensietechnieken per filmrecensie ($M = 1,34$; $SD = 1,03$), daar waar de Amerikaanse krant The NY Times de minste technieken hanteert ($M = 0,49$; $SD = 0,64$). Ook tussen de categorieën is een groot verschil in gemiddelden: de filmrecensies uit kranten ($M = 0,72$; $SD = 0,83$) bevatten minder recensietechnieken per filmrecensie dan de filmrecensies afkomstig van websites ($M = 1,17$; $SD = 0,97$). Uit de t-toets is gebleken dat het medium een significant effect heeft op het aantal populaire esthetische recensietechnieken ($t = 6,03$; $df = 583,10$; $p < 0,001$). Online filmcritici gebruiken dus meer populaire esthetische recensietechnieken dan professionele filmcritici.

Middels een enkelvoudige regressieanalyse is de sterkte van dit verband geanalyseerd. Deze analyse laat zien dat 5,7% van de variantie voorspeld kan worden op basis van het medium ($R^2 = 0,057$). Uit deze toets blijkt dat er een negatief verband bestaat tussen het medium en het aantal populaire esthetische recensietechnieken ($B = -0,443$). Zoals bij de vorige dimensie is uitgelegd, heeft dit te maken met de wijze van coderen. Het negatieve verband houdt in dat het aantal recensietechnieken per filmrecensie afneemt met 0,44 als het medium een krant betreft.

Ook bij deze dimensie geldt dat het van belang is om het eventuele effect van de omvang en herkomst van de recensie te analyseren door middel van een meervoudige regressieanalyse. Het regressiemodel is significant ($F = 10,07$; $df = 4, 595$; $p < 0,001$). Op basis van dit model kan 5,7% van de variantie voorspeld worden ($R^2 = 0,057$). Als de twee onafhankelijke variabelen omvang en herkomst worden meegenomen in de analyse blijft de voorspellingskans hetzelfde. Het regressiemodel toont ook aan dat het zuivere effect van het medium significant is en sterker wordt als er rekening wordt gehouden met de omvang van de recensie ($B = -0,449$; $t = -5,95$; $p < 0,001$). Het aantal recensietechnieken per filmrecensie neemt dus af met 0,45 als er sprake is van een filmrecensie uit een krant. Tussen de landen zijn ook verschillen waar te nemen: Engelse filmrecensies bevatten de meeste recensietechnieken en Amerika de minste. De verschillen onderling zijn niet significant (ns) (voor details zie Appendix 2E).

HYPOTHESE

Bij de dimensie populaire esthetische recensietechnieken is de volgende hypothese opgesteld:

H1e: *Online filmrecensies van amateurs zullen meer populaire esthetische recensietechnieken bevatten dan filmrecensies van professionals in kranten.*

Vanuit theoretische inzichten werd verwacht dat er door online filmcritici meer populaire esthetische recensietechnieken werden gebruikt, omdat ze zich proberen te identificeren met de lezer. Uit deze analyse is gebleken dat het medium een significant effect heeft op het aantal recensietechnieken. Als de omvang en herkomst van de recensie wordt meegenomen in de analyse, wordt dit verband sterker. De filmrecensies van websites bevatten dus meer populaire esthetische recensietechnieken dan filmrecensies in kranten. Op basis van deze gegevens kan deze hypothese dus worden aangenomen.

6. CONCLUSIE

De opkomst van het Internet en het web 2.0 heeft ingrijpende gevolgen voor het functioneren van de maatschappij. Het verandert onder andere de manier waarop we communiceren en informeren. Ook de samenstelling van de filmkritiek is hierdoor veranderd. Door de mogelijkheden van het Internet is elke gebruiker namelijk in potentie een filmcriticus geworden. Men kan, door het opzetten van een weblog of website, mee participeren in het discours, een voorrecht wat voorheen alleen voorgelegd was aan traditionele filmcritici, werkzaam voor printmedia als kranten en tijdschriften. Er zijn enkele verschillen die duidelijk op de voorgrond treden: het medium en de institutionele inbedding. De vraag die rijst is: wat heeft dit voor invloed op de manier waarop zij te werk gaan? Zijn er verschillen te vinden?

In dit onderzoek is getracht middels een kwantitatieve inhoudsanalyse van 600 filmrecensies uit drie verschillende landen inzicht te geven in de verschillen in gebruik van terminologie en recensietechnieken tussen de online filmrecensent en de traditionele filmrecensent. De volgende probleemstelling stond daarbij centraal:

- In hoeverre verschillen online filmrecensies door amateurs van filmrecensies in kranten door professionals op het gebied van terminologie en recensietechnieken?

In dit hoofdstuk zal deze probleemstelling nog deels worden toegelicht en beantwoord. Om dit zo adequaat mogelijk te doen, is de probleemstelling opgedeeld in vijf dimensies: high art terminologie, kritische terminologie, high art recensietechnieken, populaire esthetische recensietechnieken en populaire esthetische terminologie. Op basis van deze dimensies zijn ook deelvragen en gerelateerde hypothesen geformuleerd. Elke deelvraag zal in dit hoofdstuk los worden behandeld. Als de vijf deelvragen zijn beantwoord, zal er een antwoord worden gegeven op de centrale probleemstelling. Hierop volgend zullen de gevonden resultaten worden teruggekoppeld naar de theoretische inzichten. Er zal afgesloten worden met een paragraaf waarin er gereflecteerd wordt op het onderzoek en de resultaten. Hier zullen ook aanbevelingen worden gedaan voor volgend onderzoek.

