

Kunstkritiek 2.0

Laurence Scherz

**REKTO
VERSO** TIJDSCHRIFT
VOOR
CULTUUR
EN KRITIEK



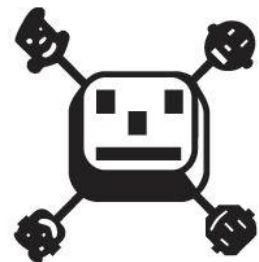
Column & essay

Nr. 58 oktober - november 2013

Verdwijnt straks de kritische kunstkritiek, samen met de papieren versies van literaire en culturele tijdschriften? Over die toekomst leeft nogal wat onzekerheid, maar zinvoller dan treurnis of nostalgie is een constructief zelfonderzoek. Tot welke nieuwe vormen van kunstkritiek nodigt het internet uit? Er bestaan al meerdere (internationale) voorbeelden die kunnen inspireren tot nieuwe visies en praktijken. Een *mapping* van mogelijkheden.

Het lamento over de teloorgang van de kunstkritiek is intussen bekend. De commercialisering van de kwaliteitskranten heeft van hun cultuurbijlagen infotainment gemaakt: 'oppervlakkige journalistiek in een aantrekkelijke, verkoopbare verpakking', zo noemt Rob Wijnberg het in zijn boek *De nieuwsfabriek*. Recensies dienen daarbij vooral als verdoken publiciteit voor wie sowieso al opvalt, of voor wie adverteert. 'De onafhankelijke kunstcriticus die zich niets aantrekt van de markt, bestaat niet meer', concludeerde critica Anna Tilroe in november 2012 op het symposium *I am for an Art Criticism that ...* in het Rotterdamse museum Witte de With.

Nichtijdschriften leveren wel nog kunstbeschouwing met kwaliteit af, maar vechten tegen dalende advertentie-inkomsten en/of abonneeaantallen. In België gaven de literaire magazines *Revolver*, *Het Trage Vuur* en *Met Andere Zinnen* er in 2010 tegelijk de brui aan. Boven de Moerdijk verdwenen het jongste jaar *Hollands Diep*, *Leesgoed* en *Parmentier*, en gaf *Mister Motley* zijn papieren vorm op. In Nederland zijn er ook geen subsidies voor kunsttijdschriften meer. Hun aanbod verbreekt over vele kleine eilandjes, hoor je steeds vaker beweren.



DIGITALE DREIGING?

Een grote schuld dragen de digitale media, is de geijkte conclusie in het debat over ‘de crisis van de kunstkritiek’. *Open source*-sites als [Aaaaarg](#) of [Ubuweb](#) gooien hoogwaardige content, zoals kunstfilosofische boeken, zomaar te grabbel en voeden de graticultuur, ten koste van betalende media en tijdschriften. Internet knaagt – door zijn sterke democratisering en zijn wildgroei aan meningen – ook aan de autoriteit van de criticus. Jörg Heiser van het kunsttijdschrift *frieze* stelde op *I am for ...* dat de professionele selectie van de criticus is vervangen door een illusie van *global transparency*: ‘Het publiek lijkt alles te kunnen volgen en weten, zonder er te hoeven zijn.’ Onze bereidwilligheid om langere artikels te lezen smelt weg.

Klassieke cultuurtijdschriften zien zulke evoluties met lede ogen aan. Ze beseffen wel dat ze ‘het net op moeten’, maar beschikken niet over de middelen voor een gedegen aanpak. De digitale ruimte zien ze vooral als een kostenbesparend platform voor hetzelfde tekstuele format als in hun papieren verschijningsvorm. Sommige vertalen hun tijdschrift in een digitale pdf met klassieke bladzijden die je kan omslaan of uitprinten, andere gebruiken het web als extra vangnet voor *spillover* content. Maar in de geesten blijven vele tijdschriften vasthouden aan de gekoesterde waarde van papier – ook al wordt digitaal lezen populair: zo heeft *De Standaard* al zo’n 6 % [iPad-abonnees](#).

