

Miriam Rasch

De spagaat van de online kunstkritiek

Het internet is open voor iedereen, maar grote commerciële bedrijven als Google en Facebook maken er de dienst uit. Diepgang en nuance staan daarom onder druk. Hoe kan online kunstkritiek in deze omgeving gedijen?

Google is een slechte raadgever, zeker bij inhoudelijke zaken. Wat vindt men van expo X, film Y of boek Z? De zoekmachine antwoordt met een lijst webwinkels, ticket-services, agenda's en citymarketing. Maar dat diepgaande essays of vernieuwende stukken niet op de eerste pagina met Google-resultaten staan, wil niet zeggen dat ze niet bestaan. Voor het vinden ervan moet je alleen moeite doen.

En die moeite is het waard. Als we het hebben over kunstkritiek op internet is de veronderstelling dat kritiek belangrijk is. Maar waarom? Mijn favoriete antwoord op die vraag komt van Daniel Mendelsohn, criticus bij *The New Yorker*. Hij vertelt over zijn kennismaking als schooljongen met kunstkritiek: 'I thought of these writers [critici] above all as teachers, and like all good teachers they taught by example; the example that they set, week after week, was to

recreate on the page the drama of how they had arrived at their judgments' (Mendelsohn 2012). Vervolgens noemt hij twee karakteristieken die voor een goede criticus onmisbaar zijn: expertise en gevoeligheid, 'whatever it was in the critic's temperament or intellect or personality that the work in question worked on'.

Expertise en gevoeligheid hebben te maken met diepgang en nuance – precies wat in het digitale tijdperk onder druk staat. Dat ligt niet aan de critici en hun talent en enthousiasme, maar aan de middelen. De logica van het internet zorgt enerzijds voor openheid – iedereen kan meedoen, op alle mogelijke manieren – en anderzijds voor een structuur waarin grote commerciële bedrijven zoals Google en Facebook de dienst uitmaken. Dat is de spagaat waarin de online kritiek – de kritiek van de toekomst – zit.

Uitwaaierend kritisch landschap

Dat betekent niet dat het internet expertise en gevoeligheid op voorhand uitsluit. Het internet is niet één groot eenvormig medium (met Google als entree); het biedt een infrastructuur waarop diverse media kunnen functioneren. En niet alleen media: op het web kan iedereen schrijven, publiceren en distribueren. Als er al een crisis van de kritiek is, lijkt dat toch vooral die van de gevestigde criticus van het (papieren) dag- of weekblad, die in vaste dienst diepgravende artikelen kan schrijven. Geen divers gezelschap, waar nieuwkomers maar met moeite binnendringen. Wat gebeurt er als dit wordt opengebroken door nieuwe publicatiemogelijkheden waar geld en diepgang niet vanzelfsprekend zijn, maar die wel onbeperkt ruimte en toegankelijkheid bieden?

Ten eerste vervaagt de kwalificatie van professionele kunstkritiek: veel meer verschillende mensen bedrijven kritiek, op een semiprofessionele wijze – vrijwillig, maar in redactieverband; betaald, maar voor een habbekrats; ad hoc, want naast andere werkzaamheden. Ten tweede zal de kritiek steeds meer vormen aannemen en buiten traditionele, kritische media opduiken. Beide duiden op een steeds breder uitwaaierend kritisch landschap.¹

Er zijn genoeg jonge mensen die willen schrijven over kunst en literatuur. En dat doen ze, online, want daar kun je meteen terecht.

Bijvoorbeeld bij recensiesites *8WEEKLY* of *Cleft*, of digitale magazines als *De Optimist* of *hard//hoofd*. Meestal onbetaald, maar wel na selectie. Dit soort media hebben vaak een grote (vrijwillige) redactie die veel werk stopt in het begeleiden van haar auteurs.² Deze krijgen de kans om meters te maken en te experimenteren, en ontvangen gerichte, inhoudelijke feedback. Er is een natuurlijk verloop: talenten stromen door naar andere media die wel betalen of op papier verschijnen. Maar het zou jammer zijn als het internet alleen proeftuin is voor de traditionele kritiek. Het moet meer kunnen bieden, eigen mogelijkheden openen. Aan ruimte geen gebrek, noch aan enthousiasme.

Transparantie

Toch is de verscheidenheid aan stemmen ook online niet vanzelfsprekend. De ontwikkeling van het internet naar een enorme marketing-machine ondermijnt de kritiek in het bijzonder. Marketing onderscheidt niet maar uniformiseert. Hetzelfde geldt voor platformen, de heersers van het web. De invloed van Facebook en Google, om de grootste te noemen, op de journalistiek groeit en is eerder die van grote gelijkmaker dan een stimulans voor verscheidenheid. Deze twee monopolies zijn samen verantwoordelijk voor een grote meerderheid van de lezers van online media, wat het steeds noodzakelijker maakt om te schrijven met Facebook en Google voor ogen. Expertise en gevoeligheid worden dan al gauw omgevormd tot *clickbait*, zoals de tien *fun facts* (expertise) die je vermeld doen staan (gevoeligheid). Terwijl internet dus de kritiek openbreekt en andere stemmen een kans biedt – verscheidenheid in sekse, expertise, etnische en geografische achtergrond – vormt het ook een gevaar voor die verscheidenheid.