Allereerst met betrekking tot de dimensie van high art terminologie. Op basis van een analyse van filmrecensies uit de periode 1925-1985 van Baumann (2001) werd duidelijk dat de traditionele filmcritici, behorend tot de institutionele structuur van de

filmkritiek, meer termen gingen gebruiken die verwezen naar de films als een kunstvorm. Voorbeelden van deze termen zijn 'kunst', 'meester' en 'intelligent'. Deze intellectuele benadering leverde de filmcriticus ook legitimiteit op, waardoor de lezers het oordeel van de criticus 'geloofden'. Het discours van de traditionele filmcritici is onderdeel van het institutionele karakter van de filmkritiek. De opkomst van het Internet heeft ervoor gezorgd dat amateurs zich kunnen presenteren als filmcritici en buiten deze institutie om te werk kunnen gaan. Uit de resultaten van de kwantitatieve inhoudsanalyse is gebleken dat er door professionele filmcritici meer high art termen worden gebruikt dan door amateurs. De resultaten van de analyse lieten zien dat er meer termen voorkwamen in filmrecensies in kranten dan in filmrecensies van websites. Traditionele filmcritici gebruiken dus vaker een intellectuele benadering.

De tweede categorie die is onderscheiden is die van kritische terminologie. Dit zijn termen die veel worden gebruikt bij het analyseren van een film. Door een uitgebreide analyse te maken van de film, laat de filmcriticus zien dat hij de film serieus neemt. Termen als 'compositie', 'genre' en 'symbool' zijn kenmerkend voor deze aanpak. Ook deze termen worden gebruikt door de criticus om legitimiteit te verkrijgen. Uit de resultaten van de inhoudsanalyse kwam naar voren dat er geen verschil te vinden is in het gebruik van kritische terminologie. Door traditionele filmcritici worden dus niet meer kritische termen gebruikt dan door online filmcritici.

De high art recensietechnieken vallen onder de derde categorie. Naast de high art terminologie stelt Baumann (2001) ook vast dat er methoden van recenseren zijn waarbij de criticus de film op een intellectuele wijze benadert. Zo kan de filmcriticus de stijl van de regisseur vergelijken met andere regisseurs. Zo werd de stijl van Anton Corbijn door de Volkskrant in de filmrecensie van *THE AMERICAN* (2010) vergeleken met de stijl van Sergio Leone, filmregisseur van onder andere *ONCE UPON A TIME IN THE WEST* (1968). Met deze technieken geeft de criticus aan dat hij inzicht en verstand heeft van zijn vak. Hij kan namelijk verbanden leggen tussen verschillende stijlen. De resultaten van de inhoudsanalyse geven weer dat professionals in hun filmrecensies significant meer high art recensietechnieken gebruiken dan amateurs.

Als vierde dimensie werd het aantal populaire esthetische terminologie getoetst. Hiermee worden termen bedoeld die door filmcritici worden gebruikt als ze de film benaderen vanuit de ervaring van de kijker. Zo vallen termen als 'grappig', 'humor' en 'emotioneel' in deze categorie. De populaire esthetische terminologie kan gezien worden als een tegenpool van high art terminologie. De film wordt niet benaderd als een kunstvorm, maar als een bron van entertainment en vermaak. Aangezien Internet van origine een sociaal medium is, werd er in de analyse verwacht dat het

aantal populaire esthetische termen meer zouden worden gebruikt door amateurs. Uit de resultaten van de analyse kon er ook geconcludeerd worden dat er door amateurs meer populaire esthetische termen worden gebruikt dan door professionals. Dit houdt in dat de amateurcritici zich in hun filmrecensies meer bezig houden met de ervaring van de kijker.

De laatste categorie die werd onderscheiden was die van de populaire esthetische recensietechnieken. Ook hier geldt dat deze categorie gezien kan worden als een tegenpool van de high art recensietechnieken. Middels deze methoden van recenseren legt de filmcriticus ook het accent op de ervaring van de kijker en minder op de film als kunstvorm. De filmcriticus kan bijvoorbeeld benoemen welk publiek de film aanspreekt. Hij houdt zich dan bewust bezig met de ervaring van de kijker. Een duidelijk voorbeeld van deze recensietechniek kwam onder andere voor in de filmrecensie van *BLACK SWAN* (2011), afkomstig van de Engelse website LiveForFilms: 'It doesn't matter whether or not you like ballet, this is a film you must see if you love cinema'. Uit de resultaten van de analyse is gebleken dat er door amateurs meer populaire esthetische recensietechnieken worden gebruikt dan door professionals.