Wat te doen? Cultuurpessimisme zal weinig zoden aan de dijk brengen, en voor louter blind optimisme over de eigen kracht is die dijk wellicht niet hoog genoeg. Zou het kunnen dat de kunstkritiek ook lijdt aan een eigen verstarring? Haar basismodel – één expert vertelt zijn lezers in geschreven vorm hoe die naar kunst horen te kijken – is intussen al zowat twee eeuwen zo goed als ongewijzigd gebleven, terwijl onze cultuur wel continu verandert. Radio en televisie hebben ooit wel alternatieve formats uitgeprobeerd – denk aan *Container* van Jef Cornelis of de videobrieven van de pas overleden Dirk Lauwaert – maar die hebben een bepaald soort kritiek veeleer afgesloten dan een nieuwe aangekondigd. Benutten critici en cultuurtijdschriften de toenemende opportuniteiten wel genoeg?

DE KRACHT VAN PAPIER

Eerst nog dit: papieren publicaties zijn in deze digitale tijden zeker niet per definitie ten dode opgeschreven, op voorwaarde dat ze hun specifieke drager extra uitspelen. Zo is de tactiele waarde van papier moeilijk te vervangen. ‘De textuur, geur en analoge flexibiliteit van papier zullen altijd beter zijn dan digitaal’, stelt Alessandro Ludovico in zijn boek *Post-Digital Print*. Kunstenaarsboeken en gespecialiseerde publicaties moeten volledig inzetten op hun materiële meerwaarde om te overleven, vond ook Yannick Bouillis van [Offprint Paris](#) op de conferentie [Nieuwe manieren van online publiceren](#) in de Rietveld Academie in september 2012.

Zo maakt het filmtijdschrift *Little White Lies* (LWL) van haar papieren versie vaak een heus spektakel. Zijn [themanummer](#) rond Superman was deels gemaakt van staal, en rond Jack Kerouacs *On the Road* werd een [editie](#) gepubliceerd die op één rol uit de typemachine kwam. Ook *Mousse*, een ander hip kunsttijdschrift, gaat in die analoge nostalgie mee, met nummers in zwart-wit en op krantenpapier, vol beeldmateriaal. Exclusiviteit werkt, net als bijzonderheid.

PAPIER VERSUS DIGITAAL

De nieuwe media kunnen een papieren tijdschrift ook stimuleren. Een smartphone-applicatie als de **Layar App** (met Augmented Reality) laat een papieren artikel tot leven komen na het scannen van een QR-code op de pagina. Op je smartphone krijg je bij het artikel prompt een gefilmd interview, een vertaalde versie of effecten die lijken op hologrammen, zoals in het designtijdschrift **Sappi**. Ook voor het eigenlijke drukwerk van magazines bieden digitale media uitwegen, denk aan kostenbesparend drukwerk als POD (*print on demand*) of *self-publishing*.

Online en papier hoeven elkaar niet uit te sluiten, het komt er veeleer op aan ze complementair te versterken

Naast de digitale media die in dienst staan van de papieren uitgave, kan een tijdschrift er ook voor kiezen om een site te worden met een boekje, in plaats van andersom. *LWL* maakt zijn nummers beschikbaar via de distributeur Issuu.com, een database voor tijdschriften die dienst doet als een gratis online kiosk (en er ook zo uitziet). Het e-tijdschrift van *LWL* valt daar te lezen als een ingescand tijdschrift. Tegelijk houdt **Issuu.com** dit pdf-bestand beschikbaar op zijn moedersite, wat we ook zien bij een vergelijkbare distributeur als **Scribd**. Deze online catalogus levert (ook voor e-boeken) een uitgebreide service: je kan artikels bewaren voor later, een 'readcast' aanmaken, zien hoeveel mensen de publicatie lazen en zelfs in een deel van de bladspiegel je commentaar plaatsen.

