

## Pleidooi voor het trage kijken

### De autonomie van de schilderkunst in een conceptueel verzadigd stadium

Pieter Adriaans

Er zijn in 2011 ongeveer 2 miljard mensen aangesloten op het internet. Als die gemiddeld 500 foto's op hun harddisk hebben dan is dat een verzameling van 1 biljoen afbeeldingen. Wie al die plaatjes een seconde lang bekijkt is meer dan 31000 jaar bezig. Kortom, je kunt geen schilderij maken of er is ergens op het web wel een afbeelding die er een beetje op lijkt. Zeker als je de plaatjes op 'thumbnail' formaat vergelijkt. Het wordt moeilijk nog met een 'nieuw idee' voor een schilderij te komen.

De ontwikkelingen van het laatste decennium dwingen ons de vraag naar het bestaansrecht van de schilderkunst opnieuw te stellen. Niet zozeer omdat de schilderkunst in het verdomhoekje zou zitten. Integendeel, er is de laatste jaren een gestage herwaardering van het realistisch schilderen op gang gekomen. Er is een redelijke markt van galerieën en kunstbeurzen waar enthousiaste verzamelaars beeldende kunst kopen. Je kunt, als je goed bent, met een beetje geluk best je brood verdienen met schilderen. Overal ter wereld zijn schilderfabriekjes waar mensen op bestelling een vakantiefoto, of een bestaand meesterwerk kunnen laten naschilderen in echte olieverf op echt canvas. Vaak zijn de resultaten nog niet eens zo heel slecht. Geen wonder: met een computer en een projector wordt de klus redelijk overzichtelijk. Mensen willen kennelijk nog steeds een 'echt' schilderij aan de muur hebben.

Maar toch, als dat de enige motivatie voor het maken van schilderijen is, dan wordt het een beetje mager. Waar is het avontuur van de schilder gebleven? Wat kan ons nog verrassen? De kunstkritiek helpt ook niet erg. Criteria voor het beoordelen van werk lijken er niet meer te zijn. Theoretische concepten (creativiteit, mimesis, abstractie ?!) lijken hun kracht verloren te hebben en kunstenaars die manifesten schrijven of -ismes (stuckism, fuckism) lanceren hebben iets meelijwekkends. Iemand koopt een schilderij omdat het 'hem iets doet' en daarmee is de kous af.

Op zich is daar niks mee, maar voor wie het gevoel van vreugde en ontroering kent die de beschouwer kan bevangen bij het ontmoeten van een echt goed schilderij in levende lijve, kan dit niet het hele verhaal zijn. Ik ken bijna alle schilderijen van Tiepolo (ja, Tiepolo, de suikerzoete laat-barok meester van het valse sentiment, ik kan het niet helpen, ik vind het prachtig) van reproducties, en kan een aantal redelijk natekenen uit mijn hoofd, maar toen ik bij toeval een Tiepolo zag in Kiev stond ik als aan de grond genageld. Geen enkele website of fotoboek kan op tegen de directe ervaring van het werk zelf. Het probleem ligt dan ook niet zozeer bij de schilderkunst, die is nog steeds springlevend, maar meer in het debat er over. Kort gezegd: iedereen lult over plaatjes en niemand over schilderijen, ... of in de taal van de kunsthistoricus: de schilderijen zijn in het discours als unieke objecten verdwenen achter hun herhaalbare representaties. In de taal van de TV: de vakantiefoto's zijn belangrijker geworden dan de vakantie. We weten allemaal dat er niks zo saai kan zijn als naar andermans vakantie foto's kijken.

Met de opkomst van de moderne media is het debat over de schilderkunst verworden tot een debat over representaties: een schilderij dat is een fotootje in rasterdruk in de krant of een file op de PC. Er

is vaak gezegd dat de opkomst van de fotografie de schilderkunst bevrijd heeft van de noodzaak realistisch te schilderen. Het heeft ook de illusie geschapen dat een schilderij adequaat mechanisch gereproduceerd kan worden. Onze voorouders wisten dat je moest reizen om een werk echt te zien. Voor de moderne global-media burger hoeft dat niet meer. Het schilderij is digitaal beschikbaar in de infosfeer en met een muisklik op te roepen. Dit heeft het vermogen van het publiek werkelijk te kijken aangetast. Een dikke brij van lenzen, chips, films, brochures, papier is tussen ons en het eigenlijke werk komen te staan. Zelfs in een museum moet je tussen de mensenmassa's doorwringen om een glimp van een meesterwerk achter een plaatje perspex op te vangen. Een beeldscherm doet exact wat het zegt, het schermt het beeld af.