De probleemstelling is opgebouwd uit twee delen: terminologie en recensietechnieken. Vanuit de theorie werd er verwacht dat filmrecensies van professionals in kranten op basis van beide delen zou verschillen van online filmrecensies van amateurs. Om dit duidelijker te analyseren, zijn deze twee delen weer opgedeeld in de vijf dimensies die hierboven zijn besproken. Uit de resultaten kan geconcludeerd dat de filmrecensies van professionals in kranten niet op alle vijf dimensies verschillen van online filmrecensies van amateurs. De algemene hypothese (H1) van dit onderzoek kan daarom niet worden aangenomen. Als er naar de losse dimensies wordt gekeken, kan er geconcludeerd worden dat de filmrecensies in kranten op vier van de vijf dimensies verschillen. Zo worden er in filmrecensies in kranten meer high art termen en recensietechnieken gebruikt dan in online filmrecensies. Ook op basis van populaire esthetische recensietechnieken en terminologie zijn er verschillen: deze worden meer gebruikt door amateurs dan door professionals. Bij de dimensie kritische terminologie was er geen verschil te vinden.

De landen onderling verschilden maar op een van de vijf dimensies, namelijk op het gebruik van populaire esthetische terminologie. De filmrecensenten uit Amerika gebruikten de meeste populaire esthetische termen en de filmrecensenten uit Nederland de minste.

Hoe vallen deze resultaten terug te koppelen naar de theorie? Traditionele filmcritici zijn sinds de jaren '30 steeds meer gebruik gaan maken van high art terminologie en recensietechnieken. Het beeld van de film van de film veranderde mee: van entertainment-product naar een kunstvorm. Het discours van de filmkritiek, in de geanalyseerde periode nog alleen bestaande uit professionele filmcritici, speelde hier een grote rol in (Baumann, 2001). De resultaten van dit onderzoek toonden aan dat er door traditionele filmcritici nog gebruikt wordt gemaakt van deze terminologie en recensietechnieken. Als het vergeleken wordt met de resultaten uit de analyse van Baumann (2001) valt echter op dat er een afname is in het gebruik van de terminologie en recensietechnieken. Het volgt in zoverre de lijn van de analyse van Baumann (2001) waaruit was op te maken dat het aantal terminologie en recensietechnieken weer af nam na 1980. Deze blijven echter nog steeds onderdeel van het discours en de institutionele structuur. Aangezien online filmcritici buiten deze institutie om te werk gaan werd er dan ook verwacht dat deze minder gebruik zouden maken van deze termen en technieken. Dit bleek ook het geval te zijn en dit verschil is ook duidelijk terug te zien in de resultaten.

Ook de dimensie kritische terminologie was onderdeel van het discours van de traditionele filmcritici (Baumann, 2001). De scores bij deze dimensie lagen echter zeer laag in dit onderzoek. Ook was er geen verschil tussen het gebruik in online filmrecensies en in filmrecensies in kranten. Op basis van de resultaten van dit onderzoek kan er geconcludeerd worden dat deze terminologie nauwelijks nog onderdeel meer maakt van het discours en de institutionele structuur. Het blijkt ook niet specifiek te horen bij het discours van de online filmcritici.

De populaire esthetische terminologie en recensietechnieken zijn gebaseerd op onderzoek naar de criteria die muziekcritici gebruiken bij het recenseren van popmuziek. In deze analyse worden deze populaire esthetische termen en technieken recht tegenover de high art criteria geplaatst (Bielby, Moloney & Ngo, 2005, Van Venrooij & Schmutz, 2010). Deze benadering, waarbij het vooral draait om de ervaring van de gebruiker, sloot goed aan bij het sociale karakter van het Internet. Aangezien het aanbod op het Internet erg groot, zal de online filmcriticus zich sneller willen wenden tot de lezer. Subjectieve en kleurrijke inzichten komen daardoor ook vaker voor (Bowman & Willis, 2003). Aangezien deze termen en technieken een tegenpool waren van de high art criteria, staan ze symbool voor het werken buiten de institutionele structuur. Uit de resultaten kon er geconcludeerd worden dat deze dimensies meer gebruikt werden door online filmcritici. Keen (2007) merkte op dat het web 2.0 ervoor zorgde dat de expertise in de filmkritiek verdween, omdat elke amateur zich voor kon doen als een expert. Uit de resultaten is gebleken dat Keen (2007) gelijk

heeft gekregen: de amateur filmcritici etaleren geen expertise in de vorm van bijvoorbeeld high art recensietechnieken, zoals vergelijkingen trekken met andere regisseurs of films. Ze richten zich meer op de ervaring van de kijker. Deze resultaten sloten aan bij het beeld van het Internet als sociaal medium. Ook toonden deze resultaten aan dat filmcritici andere accenten leggen in hun filmrecensies als ze buiten de institutie te werk gaan.