Zo zijn er vele kleine en jonge kunsttijdschriften die zweren bij digitale aanwezigheid. Ze profileren zich als multimediaal tijdschrift, links naar sociale media of kanalen als Vimeo zijn legio. *LWL* onderhoudt naast zijn site zelfs een Tumblr-beeldenblog. Online en papier hoeven elkaar dus niet uit te sluiten, het komt er veeleer op aan ze complementair te versterken.

NIEUWE MANIEREN VAN LEZEN

Maar de extra opportuniteiten van internet gaan verder, ook op artikelniveau. De meest bekende (en al gebruikte) tools zijn natuurlijk *hyperlinken* en *embedden*: doorverwijzen naar andere bronnen, voor een meer gelaagde lezing. Via hyperlinks kunnen lezers de bronnen van de auteur zelf nalezen of nakijken, ongelijke voorkennis bijspijkeren, volgens eigen noodzaak doorsurfen op een thema. Het verrijkt de klassieke kunstkritiek met twee basisprincipes van internet: meer emancipatie bij de gebruiker en meer samenwerking tussen producenten.

En daar hoeft het niet te stoppen. De gamerecensie '**Infinity Blade Review**' op de site *Kill Screen* past zichzelf aan: de lezer ziet zinnen veranderen terwijl hij leest. Ook *word of tag clouds* kunnen content in een andere vorm presenteren. Ze bieden associatieve sleutelwoorden, gegroepeerd in 'wolken', waarbij hun grootte en dikte de frequentie van onderwerpen aanduidt: een extra ingang voor lezers en een handige zelfpromotie voor een medium, zo toont bijvoorbeeld de parodiërende nieuwssite **De Rechtzetting**. Digitale processen voeden dus meer dynamische manieren van lezen en selecteren. Terwijl kunstkritiek op papier veelal één poort biedt op een rechte weg, openen zich online meerdere toegangen op een veelzijdig, beweeglijk netwerk.

BETROKKEN LEZERS

Vooraf voor de positie van de lezer vormen dit soort tekstuele innovaties een kleine revolutie: een artikel hoeft geen eenrichtingsverkeer meer te zijn, maar geeft gebruikers ook kans op respons. Dat bewijzen bijvoorbeeld de lange *threads* van commentaren onder de artikels van *De Rechtzetting*. Alleen, hoe structureer je die discussies? Hoe vermijd je dat lezersparticipatie niet totaal vrijblijvend wordt? Het is de hamvraag van het hele democratische bestel. Dat vandaag zowat elke lezer of burger zijn stem kenbaar kan maken, betekent nog niet automatisch dat die stemmen samen meer waarde genereren ...

Cruciaal is een goede redactionele moderatie. Dat is het verschil tussen de gesprekken op *The Literature Network* – een levendig, maar niet echt kwaliteitsvol forum – en duidelijker omliggende publieksparticipatie bij initiatieven als *Rotten Tomatoes*, een toonaangevende site voor filmrecensies, gebouwd op de mening van haar gebruikers. Ook kunstsites als *Rhizome*, *Furtherfield* of *Alphaville* vonden goede formats voor de bijdrage van hun publiek. Om deel te nemen aan de discussie (en vaak ook al gewoon het gesprek te mogen volgen), moet je je eerst registreren. Zo bouwde *Rhizome* een community uit die op zijn site veel plek krijgt, met korte biografieën van de gastschrijvers, die zelf artikels plaatsen. Gebruikers krijgen de kans om hun portfolio te uploaden, mededelingen te posten of zelfs vacatures te plaatsen. De cinefiele site *Letterboxd* lijkt dan weer op een ‘online leesclub’ voor film liefhebbers, te vergelijken met een verzameling oordelen van je Facebook-vrienden.