Doordat de discussie alleen nog maar over representaties gaat wordt de schilderkunst vanzelf gereduceerd tot conceptuele kunst. Daarmee wordt zij beroofd van datgene wat haar het meest eigen is: de directe zintuiglijke ervaring van het unieke werk. Onze zintuigen zijn het product van honderden miljoenen jaren evolutie. Ze zijn zo ontzettend veel rijker en krachtiger dan hun mechanische vervangers. Op het moment dat je accepteert dat je werk adequaat mechanisch gereproduceerd kan worden is er geen verweer meer tegen een puur conceptuele benadering. Het werk zelf doet er uiteindelijk niet meer toe. Je kunt een analogie trekken met de goudstandaard. Wanneer de dekking in goud voor een munt wordt losgelaten begint die langzaam te devalueren en nadert in de limiet het punt waar de prijs van bankbiljetten gelijk is aan die van oud papier. Dan zijn we weer terug bij af, het geld zelf is evenveel waard als het materiaal waarvan het gemaakt wordt (net als bij de oorspronkelijke gouden munten), maar ieders vermogen is verdampt.

In de huidige tijd van televisie, videoclips, games en computers dreigen we te vergeten dat schilderijen unieke informatieve objecten zijn die je niet zomaar in een oogopslag kunt beoordelen. Een goed schilderij gaat meer dan een mensenleven mee. Het is juist ook weer de moderne informatie technologie die ons die uniciteit van kunstwerken kan helpen begrijpen. De schilderkunst is geen conceptuele kunst, althans niet primair. Haar conceptuele ruimte is verzadigd maar haar artistieke mogelijkheden zijn nog steeds onbeperkt. Zoals bijna altijd in haar geschiedenis heeft de schilderkunst ook nu weer een unieke positie die haar uitermate actueel maakt. De uitdagingen zijn zelden groter geweest. Terug naar de verf, terug naar het schilderij zelf. Echte schilders maken echte schilderijen voor echte mensen.

De visuele omgeving van de gemiddelde burger in de 21<sup>e</sup> eeuw is verzadigd. Hij krijgt veel meer beelden voorgeschoteld dan hij kan verwerken. Hij heeft geleerd selectief te kijken. In een fractie van een seconde moet besloten worden of het zin heeft meer aandacht aan een plaatje te besteden. Hij kijkt met de blik van de jager: aanvallen of niet. Veel kunstenaars, galeriehouders en musea gaan mee in deze ontwikkeling: er is vraag naar schokkende direct leesbare beelden (liefst met veel bloed, pies poep en sperma, schattig schokkende schilderijen), goed voor de merchandising. Een schilderij kan in een museum niet meer bekeken worden zonder dat er een hoop tekst en uitleg van de curator geconsumeerd moet worden. De website wordt belangrijker dan de collectie. Er worden webverkiezingen gehouden (Saatchi showdown). Zo'n exercitie wordt meestal gewonnen door zwaar opgemaakte kunst die zich direct bloot geeft. Kunst voor de jagersblik.

Deze manier van kijken is schadelijk voor de schilderkunst. Het wordt daarom tijd dat de schilders wat meer op hun poot spelen in het maatschappelijk debat. Niemand hoeft zich van mij iets aan schilderen gelegen te laten liggen, (veel blinde mensen schijnen een heel bevredigend bestaan te

hebben) maar als je mee wilt doen, dan wel volgens de regels. Als de vertegenwoordigers van het zogenaamde stuckism (<http://www.stuckism.com/>) wat beter hadden geschilderd dan was het best een interessante beweging geweest. Hun activisme is verfrissend met de slogan: "Artists who don't paint aren't artists". Nu is het een protest zonder inhoud. Niettemin kunnen schilders wat meer assertief zijn. Het kost iemand een behoorlijke inspanning een goed schilder te worden (de bekende 10.000 uur) en het is dan altijd wat pijnlijk om de een of andere zap-kijker te horen zeggen dat hij dat nu wel gezien heeft. Dus hierbij wat handreikingen:

- Een goed schilderij werkt altijd als een spiegel, sommige mensen zien er alleen zich zelf in.
- Je moet minimaal even lang naar een schilderij kijken als de tijd die het gekost heeft om het te maken.
- Kunstenaars die niet schilderen zijn geen kunstenaars (stuckism).
- Kunst die alleen op kunst lijkt in een museum is geen kunst (stuckism).
- Zo van 1920 tot 1970 hebben de schilderkunst en de musea iets voor elkaar kunnen betekenen.
- In een democratie hoort geen staatskunst te bestaan (vrij naar Diederik Kraaijpoel). Wie alleen schildert voor de musea is een parasiet.
- La plus grande des immoralités est de faire un métier qu'on ne sait pas. (Napoleon)
- Echte schilders maken echte schilderijen voor echte mensen.
- Schilderen is alleen weggelegd voor sterke geesten.
- Wie het echte werk niet gezien heeft, kan niet oordelen.
- Het kost minimaal een uur televisie om een beetje schilderij te laten zien.
- Een goed schilderij gaat langer dan een leven mee.
- Een plaatje zegt meer dan duizend woorden, en een schilderij meer dan een miljoen. Daar valt dus niet tegen op te kletsen.

Dus, weg met de uitleggers! Verplichte bijscholing voor alle critici, commentatoren, curatoren, managers, kunstredacties, galeriehouders, beeldduiders, museum directeurs, journalisten, reproductiekijkers, mediafilosofen, uitgevers en blaadjeschrijvers die het beeld reduceren tot het woord. Weg met kunst voor de jagersblik. Weg met de zelfexpressie. Weg met de ik-heb-recht-op-waardering-want-ik-ben-oprechte-amateur houding (Een amateur chirurg is ook niet leuk, hoeveel die ook van het vak houdt. Als je echt goed bent, ben je geen amateur.). Dood aan de '-ismes'. Weg met de talentloze scharrelaars die afgeven op wat ze zelf niet beheersen. Weg van de musea. Weg van de instituties. Weg van de overheid. Weg van de media. Terug naar de materie. Terug naar het schilderij zelf. Even niks zeggen, even niet interpreteren. Laat het beeld voor zich zelf spreken. Terug naar het trage kijken.

## Technische uitwerking

- Voorbeelden van de verzadigingshandel:
  - o <http://www.schildersfabriek.nl/>,
  - o <http://www.paintyourlife.com/>,
  - o <http://www.oil-paintings-reproductions.com/>
  - o tegenwoordig ook geautomatiseerde reproductiehandel bij <http://www.saatchionline.com/>)
  - o Het proces kan ook geautomatiseerd worden: <http://www.aboutonlinetips.com/convert-your-photo-into-cartoon-characters/>
  - o En het reclamebureau pikt ook een graantje mee: <http://koerskunst.nl/het-seizoen-van-de-amateur/>
  
- De waarde die een schilderij voor de beschouwer heeft kan van veel factoren afhangen:
  - o Omdat het iets voorstelt waar de kijker een relatie mee heeft (persoon, plaats gebeurtenis). Dit is de basis voor de waardering van veel realistische kunst.
  - o Omdat het als object geassocieerd is met een gebeurtenis, persoon of plaats waar de kijker een relatie mee heeft (gekocht op vakantie in ..., gekregen van Oom ..., hing altijd in de kamer van tante ...).
  - o Omdat het statusverhogend werkt (gekocht van ..., nog voor hij beroemd werd, hangt ook in museum ..., etc.).
  - o Omdat het goed staat boven het bankstel.
  - o Omdat het gewoon mooi is.
  - o Omdat het goed past in een bepaalde kunststroming, in de theoretische besommeringen of politieke overtuiging van de beschouwer (is een uitstekend voorbeeld van ..., kenmerkend voor de manier waarop ...).
  - o Omdat het veel geld kost (Lieweling van de jetset..., bracht onlangs nog ... op bij veilinghuis ...)
  - o Omdat de maker beklagenswaardig was en miskend stierf. De beschouwer kan zich op afstand zetten van de vermeende domheid van zijn voorouders en zich wentelen in een (veelal door de overheid gefaciliteerde) egostrelende beleving onderdeel te zijn van de postume rehabilitatie van een genie.
  - o Omdat het de maker zich veel moeite heeft moeten getroosten het werk te maken (een hele schutting door California, een heel museum blauw met Bic-balpoints, een koperen staaf een hele kilometer de aarde in etc.)
  - o Omdat de maker zich extreme beperkingen heeft opgelegd (met de voet of mond schilderen, elke dag een zelfportret of een getal schilderen, alleen maar blauwe honden schilderen).
  - o Omdat het medium verrassend is: (schilderen met poep, bloed of sperma! Daar had nou nog werkelijk niemand aan gedacht).
  