Neal Gabler, filmcriticus van The Guardian, betoogde in zijn artikel dat er geen verschil meer was tussen de traditionele criticus en de online criticus. Het was niet meer mogelijk hier een onderscheid in te maken. En hij had deels gelijk: iedereen is nu in potentie een filmcriticus. De opkomst van het Internet (en web 2.0) heeft dit mogelijk gemaakt. Dit betekent echter niet dat ze gelijk aan elkaar zijn: ze verschillen significant op basis van terminologie en recensietechnieken. Er is dus nog wel degelijk een onderscheid te maken. De ontwikkeling die Keen (2007) schetst is er echter een waar rekening mee moet worden gehouden: de expertise van de online filmcritici is minder en er is sprake van een ander soort van informatie. Aangezien men zich via websites eenvoudig kan presenteren als 'experts' kan de consument hier wellicht minder onderscheid in maken. Het is, zoals Keen (2007) treffend stelt: 'With more and more of the information online unedited, unverified, and unsubstantiated, we will have no choice but to read everything with a skeptical eye' (Keen, 2007: 46). Zolang de consument beide groepen, online en professionele critici, niet als een gelijke gaat ervaren, want, zoals uit dit onderzoek is gebleken is daar geen sprake van, kan er gesproken worden van complementariteit. Door het web 2.0 is het echter steeds lastiger geworden voor de consument om hier een onderscheid in te maken.

6.1. DISCUSSIE

In dit onderzoek zijn in totaal zes mediatitels geanalyseerd: drie websites en drie kranten. Per land werd er een krant en een website gekozen. Het lage aantal kan als een tekortkoming van dit onderzoek worden gezien. Elk land kent tenslotte meerdere kranten, waardoor het kiezen van de Volkskrant (en niet het NRC Handelsblad of Trouw) selectief is. In volgend onderzoek kan kunnen wellicht andere mediatitels worden geanalyseerd om een beter beeld te krijgen.

Een van de websites die gekozen is, Reelviews, bestond uit één filmcriticus: James Berardinelli. Deze website werd gekozen, omdat er sprake was van een groot archief en een serieuze aanpak. Het feit dat de website werd geleid door een criticus kan echter als een tekortkoming worden gezien. Wellicht is deze namelijk niet representatief voor de online filmcritici.

De resultaten toonden aan dat er geen verschil waar te nemen was bij de dimensie van kritische terminologie. De scores lagen ook zeer laag. Deze dimensie was gebaseerd op een artikel van Baumann (2001). In dit artikel werd deze dimensie echter als onderdeel gezien van de high art terminologie. In dit onderzoek zijn ze van elkaar losgekoppeld en zijn er twee losse dimensies gemaakt: high art terminologie en kritische terminologie. Gezien de lage scores had het wellicht beter geweest als deze twee dimensies bij elkaar gevoegd waren als dimensie van high art terminologie.

De terminologie was gebaseerd op theoretische inzichten van Baumann (2001) en Van Venrooij & Schmutz (2010). Het onderzoeken van terminologie houdt automatisch in dat er ook bepaalde termen worden uitgesloten: zo werd de term 'emotioneel' wel gecodeerd, maar synoniemen als 'ontroerend' of 'sentimenteel' werden niet gecodeerd. Dit is een tekortkoming van de methode.

Er is tijdens de analyse geen rekening gehouden met de mate van gebruik. Zo werd er alleen gecodeerd als er een term of recensietechniek voorkwam in een filmrecensie. Als de hoeveelheid in een filmrecensie wel geteld was, waren de scores wellicht anders uitgevallen. In dit onderzoek stond de hoeveelheid echter bewust niet centraal. Zo kunnen er bijvoorbeeld tien termen in één filmrecensie voorkomen. Dit zou een vertekend beeld geven van het geheel.

Op basis van deze analyse kan er vervolgonderzoek worden gedaan naar onder andere de invloed van online filmcritici op consumenten. In deze analyse zijn namelijk vooral de verschillen tussen beide groepen aangestipt. Uit vervolgonderzoek kan eventueel blijken wat de verschillen in invloed op de consument zijn. Wellicht dat de consument hier nog duidelijk een onderscheid in ziet.

Er kan ook exploratief onderzoek worden gedaan naar nieuwe vormen van terminologie en recensietechnieken. Als het onderzoek van Baumann (2001) werd vergeleken met dit onderzoek, kon er geconcludeerd worden dat het aantal high art terminologie is afgenomen. Wellicht is er sprake van een verschuiving qua taalgebruik en recensietechnieken.

7. BIBLIOGRAFIE

- Allen, M. & Lincoln, A. (2004). Critical Discourse and the Cultural Consecration of American Films. *Social Forces*, 82(3), 871-893.
- Anderson, C. (2006). *The Long Tail*. London: Random House Business Books.
- Basuroy, S., Chatterjee, S. & Ravid, S.A. (2003). How Critical Are Critical Reviews? The Box Office Effects of Film Critics, Star Power, and Budgets. *Journal of Marketing*, 67, 103-117.
- Baumann, S. (2001). Intellectualization and Art World Development: Film in the United States. *American Sociological Review*, 66(3), 404-426.
- Baumann, S. (2002). Marketing, Cultural Hierarchy, and the Relevance of Critics: Film in the United States, 1935-1980. *Poetics*, 30, 243-262.
- Bielby, D., Moloney, M. & Ngo, B. (2005). Aesthetics of Television Criticism: Mapping Critics' Reviews in an Era of Industry Transformation. *Research in the Sociology of Organizations*, 23, 1-43.
- Boatwright, P., Basuroy, S. & Kamakura, W. (2007). Reviewing the Reviewers: the Impact of Individual Film Critics on Box Office Performance. *Quantitative Marketing Economics*, 5, 401-425.
- Bonus, H. & Ronte, D. (1997). Credibility and Economic Value in the Visual Arts. *Journal of Cultural Economics*, 21(2), 103-118.
- Bordwell, D. & Thompson, K. (2003). *Film Art: an Introduction* (7de druk). New York: McGraw-Hill.
- Bourdieu, P. (1980). The Production of Belief: Contribution to an Economy of Symbolic Goods. *Media, Culture & Society*, 2, 261-293.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: a Social Critique of the Judgment of Taste*. Cambridge: University Press.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*. Cambridge: Polity Press.
- Cameron, S. (1995). On the Role of Critics in the Culture Industry. *Journal of Cultural Economics*, 19, 321-331.