CO-CREATIE

Waar ligt de grens tussen pure *vox pop* – een echokamer over kunst – en reflectie die zich verrijkt door meerstemmigheid, voorbij het soloperspectief van één criticus? Een mogelijk onderscheid ligt in de betrokkenheid van ‘critici’ om die losse echo’s finaal op toon te zetten, te modereren. Dat zie je ook in offline experimenten rond kunstbeschouwing. *Hallo Stedelijk*, een initiatief van het Stedelijk Museum, gebruikt de taal van Twitter: in 140 tekens mag je direct na je bezoek je mening geven. Die simpele publieksontvankelijkheid verschilt sterk van pakweg het project *Hoog Bezoek* van podiumcriticus Wouter Hillaert op het Kunstenfestivaldesarts 2012. Hij bezocht acht voorstellingen met telkens een andere (politieke, religieuze, sociale, economische, ...) deskundige, voor een kort nagesprek rond hun indrukken en hun eigen kijk op het behandelde onderwerp. Deze publieksinput werd bewerkt tot korte videomontages, die online verschenen en aan het slot van het festival geïnterpreteerd werden tot één kritische stem. Dat is het verschil tussen publiekswerking en kritiek: de dialoog als een vorm van co-creatie.

Dat is het verschil tussen publiekswerking en kritiek: de dialoog als een vorm van co-creatie

Bij hard//hoofd leidt die co-creatie tot een gesprek tussen critici onderling. In de ‘*Filmtrialoog*’, een populaire rubriek, converseren minimaal drie redacteurs over één film, bij wijze van recensie. Ook *The New York Times* had al boeiende experimenten, zoals het artikel van A.O. Scott en Manohla Dargis over het nut van Oscar-uitreikingen. Het is neergeschreven als een dubbelgesprek, maar is uitgebreider dan de ‘*Filmtrialoog*’ en duidelijk een tekstuele conversatie. Een derde dialoogvorm is die tussen critici en kunstenaars. Zo groepeerde kunstinitiatief *Lokaal 01* beide partijen om

van elkaar te leren, of samen te werken met galeriehouders. De vorm van hun interactie is heel vrij: het finale artikel kan gaan over het werkproces van de kunstenaar, spiegelt een één-op-één-gesprek tussen schrijver en kunstenaar of toont een rondetafelgesprek (met publiek of specialisten). Online of offline, visies worden geconfronteerd en leiden samen tot een dieper inzicht. Kunstkritiek als ploegwerk, volgens de multi-filosofie van het web.

KRITIEK VOOR ALLE ZINNEN

Literaire en culturele tijdschriften volgen die dialogische filosofie al in stijgende lijn, maar een braakland blijven de buiten-tekstuele opportuniteiten van internet. In de grote nieuwsmedia wordt de combinatie van digitale media wel al ingezet. Zo maakte *The New York Times* van zijn **berichtgeving** over een bergtocht een multimediale leeservaring: tijdens het scrollen komen er filmpjes, fotoreeksen of geanimeerde *infographics* tot leven. Binnen de kunstkritiek is er het digitale essay *Kafka's Wound*. Bovenaan vind je een *word cloud* als overzicht, tussen de lijnen combineert het video, geluid of beeld. Al lezend kan de gebruiker kiezen welke aanvulling hij 'openvouwt'. Elke soort aanvulling heeft een ander teken, waardoor hij zijn lectuur volledig zelf kan stroomlijnen – door bijvoorbeeld alle geluidsmateriaal te negeren.

Het doet je beseffen dat de klassieke – tekstuele – kunstkritiek eigenlijk maar een heel beperkte mediale vertaling biedt van zijn zo veelzijdige onderwerp. Hoe kan kunstkritiek meer zinnen aanspreken, naar het voorbeeld van interactieve poëzie (tekst met beeld, geluid of animaties)? Een **filmbespreking** in *The New York Times* werkt met *audio mixing*. Er zijn kleine brokken tekst die in dienst staan van een *audio track*, waarmee elk geluid van één scène ontleed en aangeduid wordt op een film-still. Net als bij *Kafka's Wound* kan je kiezen: luisteren of lezen. Dit lijkt over het algemeen vooral soepel te gaan bij film- of televisiekritiek. Zo loopt ook de site **io9.com** een paar stappen voor met annotaties van de gebruikers op een film-still zelf.