- Met al die benaderingen van waarde is op zich niets mis, echter voor de schilder is er maar één maatstaf voor het waarderen van een schilderij: De intrinsieke picturale kwaliteit. Die kan niet efficiënt talig verwoord worden, maar de blik nodig om kwaliteit te herkennen kan wel getraind worden. Kwaliteit kan gezien worden.

- Er zijn informatierijke en informatiearme kunstvormen.
  - Informatiearme kunstuitingen kunnen in een paar bytes of hoogstens kilobytes gereproduceerd worden, zij zijn talig. De complexiteit van informatierijke kunstvormen ligt ordes hoger.
  - Informatierijke media zijn geassocieerd met directe ervaring: dans, toneel, schilderkunst, muziek, bioscoop. De essentie van informatierijke kunstvoorwerpen is hun uniciteit en onherhaalbaarheid.
  - informatiearme media zijn geassocieerd met reproductie: boek, krant, televisie, computer, internet, video, film. De essentie van informatierijke kunstvoorwerpen is hun reproduceerbaarheid.
  - Informatiearme media kunnen de essentie van informatierijke media niet efficiënt weergeven. Je hebt al gauw een uur televisie nodig om een beetje een indruk van een schilderij te krijgen.
  - Elke kunstvorm is ingebed in een conceptuele ruimte van talige descripties: stijlen, regels, canons, -ismes, etc.
  - Conceptuele kunst is gebonden aan talige beschrijvingen en daardoor fundamenteel informatiarm.
  - Het menselijk oog en het menselijk oor (evenals de reuk, de smaak en de tast) zijn vanuit het perspectief van de evolutie zeer oude rijke zintuigen die een nog onbegrepen vermogen hebben de werkelijkheid waar te nemen en te interpreteren. Zij zijn in staat veel grotere hoeveelheden informatie te verwerken dan in taal efficiënt weergegeven kan worden.
  - De conceptuele ruimte van een kunstvorm kan daardoor verzadigd raken. Dat betekent niet dat alle mogelijke werken gemaakt zijn, maar wel dat talige beschrijvingen of informatiearme reproducties van individuele werken niet meer voldoende zijn om ze van elkaar te onderscheiden en te duiden.
  - Bij een zintuig als de reuk is de conceptuele ruimte al heel snel verzadigd, we hebben nauwelijks woorden om verschillende geuren van elkaar te onderscheiden. Het heeft nog 30.000 jaar geduurd voordat de visuele ruimte talig verzadigd raakte.
  
- De schilderkunst is (met de muziek, keramiek en de kookkunst) een van de informatierijke kunstvormen die in de twintigste eeuw hun 'verzadigingspunt' hebben bereikt.
  - Individuele objecten binnen verzadigde kunstvormen onttrekken zich aan simpele conceptuele analyses in termen van -ismes, stijlen, stromingen etc. Zij kunnen alleen van uit zich zelf beoordeeld worden.
  - Voor de muziek, de kookkunst en de beeldende kunst speelde de opkomst van grootschalige machinale productie van beelden, ingrediënten en melodieën een belangrijke rol bij het bereiken van een verzadigd stadium.
  - Als de geschiedenis maar lang genoeg doorgaat raken alle kunstvormen op een gegeven moment in een verzadigd stadium.