- Carr, N. (2008, july/august). Is Google Making Us Stupid? *The Atlantic*. Geraadpleegd op: <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/2008/07/is-google-making-us-stupid/6868/>
- David, S. & Pinch, T. (2005). Six Degrees of Reputation. The Use and Abuse of Online Review and Recommendation Systems. Geraadpleegd via een online database: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=857505
- Debenedetti, S. (2006). The Role of Media Critics in the Cultural Industries. *International Journal of Arts Management*, 8(3), 30-42.
- Deuze, M. (1999). Journalism and the Web: An Analysis of Skills and Standards in an Online Environment. *International Communication Gazette*, 61, 373-390.
- Deuze, M. (2003). The Web and its Journalisms: Considering the Consequences of Different Types of Newsmedia Online. *New Media & Society*, 5(2), 203-230.
- DiMaggio, P. (1987). Classification in Art. *American Sociological Review*, 52(4), 440-455.
- DiMaggio, P. (1992). Cultural Boundaries and Structural Change: The Extension of the High Culture Model to Theater, Opera, and the Dance, 1900-1940. In M. Lamont & M. Fournier (Red.), *Cultivating Differences: Symbolic Boundaries and the Making of Inequality* (pp. 21-54). Chicago: The University of Chicago Press.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C. & Shafer, S. (2004). From Unequal Access to Differentiated Use: A Literature Review and Agenda for Research on Digital Inequality. Geraadpleegd via de website van E. Hargittai: <http://www.eszter.com/research/c05-digitalinequality.html>
- Eliashberg, J. & Shugan, S. (1997). Film Critics: Influencers or Predictors? *Journal of Marketing*, 61, 68-78.
- French, P. (2011, jan. 30). Is the age of the critic over? *The Observer*. Geraadpleegd op <http://www.guardian.co.uk/culture/2011/jan/30/is-the-age-of-the-critic-over>
- Gabler, N. (2011, jan. 30). Everyone's a critic now. *The Observer*. Geraadpleegd op <http://www.guardian.co.uk/culture/2011/jan/30/critics-franzen-freedom-social-network>
- Gillmor, D. (2004). *We the Media*. Sebastopol: O'Reilly Media.
- Glynn, M.A. & Lounsbury, M. (2005). From the Critics' Corner: Logic Blending, Discursive Change and Authenticity in a Cultural Production System. *Journal of Management Studies*, 42(5), 1031-1055.

- Hargittai, E. & Walejko, G. (2008). The Participation Divide: Content Creation and Sharing in the Digital Age. *Information, Communication and Society*, 11(2), 239-256.
- Hicks, A. & Petrova, V. (2006). *Auteur* discourse and the Cultural Consecration of American Films. *Poetics*, 34, 180-203.
- Janssen, S. (1997). Reviewing as Social Practice: Institutional Constraints on Critics' Attention for Contemporary Fiction. *Poetics*, 24, 275-297.
- Janssen, S. (2005). Het soortelijk gewicht van kunst in een open samenleving: de classificatie van cultuuruitingen in Nederland en andere westerse landen na 1950. *Sociologie*, 1(3), 292-315.
- Janssen, S., Verboord, M. & Kuipers, G. (2010). Classificaties in de kunstjournalistiek: hoge en populaire cultuur in Europese en Amerikaanse elitekranten 1995-2005. *Sociologie* 6(4), 51-77.
- Keen, A. (2007). *The Cult of the Amateur*. New York: The Doubleday.
- Lasica, J.D. (2003). Blogs and Journalism Need Each Other. *Nieman Reports*, 70-74.
- Lewis, S.C., Kaufhold, K. & Lasorsa, D. (2010). Thinking About Citizen Journalism: The Philosophical and Practical Challenges of User-Generated Content for Community Newspapers. *Journalism Practice*, 4(2), 163-179.
- Lizardo, O. & Skiles, S. (2009). Highbrow Omnivorousness on the Small Screen? Cultural Industry Systems and Patterns of Cultural Choice in Europe. *Poetics*, 37, 1-23.
- Media Center. (2003). *We Media: How Audiences Are Shaping the Future of News and Information*. Geraadpleegd via de website van The Media Center: <http://www.mediacenter.org/mediacenter/research/wemedia>.
- O'Reilly, T. (2005). *What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models For the Next Generation of Software*. Geraadpleegd via de website van T. O'Reilly: <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>
- Peterson, R.A. (1992). Understanding Audience Segmentation: From Elite and Mass to Omnivore and Univore. *Poetics*, 21, 243-258.
- Rees van, C.J. (1983). How a Literary Work Becomes a Masterpiece: On the Threefold Selection Practised By Literary Criticism. *Poetics*, 12, 397-417.