Vooraf jongere kunsttijdschriften spreken hun online lezers multimediaal aan. Het stramien van de site van **Adbusters** is bijvoorbeeld gefocust op beeldende informatie, met daartussen video's, maar ook advertenties of comments, eigen tweets of een tablet-versie van het tijdschrift. Zeer dynamische sites zijn in opkomst: we zien in België slide shows verschijnen bij de literaire site **Ooteote** en Belgische underground kunstsites als *The Word* of *Subbacultcha*, die bijna een levende beeldcollage worden. Het tijdschrift *Dazed* lijkt hier de voorloper. Bij *Triple Canopy* gebeurt het lezen van artikels al sinds 2008 met *side-scrolling*. De vormgeving van de tekst is hoogstaand en integreert ook muziek of film. Onlangs werd ook het project '**Triple Canopy 3.0**' gelanceerd, rond technische innovaties in experimentele publicatie.

TEKST ALS BEELD

Tekst met beeld is trouwens maar het voorgeborchte van tekst als beeld. Kijk naar de animatie die *The Guardian* vervaardigde over de Amerikaanse verkiezingen: een digitale **graphic novel** die synchroon beweegt met de muisbeweging. Zo wordt ook een **interview** met Daft Punk een totaalervaring op de muzieksite *Pitchfork*. In *full screen* en met een passende esthetiek zien we al scrollend GIF's (eigenlijk stop-motion) of quotes die bewegende letters zijn. In de **RSA-animaties** op YouTube worden 'live' academische lezingen dan weer simpelweg uitgetekend: op een wit vlak

schetst een versnelde hand de uitleg van de spreker uit, met korte quotes, grappige uitbeeldingen en een dynamische verfilming die de tekst eer aandoet.

In sommige gevallen verdwijnt de geschreven tekst zelfs helemaal. Niet altijd met succes, dat is waar. [Booktwo.org](#), de blog van schrijver James Bridle, toont dat te veel plaatjes de inhoud tenietdoen, net zoals ook te veel hyperlinks kunnen storen. Nog extremere voorbeelden zijn de obscure kunstsites (eigenlijk beeldenblogs) die magazines als *7 Shades of Black* of *Freckled* onderhouden: zij gooien tekst volledig overboord, maar daarmee ook elke kritische benadering.

Er zijn ook inspirerende voorbeelden. Zo ontving hard//hoofd-redacteur Stephane Kaas de Jan Hanlo essayprijs voor zijn *filmessay* 'To-do-lijst'. Zijn video over het steeds afleidende internet heeft een voice-over, maar vooral de beelden zelf maken veel duidelijk. Filmessays zijn een opkomend fenomeen. Ook filmsites als *Press Play* of *Moving Image Source* gaan ermee aan de slag. En natuurlijk kunnen filmessays ook handelen over kunst, waar *ARTtube* of *Betaville* (het 'tv-kanaal' van *Alphaville*) voorbeelden van bieden. Als er technisch zoveel mogelijk is, dat ook veel meer tegemoetkomt aan onze eenentwintigste-eeuwse kijk- en ervaringshonger dan geschreven recensies, waarom zet de kunstkritiek hier dan niet voluit op in, in plaats van te blijven jeremiëren over hoeveel beter het vroeger was?

VERDIENMODELLEN

Internet biedt niet enkel kansen op technische en inhoudelijke innovatie, maar ook een paar reële organisatorische problemen. Het eerste is een financiële kwestie: hoe zorg je ervoor dat mensen op het internet nog betalen voor content (zeker als er zoveel wél gratis is) en hoe financier je de aanmaak van hoogwaardige, gratis content? Tijdschriften staan op het internet immers minder sterk in hun schoenen tegenover adverteerders.

Op de conferentie *Nieuwe manieren van online publiceren* waarschuwde Yannick Bouillis dat we onze verdienmodellen nodig moeten aanpassen aan het internet. Het online kunsttijdschrift *e-flux* vond al zo'n inkomstenbron in de verkoop van advertenties bij zijn breed gelezen nieuwsbrief. Naast dat klassieke *sales model* voor gratis content, gebaseerd op advertentie-inkomsten, is er ook het model van microbetalingen, vergelijkbaar met het Spotify-systeem. Zo'n gebruikersgerichte benadering past beter bij de ideologie van de digitale wereld: de lezer kiest waarvoor hij betaalt.