- De gevolgen van zo'n verzadiging laten zich analyseren:
  - Democratisering van de productie: iedereen kan het maken. Een explosie van how-to boeken, cursussen, instructie video's, websites etc.
  - Wegvallen van de context, door een overmaat aan context. Alles wat simpel beschreven kan worden is al gemaakt. Elk recept is al geprobeerd.
  - Hang naar extreme prikkels: groter, harder, hoger, smeriger, brutaler. Peakshift fenomenen.
  - Recycling van bestaande kunst, samples, citaten, collages.
  - Productie van extreem simpele werken (stilte, wit doek, zwart vierkant, nouvelle cuisine, etc.).
  - Formulering van canon's: Deze canonisering werkt als een ordening van de conceptuele ruimte. De descriptieve structuur van de verzadigde ruimte wordt de norm waaraan nieuwe werken zich dienen te meten (schildert u realistisch, impressionistisch, surrealistisch of abstract).
  - De werken uit de canon zelf verworden tot clichés. (Mona Lisa achter perspex, Van Gogh's zonnebloemen op de verjaardagskalender, theeservies met de lachende jongen van Hals).
  - Depreciatie van virtuositeit: de canon levert de norm voor wat virtuoos is en wat niet. Training van virtuositeit wordt economisch onaantrekkelijk. Ambachtelijke how-to kennis gaat verloren. Algemene terugval van kwaliteit.
  - Machtsconcentratie bij distributie kanalen met bijbehorende persoonsverheerlijking. Het Idols effect: de creatie van manipuleerbare sterren die stijf staan van de contracten.
  - De economische macht komt te liggen bij de distributie kanalen en de media. Alleen werken die mediamorf (Radio mix, Saatchi 500x500 pixels showdown, Fauvisme en de opkomst van de kleurendruk etc.) zijn, krijgen aandacht.
  - Maatschappelijke instituties worden irrelevant. Organisaties die een maatschappelijke rol hebben bij het vaststellen van canon's (musea, theaters, critici) kunnen slecht uit de weg met de overmaat aan context van verzadigde kunstvormen. Zij bestaan bij de gratie van het feit dat ze zelf nieuwe contexten creëren. Als de contextuele ruimte verzadigd is passen nieuwe werken daar niet meer in. Zij krijgen de neiging de kunstvorm als afgerond te beschouwen (dat hebben we nu wel gezien).
  - Musea kunnen niet veel doen voor verzadigde kunstvormen. Veel moderne schilderijen in musea zijn picturaal irrelevant, omdat ze niet vanuit het perspectief van de autonomie van de schilderkunst geselecteerd zijn.
  
- Schilderen is het aanbrengen van verf op een plat vlak. De schilderkunst is autonoom. Haar doel is het maken van krachtige schilderijen.
  - De kracht van een schilderij wordt bepaald door zijn interne structuur en zijn verhouding tot andere schilderijen.
  - De kijker is niet relevant, de werkelijkheid niet, de maker ook niet, het gaat om de werken zelf.
  - Een schilderij is een eindig object. De visuele ruimte van de schilderkunst is de verzameling van alle mogelijke schilderijen. Deze verzameling van alle mogelijke

schilderijen is in principe eindig, hoewel ze binnen de beperkingen van onze wereld nooit uitgeput kan worden.

- Het visuele discours baant zich een weg door de visuele ruimte en ontwikkelt zich als het geheel van schilderijen dat gemaakt is.
  - Een dergelijke ontwikkeling wordt gestuurd door de creativiteit van de kunstenaars en beperkt door onze lichamelijkheid en culturele, economische en politieke factoren.
  - Een slecht schilderij kan een goed kunstwerk zijn, maar niet binnen het discours van de schilderkunst. Omgekeerd is een goed schilderij nooit een slecht kunstwerk.
  - De kracht van een schilderij en zijn relatie tot andere werken kan in principe objectief beoordeeld worden, maar in veel gevallen is het in praktische zin niet mogelijk een dergelijk oordeel efficiënt te formuleren. Onze kennis van de criteria voor het beoordelen van schilderkunst staan nog in de kinderschoenen. Dat geldt ook voor ons begrip van de werking en verspreiding van beelden binnen het domein van de cultuur.
  - Het bereiken van een stadium van verzadiging heeft tot een crisis in de reflectie op kunst geleid. Intellectuele categorieën zijn niet verfijnd genoeg om de ontwikkeling van de moderne schilderkunst te analyseren. De inhoudelijk reflectie is eigenlijk de laatste vijftig jaar tot stilstand gekomen. Hedendaagse critici komen niet verder dan het realisme-versus-abstractie probleem en termen als 'mimesis' en 'afbeelding'.
- Deze ontwikkelingen kunnen begrepen worden vanuit de theorie van de 'facticiteit' die betekenisvolle informatie bestudeert.
- De facticiteit van een dataset is hoger naarmate er een betere balans is tussen model en willekeur: tussen orde en chaos. Het is een maat voor de intrinsieke 'spanning' binnen een data set.
  - Formeel kan facticiteit gedefinieerd worden als de lengte van de model informatie onder two-part code compressie van de data set (zie mijn papers daarover).
  - Facticiteit kan worden gebruikt voor het analyseren van evolutionaire processen die betekenisvolle informatie scheppen: evolutie zelf, de beurs, een spelletje blufpoker, ontwikkeling van kunststromingen, het maken van een kunstwerk. We spreken van factische processen.
  - Factische processen worden gestuurd door een optimale spanning tussen twee conflicterende principes:
    - randomness aversie (geen willekeur, ruis): puur willekeurige processen leveren geen interessante structuren op.
    - model aversie (geen model, verveling): alles wat uit een voorgedefinieerd model is afgeleid, is conditoneel aan dat model niet interessant.
  - De taak van de kunstenaar, het scheppen van krachtige werken, kan gezien worden als het optimaliseren van conditionele facticiteit: dwz het creëren van een werk dat een maximale interne spanning (compositie, materiaal, kleur, textuur) heeft en tegelijk voldoende afstand neemt van datgene wat al bestaat.
  - Evolutie is een goed voorbeeld van een factisch proces: de omgeving waarin een dier moet leven bepaalt zijn overlevingskansen. Individuen die onvoldoende overlevingskansen hebben worden uitgefilterd. De ruimte van mogelijke soorten