- Rees van, C.J. (1987). How Reviewers Reach Consensus on the Value of Literary Works. *Poetics*, 16, 275-294.
- Rees van, C.J. (1989). The Institutional Foundation of a Critic's Connoisseurship. *Poetics*, 18, 179-198.
- Rees van, C.J., Vermunt, J. & Verboord, M. (1999). Cultural Classifications Under Discussion: Latent Class Analysis of Highbrow and Lowbrow Reading. *Poetics*, 26, 349-365.
- Rice, R.E. & Haythornwaite, C. (2006). Perspectives on Internet Use: Access, Involvement and Interaction. In L.A. Lievrouw & S.M. Livingstone (Red.), *Handbook of New Media: Social Shaping and Social Consequences of ICTs* (pp. 92-113). London: SAGE Publications.
- Sarris, A. (1962). Notes on the Auteur Theory. *Film Culture*, 561-564.
- Scheufele, Bertram. "Content Analysis, Quantitative." *The International Encyclopedia of Communication*. Donsbach, Wolfgang (ed). Blackwell Publishing, 2008. [Blackwell Reference Online](http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode?id=g9781405131995_chunk_g97814051319958_ss136-1). 19 June 2011
<http://www.communicationencyclopedia.com/subscriber/tocnode?id=g9781405131995_chunk_g97814051319958_ss136-1>
- Shrum, W. (1991). Critics and Publics: Cultural Mediation in Highbrow and Popular Performing Arts. *American Journal of Sociology*, 97(2), 347-375.
- Slot, M. & Frissen, V. (2007). Users in the 'Golden Age' of the Information Society. *Observatorio Journal*, 3, 201-224.
- Suchman, M.C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.
- Tyler, T.R. (2006). Psychological Perspectives on Legitimacy and Legitimation. *Annual Review of Psychology*, 57, 375-400.
- Venrooij van, A. & Schmutz, V. (2010). The Evaluation of Popular Music in the United States, Germany and the Netherlands: a Comparison of the Use of High Art and Popular Aesthetic Criteria. *Cultural Sociology*, 4, 395-421.
- Verboord, M. (2010). The Legitimacy of Book Critics in the Age of the Internet and Omnivorousness: Expert Critics, Internet Critics and Peer Critics in Flanders and the Netherlands. *European Sociological Review*, 26(6), 623-637.

APPENDIX 1 - CODEERSHEMA

Hieronder is het codeerschema weergegeven wat in dit onderzoek centraal zal staan. De terminologie en technieken in dit codeerschema zijn gebaseerd op literatuur van Baumann (2001), Bielby, Moloney & Ngo (2005) en Venrooij & Schmutz (2010). Met betrekking tot de terminologie, zal er een onderscheid worden gemaakt tussen de Engelstalige en Nederlandstalige termen. Zo zal er bijvoorbeeld in de Engelstalige recensies worden gelet op de term 'art'. In de Nederlandstalige recensies zal er dan gezocht worden naar de term 'kunst'.

-

Naam codeur:

Medium (categorie, naam en land):

Auteur recensie:

Film:

Aantal woorden:

-

DIMENSIES

1. HIGH ART TERMINOLOGIE

Engelstalige recensies

- Stel vast of er een vermelding is van een naam gevolgd door 'ian' en 'esque', bijvoorbeeld 'Hitchcockian' of 'Kafkaesque'.
- Stel vast of er een vermelding is van de volgende high art termen: 'brilliant', 'genius', 'inspired', 'intelligent', 'master', 'work' en 'art'. Ook de verschillende varianten hierop worden meegerekend, zoals 'artistic' (van 'art') of 'inspiring' (van 'inspired').

Nederlandstalige recensies

- Stel vast of er een vermelding is van een naam gevolgd door 'iaans' of 'ësk', bijvoorbeeld 'Hitchcockiaans' of 'Kafkaësk'.
- Stel vast of er een vermelding is van de volgende high art termen: briljant, genie, geïnspireerd, intelligent, meester, werk en kunst. Ook de verschillende varianten hierop worden meegerekend, zoals 'kunstzinnig' (van kunst) of 'meesterlijk' (van meester).

2. KRITISCHE TERMINOLOGIE

Engelstalige recensies

- Stel vast of er een vermelding is van de volgende kritische termen: 'composition', 'genre', 'irony', 'metaphor', 'satire', 'symbol', 'originality', 'innovation', 'complexity' and 'tone'.

Nederlandstalige recensies

- Stel vast of er een vermelding is van de volgende kritische termen: compositie, genre, ironie, metafoor, satire, symbool, originaliteit, innovatie, complexiteit en toon.