De *Flattr-applicatie*, 'social microdonation', is daarvoor een goed format: de gebruiker doneert een zelfgekozen bedrag per jaar, en kan bij elk artikel kiezen om te betalen via de Flattr-knop. Aan het eind van het jaar wordt de balans gemaakt, en wordt het totaalbedrag gedeeld door het aantal *clicks*, zodat elke producent zijn deel krijgt. Je vindt de applicatie tot nog toe vooral op populaire kanalen als YouTube, Flickr of Soundcloud, maar het is een kwestie van tijd voor er ook breder toepasbare, nog laagdrempeliger oplossingen komen voor microbetalingen voor losse gebruikers, al dan niet via de mobiele telefoon.

Een belangrijke tendens is crowdfunding: hier gaat het publiek sponsoren, naast de content die de gebruiker krijgt voor zijn geld. Vooral in de Nederlandse cultuursector doet dit model het goed, getuige het succes van voordekunst.nl. Ook het nieuwe

project van Rob Wijnberg, *De Correspondent*, toont hoe onafhankelijke journalisten erin slagen het publiek te mobiliseren en te laten sponsoren. Vijf maanden voor de eigenlijke lancering was er via crowdfunding al 126 % van het financiële doel bereikt, afkomstig van 1.700 donateurs en bijna 19.000 leden die in ruil voor 60 euro per jaar dagelijks nieuwe artikels krijgen (trage journalistiek zonder advertenties). Blijkbaar valt er toch nog te vertrouwen op de nood van ‘het volk’ aan hoogwaardige content?

GEZIEN WORDEN

Alleen hangt een gezonde financiering, ook op internet, bijna per definitie vast aan een breed publieksbereik, en zeker voor kleinere tijdschriften betekent dat een slim distributiemodel. ‘Je moet niet enkel op het internet *zijn*, maar ook *gezien* worden’, aldus Yannick Boullis. ‘Een site moet daarvoor even hard werken aan een doordachte distributie als een publicatie.’ Het is dus niet zo dat je zonder papieren nummers ook af bent van alle energie die klassieke magazines stoppen in transport, verkooppunten, abonneeadministratie ... Het overaanbod op het internet, waar elk tijdschrift vecht om aandacht, vormt een uitdaging die minstens zo groot is. Het gaat erom de (veel minder trouwe) online lezer te strikken. Hij navigeert razendsnel door informatiebronnen, waardoor de waarde van één bepaald artikel afvlakt, snel vergeten wordt.

Aparte productie, gedeelde presentatie: het lijkt hét model van de toekomst, zeker online

Ook hier is samenwerking het parool. In plaats van onderling ellebogenwerk om een plekje in de zon, kunnen critici en tijdschriften ook onderling communiceren – wat in Duitsland vaak gebeurt. Niet enkel doorlinken helpt, maar vooral overzicht bieden en inhoud bundelen. Dat kan op overzichtssites die tijdschriften samenbrengen, zoals op de site detijdschriften.be van CeLT (de koepel van ‘Culturele en Literaire Tijdschriften’) of het nieuwe initiatief eLinea.nl, dat in september 2013 van start ging. De ene portaalsite geeft een gratis voorproefje van de inhoud van 35 tijdschriften, de andere biedt combi-abonnementen aan voor uiteenlopende betalende media. Verder zijn er 123tijdschrift.nl of tijdschrift.nl: digitale versies van de klassieke kiosk.

Ook aparte kunstensites kunnen extra lezers lokken door externe informatie overzichtelijk aan te bieden. Denk aan de agendafunctie van *Mediamatics* of het internationale overzicht van kunstevenementen op *This is Tomorrow*. Aparte productie, gedeelde presentatie: het lijkt hét model van de toekomst, zeker online. Gebruikers zwermen nu eenmaal naar die open plekken in het digitale bos waar het uitzicht op wat hen kan interesseren, maximaal is.