Nieuwe online initiatieven zouden niet alleen een voorportaal moeten zijn voor de traditionele media, en schrijven voor het web niet een opleiding tot schrijven voor Google en Facebook. Onderzoeker Ryan Gillespie noemt transparantie de grootste uitdaging voor online kritiek. Zeker als je het publiek bij je werk wilt betrekken, moet je expliciet zijn over wat je doet, over je redenen en maatstaven (Gillespie 2012). Waar schrijf je voor? Wie betaalt dat? Wie betaalt jij met wat je doet? Facebook? Het museum waar je over schrijft? Je eigen publieke profiel? →

De uitdaging voor critici ligt erin om behalve tegenover de kunst waarover zij schrijven, ook tegenover de digitale technologie die zij gebruiken, hun onafhankelijkheid te bewaren.

Hoe kan de kritiek, waar expertise en gevoeligheid worden ingezet om te laten zien hoe je tot een oordeel komt, binnen die logica van het web dan wel optimaal functioneren?

Hybrid criticism

Ik wil enkele voorbeelden noemen. Het eerste is een project dat we met het Domein voor Kunstkritiek, PublishingLab en Instituut voor Netwerkcultuur hebben uitgevoerd, waarin onderzoek naar nieuwe vormen van kritiek resulteerde in een serie vormvernieuwend, multimediale en diepgravende kunstkritische producties.³ Is het mogelijk om het publiek op een niet-hiërarchische wijze bij een artikel te betrekken, door bijvoorbeeld commentaar niet onder maar naast een stuk te plaatsen? Hoe kunnen beeld en geluid dragers zijn van diepgravende analyse? En welke tools zijn er voorhanden om multimediale artikelen te produceren? Kwesties die vragen om een grote investering in tijd, menskracht en geld. Ze reiken voorbij de criticus die op zijn studeerkamer een stuk schrijft; voor dit soort multimediale producties is het nodig samen te werken met een interdisciplinair team van redacteurs, vormgevers en webontwikkelaars.

Het vergt een forse investering, maar kan kleinschaliger, door die individuele criticus zelf. Door bijvoorbeeld een geschreven essay te combineren met een blog, vlog of podcast – media die voor iedereen ter beschikking staan en die je relatief eenvoudig kunt leren beheersen. Ik heb dit eerder *hybrid criticism* genoemd, met als voorbeeld mijn verzamelde kritieken van het werk van Karl Ove Knausgård: inmiddels bestaande uit een blog op mijn eigen website, een vlog voor de VPRO, een online recensie

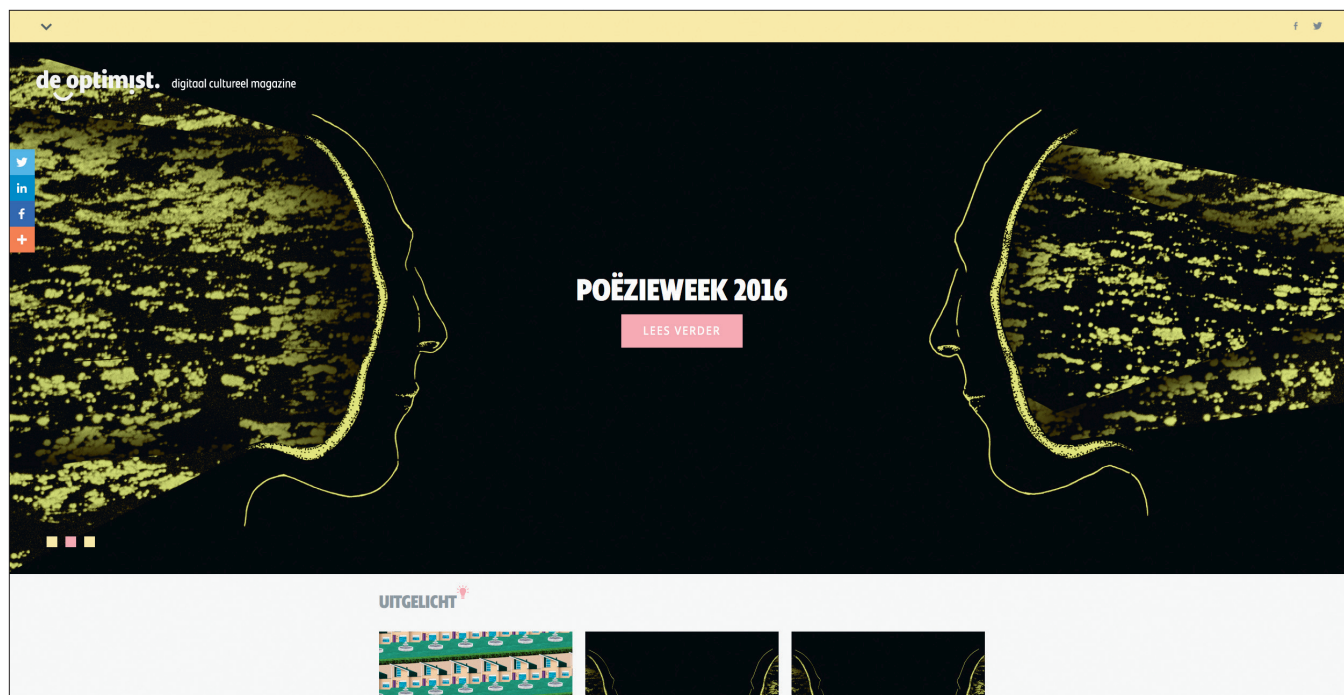
voor boekhandel Athenaeum en een artikel voor *De Gids*, kortom verspreid over zoveel mogelijk kanalen, betaald en onbetaald, lang en kort, met persoonlijke inslag en als expert, et cetera (Rasch 2014). Zo bereik je niet alleen een groter en diverser publiek, maar komt ook de kunstkritische praktijk op een ander, hoger niveau. Het maakt verschil of je twee-, drieduizend woorden aan een betoog kunt besteden, of in vijf minuten praten voor de camera tot de kern moet komen. En juist het bestuderen van de medium-specifieke kenmerken (in dit geval van video) kan leiden tot een heel andere invulling van de kritische opdracht die je jezelf stelt.