3. HIGH ART RECENSIETECHNIEKEN

Stel vast of de volgende recensietechnieken wordt vermeld

- In de recensie komen zowel positief als negatief commentaar samen.
Bijv.: *De criticus prijst de 'visuele kunststukjes', maar vindt het narratieve deel van de film slecht uitgewerkt* (uit: recensie TENDER SON, door de Volkskrant).
- In de recensie wordt de regisseur benoemd.
Bijv.: *From the Thai director Apichatpong Weerasethakul* (uit: recensie UNCLE BOONMEE WHO CAN RECALL HIS PAST LIVES, door NY Times).
- In de recensie worden regisseurs onderling vergeleken.
Bijv.: *De vergelijking tussen Anton Corbijn (THE AMERICAN) en Sergio Leone (ONCE UPON A TIME IN THE WEST)* (uit: recensie THE AMERICAN, door liveforfilms.co.uk).
- In de recensie worden verschillende films onderling vergeleken.
Bijv.: *De vergelijking tussen THE A-TEAM en MIAMI VICE* (uit: recensie THE A-TEAM, door liveforfilms.co.uk).
- In de recensie wordt de film geïnterpreteerd.
Bijv.: *Robuust mag ze ogen, stoer en onverzettelijk in de ogen van haar jongere broertje en zusje, maar het is een harnas dat geen werkelijke bescherming biedt in deze contreien* (uit: recensie WINTER'S BONE, door de Volkskrant).

- In de recensie wordt de film op een tweeledig niveau beoordeeld.
Bijv.: *Weinig verhalen zijn zo schrijnend, ontroerend en actueel* (uit: recensie CATFISH, door de Volkskrant).
- In de recensie wordt een onderscheid gemaakt tussen kunst en entertainment.
Bijv.: *The production offers a level of non-intellectual entertainment* (uit: recensie THE A-TEAM, door reelviews.net).
- In de recensie wordt een aspect onderscheiden die te oppervlakkig is om van te genieten.
Bijv.: *It's hard to imagine a movie as ultimately superficial as TRON: LEGACY* (uit: recensie TRON: LEGACY, door reelviews.net).

4. POPULAIRE ESTHETISCHE TERMINOLOGIE

Engelstalige recensies

- Stel vast of er een vermelding is van de volgende populaire esthetische termen: 'humor/humour', 'funny', 'entertaining', 'scary', 'eeriness', 'emotional', 'energetic', 'joyful' en 'pleasure'. Ook de verschillende varianten worden hierop meegerekend, zoals 'humoristic' (van 'humor').

Nederlandstalige recensies

- Vermelding van de volgende populaire esthetische termen: humor, grappig, entertainment, eng, griezelig, emotioneel, energie, plezier en genot. Ook de verschillende varianten worden hierop meegerekend, zoals 'humoristisch' (van humor).

5. POPULAIRE ESTHETISCHE RECENSIE-TECHNIEKEN

Stel vast of de volgende recensietechnieken wordt vermeld

- In de recensie wordt er een negatieve houding ten opzichte van kunst ingenomen.
Bijv.: *Thinking about DRIVE ANGRY is the wrong way to approach the production. It's one of those movies that has to be experienced for what it is* (uit: recensie DRIVE ANGRY, door reelviews.net).

- In de recensie wordt de participatie en ervaring van de kijker besproken.
Bijv.: *You can enjoy the exploits of a superhero while at the same time showing your hipness by laughing at some of the sillier clichés* (uit: recensie KICK-ASS, door reelviews.net).
- In de recensie worden orale referenties gemaakt.
Bijv.: *De filmmakers lijken alles wat maar enigszins naar drama neigt, met een grote suikerlaag te hebben bedekt* (uit: recensie ELLE: A MODERN CINDERELLA TALE, door movie2movie.nl).
- In de recensie houdt de recensent zich bewust bezig met het publiek wat de film aanspreekt.
Bijv.: *ELLE: A MODERN CINDERELLA TALE is een film waarbij vooral jonge meisjes plezier aan zullen beleven* (uit: recensie ELLE: A MODERN CINDERELLA TALE, door movie2movie.nl).

APPENDIX 2 - OUTPUT VAN SPSS

In deze appendix zal de output van SPSS worden weergegeven. Deze is op dezelfde manier opgebouwd als het hoofdstuk 'resultaten'. Er wordt dus per dimensie weergegeven wat de output is van het regressiemodel.

2A. HIGH ART TERMINOLOGIE

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,374 ^a	,140	,134	,75006

a. Predictors: (Constant), Deze recensie is afkomstig uit Amerika, De categorie waar de filmrecensie onder valt, Het aantal woorden van de filmrecensie, Deze recensie is afkomstig uit Engeland

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54,457	4	13,614	24,199	,000 ^a
	Residual	334,742	595	,563		
	Total	389,198	599			

a. Predictors: (Constant), Deze recensie is afkomstig uit Amerika, De categorie waar de filmrecensie onder valt, Het aantal woorden van de filmrecensie, Deze recensie is afkomstig uit Engeland

b. Dependent Variable: Hoeveel high art terminologie wordt er gebruikt?

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-,411	,105			-3,902	,000
De categorie waar de filmrecensie onder valt	,353	,065	,219		5,446	,000
Het aantal woorden van de filmrecensie	,001	,000	,419		8,974	,000
Deze recensie is afkomstig uit Engeland	-,081	,082	-,047		-,983	,326
Deze recensie is afkomstig uit Amerika	-,238	,088	-,139		-2,715	,007

a. Dependent Variable: Hoeveel high art terminologie wordt er gebruikt?