IS DIT NOG KUNSTKRITIEK?

Op mondiaal vlak beweegt er dus ontzettend veel in de kunstkritiek. Maar is het nog allemaal hoogwaardige kritiek? De horizontale structuur van het internet, net als sommige vormelijke innovaties, dragen het gevaar van afgevlakte retoriek in zich. Het is zo dat voornoemde voorbeelden vaak nog geen ‘echte’, degelijke kunstkritiek zijn. In een transitiefase ligt de balans tussen technische snufjes en diepgaande inhoud moeilijk, zeker als het tekstuele model aangetast wordt. Kunstsites *Trendbeheer* wordt dan wel meer gelezen dan *Artforum*, de afbeeldingen lijken te storen. Beelden hebben nu eenmaal minder ruimte voor retoriek, hoewel de kunstsites *Hyperallergic* met zijn

combinatie van media wel het verschil maakt. Daarop zijn korte (krachtige) stukken te vinden, die lokken met beelden maar ze ook als meerwaarde gebruiken, zoals een afbeelding van een quote die zo zijn eigenheid behoudt.

De online lezer ‘scant’ vooral, schijnbaar kort en oppervlakkig. Bedenk daarbij voor de toekomst van kunstkritiek in welke mediale omgeving de generatie die nu geboren wordt, naar de wereld leert kijken. Hoe zal die informatie tot zich nemen? En met welke gebruikersverwachtingen en psychomotorische evidenties? Toch is het een te snelle conclusie dat we minder (zullen) lezen. De tekstuele informatie – én ons vermogen om die te verwerken – was nooit eerder zo groot. We hoeven niet zomaar aan te nemen dat een lang artikel niet meer geapprecieerd wordt.

DROMEN EN DOEN

Er blijkt binnen de kunstkritiek dus een grote nood aan toekomstgericht onderzoek rond het moeilijke evenwicht tussen degelijke kritiek, eigentijdse lezersverwachtingen en instabiele organisatorische evidenties. Wat kan anders en beter? Wat dienen we te vrijwaren? En hoe dan? Dat is precies de inzet van het opstartende Laboratorium Actuele Kunstkritiek (LAK), een Vlaams-Nederlands onderzoekstraject van *Domein voor Kunstkritiek* met tijdschriften als *Kunstbeeld*, *rekto:verso* en *Gutmag*. Het labo beoogt concrete experimenten en realisaties: het profileert zich als constructief, *hands on* en open voor bredere partnerships. Ook bij fondsen en overheden is het besef gegroeid dat er extra middelen nodig zijn voor innovatie en e-cultuur. De transitie is jong, met alle onduidelijkheden die daarbij horen, maar vele geesten delen dezelfde overtuiging. Om haar belang te handhaven, dient de kritiek haar vormen te bevragen. ‘Er is op dit moment geen definitieve vorm voor kritiek’, aldus Geert Lovink, specialist nieuwe media. ‘Wel kan je je al doende afvragen wat wel en niet werkt – en voor welke doelgroep.’

Wie daarover verder droomt, ziet een waaier aan onontgonnen mogelijkheden. Gecureerde meerstemmige recensies vanuit speelse interacties tussen critici en publiek in de schouwburg of het museum. Gemodereerde Facebook-discussies over één kunstwerk. Een virtueel ‘rondetafelgesprek’ tussen drie critici, via een programma dat meerdere webcams met elkaar in contact brengt. Recensies op video, al dan niet met een grappig typetje. Een criticus die zij aan zij opereert met een striptekenaar. Sites van kunstitijdschriften die lezersreacties *naast* – en niet *onder* – artikels toelaat, voor extra aanvullingen op alinea-niveau. Geschreven beschouwingen met een meer columnistische, of eerder literaire schrijfstijl, waarin de klassieke persona van de criticus minder strikt afgelijnd wordt. Tijdschriften met Layan-opties. Experimenten met dialogische tekst die verder borduurt op de toevoeging van een andere schrijver – waarbij de tekst in een andere structuur staat, eerder horizontaal. Recensies met geanimeerde woorden, wie weet zelfs op muziek. Gefilmde tête-à-têtes tussen criticus en maker, of een acteur die voor de camera reageert op een recensie over zijn voorstelling. Een fotostream van een concert, met toegevoegde tags of tekstballonnetjes van een criticus. Noem maar op. Als de kunst zelf steeds meer multidisciplinair gaat functioneren, waarom niet ook de kunstkritiek?