wordt verkend door random mutatie van genen. Daardoor groeit de facticiteit (i.e. biodiversiteit) van de leefomgeving.

- Er zijn verschillende technieken die de kunstenaar kunnen helpen facticiteit te optimaliseren. Het inbrengen van gepland toeval in het scheppingsproces is van essentieel belang. Emergent schilderen is een voorbeeld. Het gebruiken van een rijke textuur of materie schilderen zijn mogelijk andere.
- Schilderijen van lage facticiteit ontstaan door:
  - Werken volgens een vooropgezet plan.
  - Zomaar wat doen.
  - Emoties schilderen.
  - Kopiëren.
  - Herhaling.
  - Collage technieken.
  - Fotorealistisch schilderen.
  - Schilderen in de trant van de oude meesters.
  - Schilderen voor de revolutie of de verheffing van het proletariaat.
  - Schilderen voor het museum, de galerie of de criticus.
- Dit alles heeft gevolgen voor de verkoop en marketing van schilderkunst: een unieke ervaring van een uniek object kun je maar een keer hebben. Daar moet dus voor betaald worden.
- Vroeger kon je muziek alleen genieten als je lijfelijk bij een uitvoering was. Toen kwam de opname techniek en verschoof de markt naar verkoop van informatiedragers. Sinds alles op het web te vinden is wordt dat minder interessant. Dit heeft geleid tot een revival van het (mega)concert als middel om geld te verdienen. Van directe ervaring naar representatie en weer terug naar ervaring.
- Een schilderij kan op verschillende manieren te gelde gemaakt worden:
  - Door het direct te verkopen (ervaring).
  - Door het ten toon te stellen en entree te heffen (ervaring).
  - Door kopieën te verkopen (representatie).
- Synthetische versus analytisch schilderen.
  - Analytisch: het onderwerp is gegeven, de schilder analyseert al kijkend. Hij vertrekt in de werkelijkheid en komt aan bij het schilderij.
  - Synthetisch: de schilder stelt het beeld samen. Hij vertrekt uit het schilderij en creëert iets wat er nog niet was.
  - Sommige onderwerpen dwingen een manier van schilderen af. Historische gebeurtenissen als een veldslag kunnen alleen synthetisch geschilderd worden. Het is niet een gebeurtenis waarbij je lekker plein air achter je ezel kan gaan zitten. Impressionistisch schilderen is bij uitstek analytisch. Dat dwingt een bepaalde keuze van onderwerpen af: lezende mensen, tuinfeestjes, stillevens, landschappen etc.



- De blik van de beschouwer. Welke rol wordt de beschouwer toebedeeld in het schilderij.
- Analytisch:
  - Raam (Pasieve kijker, Trompe L'oeil, landschap)
  - Camera obscura, Fotograaf (vakantiekiekjes, landschap, portret).
- Synthetisch:
  - Virtueel (Geestesoog, Historiestukken, Vlot van de Medusa)
  - Participerend in de handeling (Caravaggio, funniest home videos, youtube)
  - Gefragmenteerd (Cubisme)
  - Alomtegenwoordig (Omgekeerd perspectief, Icoon)
- Door zich te richten op puur analytisch schilderen beperkt de kunstenaar zijn blikveld enorm door het blote feit dat je enige uren je ezel ergens neer moet zetten om te werken. Je krijgt schilderijen waarop 'het altijd zondagmiddag is' (vrij naar Peter van Houten).