2B. KRITISCHE TERMINOLOGIE

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,199 ^a	,040	,033	,78728

a. Predictors: (Constant), Deze recensie is afkomstig uit Amerika, De categorie waar de filmrecensie onder valt, Het aantal woorden van de filmrecensie, Deze recensie is afkomstig uit Engeland

ANOVA^d

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15,170	4	3,792	6,119	,000 ^a
	Residual	368,789	595	,620		
	Total	383,958	599			

a. Predictors: (Constant), Deze recensie is afkomstig uit Amerika, De categorie waar de filmrecensie onder valt, Het aantal woorden van de filmrecensie, Deze recensie is afkomstig uit Engeland

b. Dependent Variable: Hoeveel kritische terminologie wordt er gebruikt?

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,240	,111			2,171	,030
De categorie waar de filmrecensie onder valt	,026	,068	,016		,378	,706
Het aantal woorden van de filmrecensie	,001	,000	,198		4,018	,000
Deze recensie is afkomstig uit Engeland	,026	,086	,015		,304	,761
Deze recensie is afkomstig uit Amerika	,008	,092	,005		,089	,929

a. Dependent Variable: Hoeveel kritische terminologie wordt er gebruikt?

2C. HIGH ART RECENSIE-TECHNIKEN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,407 ^a	,166	,160	1,17420

a. Predictors: (Constant), Deze recensie is afkomstig uit Amerika, De categorie waar de filmrecensie onder valt, Het aantal woorden van de filmrecensie, Deze recensie is afkomstig uit Engeland

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163,317	4	40,829	29,613	,000 ^a
	Residual	820,357	595	1,379		
	Total	983,673	599			

a. Predictors: (Constant), Deze recensie is afkomstig uit Amerika, De categorie waar de filmrecensie onder valt, Het aantal woorden van de filmrecensie, Deze recensie is afkomstig uit Engeland

b. Dependent Variable: Hoeveel high art recensietechnieken worden er gebruikt?

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,493	,165		15,115	,000
De categorie waar de filmrecensie onder valt	1,042	,101	,407	10,279	,000
Het aantal woorden van de filmrecensie	,001	,000	,170	3,702	,000
Deze recensie is afkomstig uit Engeland	,224	,128	,083	1,748	,081
Deze recensie is afkomstig uit Amerika	-,099	,137	-,036	-,718	,473

a. Dependent Variable: Hoeveel high art recensietechnieken worden er gebruikt?

2D. POPULAIRE ESTHETISCHE TERMINOLOGIE

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,387 ^a	,150	,144	,95482

a. Predictors: (Constant), Deze recensie is afkomstig uit Amerika, De categorie waar de filmrecensie onder valt, Het aantal woorden van de filmrecensie, Deze recensie is afkomstig uit Engeland

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	95,520	4	23,880	26,193	,000 ^a
	Residual	542,454	595	,912		
	Total	637,973	599			

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	,383	,134			2,857	,004
De categorie waar de filmrecensie onder valt	-,345	,082	-,167		-4,185	,000
Het aantal woorden van de filmrecensie	,001	,000	,199		4,277	,000
Deze recensie is afkomstig uit Engeland	,266	,104	,121		2,548	,011
Deze recensie is afkomstig uit Amerika	,427	,112	,195		3,828	,000

a. Dependent Variable: Hoeveel populaire terminologie wordt er gebruikt?

a. Predictors: (Constant), Deze recensie is afkomstig uit Amerika, De categorie waar de filmrecensie onder valt, Het aantal woorden van de filmrecensie, Deze recensie is afkomstig uit Engeland

b. Dependent Variable: Hoeveel populaire terminologie wordt er gebruikt?

2E. POPULAIRE ESTHETISCHE RECENSIETECHNIKEN

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,252 ^a	,063	,057	,90054

a. Predictors: (Constant), Deze recensie is afkomstig uit Amerika, De categorie waar de filmrecensie onder valt, Het aantal woorden van de filmrecensie, Deze recensie is afkomstig uit Engeland

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,656	4	8,164	10,067	,000 ^a
	Residual	482,529	595	,811		
	Total	515,185	599			

a. Predictors: (Constant), Deze recensie is afkomstig uit Amerika, De categorie waar de filmrecensie onder valt, Het aantal woorden van de filmrecensie, Deze recensie is afkomstig uit Engeland

b. Dependent Variable: Hoeveel populaire recensietechnieken worden er gebruikt?

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	1,206	,127			9,532	,000
De categorie waar de filmrecensie onder valt	-,449	,078	-,242		-5,777	,000
Het aantal woorden van de filmrecensie	-4,199E-5	,000	-,011		-,235	,815
Deze recensie is afkomstig uit Engeland	,074	,098	,038		,755	,450
Deze recensie is afkomstig uit Amerika	-,097	,105	-,049		-,923	,356

a. Dependent Variable: Hoeveel populaire recensietechnieken worden er gebruikt?