Autonomie

Dat vraagt om experimenteerdrijf van de criticus. Het volgende voorbeeld dat ik wil aanhalen laat zien hoe dat ook kan uitpakken. De Amerikaanse kunstkriticus Brian Droitcour beschrijft in het artikel ‘Vernacular criticism’ hoe hij het platform Yelp – vooral bedoeld om restaurants en cafés te beoordelen – inzet om kritische essays over musea en galeries te publiceren (Droitcour 2014). Terwijl dit platform volledig functioneert in de commerciële structuur van het internet – gebruikers leveren gratis content waar Yelp aan verdient en die de besproken horecagelegenheden kunnen gebruiken in hun marketing – blijkt dat het tegelijk een heel andere soort kritiek mogelijk maakt: over plaatsen, gebouwen waar je fysiek naar binnen gaat en een ervaring opdoet. Die ervaring wordt onderbouwd met rationele argumenten, maar ook met poëzie of humor. ‘I felt like as if I were in a large field with different patches of flowers around me,’ schrijft een Yelp’er over haar ervaring in het Metropolitan Museum of Art, en dan niet per se positief bedoeld.

Droitcour gebruikt de logica van het platform om iets te doen wat diametraal tegenover die logica staat, namelijk zijn expertise en gevoeligheid tot uitdrukking brengen én tegelijk nieuwe vormen ervan ontdekken. Het is een manier om de grenzen van de kritiek en haar vermogen tot transformatie te onderzoeken. Maar het vraagt concentratie en scherpte om jezelf niet te laten meeslepen in diezelfde logica van commercialisering en advertenties. Het internet in zijn huidige structuur hangt in die zin samen met de kern van kritiek: een kritische houding ten

Hoe kunnen beeld en geluid dragers zijn van diepgravende analyse?



deoptimist.net

opzichte van het systeem waarin ze opereert. Dan gaat het niet meer om professionals versus amateurs of om papier tegenover online. Eerder is een verdeel-en-heerstactiek aan te bevelen.⁴ Het komt niet alleen maar neer op geld, maar vooral op autonomie. ●

Literatuur

- Douglas, S. (2015) 'Advice for art writers: keep your standard of living extremely low'. In: *Artnews*, 12 februari. (www.artnews.com/2015/02/12/advice-for-art-writers-keep-your-standard-of-living-extremely-low)
- Droitcour, B. (2014) 'Vernacular criticism'. In: *The New Inquiry*, 25 juli. (www.thenewinquiry.com/essays/vernacular-criticism)
- Gillespie, R. (2012) 'The art of criticism in the age of interactive technology: critics, participatory culture and the avant-garde'. In: *International Journal of Communication*, jrg. 6, 56-75. (ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/936/683)
- Mendelsohn, D. (2012) 'A critic's manifesto'. In: *The New Yorker*, 28 augustus. (www.newyorker.com/books/page-turner/a-critics-manifesto)
- Rasch, M. (2014) 'Online kunstkritiek/hybrid criticism'. Op: www.miriamrasch.nl, 23 oktober 2014. (www.miriamrasch.nl/nieuwe-media/online-kunstkritiek-hybrid-criticism)
- Scherz, L. (2013) 'Kunstkritiek 2.0'. In: *Rektoverso*, nr. 58. (www.rektoverso.be/artikel/kunstkritiek-20)

Noten

- 1 Voor een goed overzicht van nieuwe vormen van kunstkritiek, zie Scherz (2013).
- 2 Ik was zelf van 2008-2012 betrokken bij de redactie van *8WEEKLY*.
- 3 Zie www.publishinglab.nl/dekunstvandekritiek.
- 4 Ik hoop dat het advies van Lucy Lippard aan jonge schrijvers niet de enige oplossing is: 'keep your standard of living extremely low and you can write what you want'. Zie Douglas (2015).