DE NIEUWE CRITICUS?

Daar zijn een paar snelle antwoorden op te geven. Zo vragen een aantal interessante technische innovaties – zie de *voorbeelden* van *The New York Times* of *The*

Guardian – het soort budget dat voor tijdschriften vooralsnog onhaalbaar is. En ook vele goedkopere benaderingen blijven een stuk arbeidsintensiever dan ‘gewoon’ gaan kijken en schrijven, tenzij voor *digital natives*. Net daarom is *open source*-samenwerking geboden. We moeten leren omgaan met de nieuwe media, en ontdekken hoe we ze het beste inzetten.

Als de kunst zelf steeds meer multidisciplinair gaat functioneren, waarom niet ook de kunstkritiek?

Een andere reden voor het trage aanpassingsvermogen van kritiek is veeleer existentieel. Wat vandaag zo welluidend de ‘expertise’ van de criticus heet, blijkt naast alle creatieve geweld op pakweg YouTube eigenlijk vrij beperkt. Naast die creatieve competenties van de criticus van de toekomst, staat ook zijn eigenlijke *rol* ter discussie. Is zijn gekoesterde solo-natuur vandaag nog wel houdbaar? ‘Conversaties zijn in de kunstkritiek nog niet te zien, terwijl de criticus het gesprek met de lezer moet *durven* aangaan’, vindt Hrag Vartanian van *Hyperallergic*. Eigenlijk weten we gewoon niet goed meer wat criticus zijn inhoudt. Hopelijk moet de eenentwintigste-eeuwse kunstcriticus niet én een multimediaal artiest én een fervente twitteraar én een publieksmoderator én een mediageniek personage worden om te overleven, maar zeker is wel dat zijn beroep minder afgebakend wordt dan vandaag. Dat zorgt weleens voor defensieve en vasthoudende reacties, eens te meer omdat de criticus zijn auteursrecht dreigt te verliezen als hij de lezer als medemaker toelaat bij een digitale tekst – die per definitie veranderbaar is.

Zo blijft er veel scepsis bij critici tegenover alles wat ruikt naar ‘nieuwe media’ en ‘denken vanuit de hedendaagse gebruiker’, als zou dat een totale uitverkoop zijn van alles waar de kunstkritiek voor staat. ‘De nieuwe media betekent minder een nieuwe kritiek dan we denken, tenzij de kritiek dit zelf gelooft’, weerlegt journalist-filosoof Maarten Doorman. Hij stelt dat het gewoon belangrijk is om de hiërarchische waarden van vroeger niet te laten vervangen door de regels van de economie. Ook Rob Wijnberg en Joris Luyendijk geloofden op het literaire festival *Mind the Book* stellig dat het publiek nog openstaat voor dieptejournalistiek.

OP NAAR DE TOEKOMST

De kunstkritiek is niet haar podium verloren. Dat podium moet gewoon anders vormgegeven worden, en vooral op het internet. Zonder de principiële doelen van kunstbeschouwing uit het oog te verliezen, moeten we ons in dit stadium vooral focussen op het experiment zelf. Tal van technische *mogelijkheden* vragen om onderzoek, ook door minder gefortuneerde, maar wel meer onbevangen spelers. Aanpassing vraagt natuurlijk tijd, het zal niet meteen perfect zijn. Maar de toekomst heeft nog veel in petto. Is de criticus bereid om buiten zijn kader te stappen, dan kan hij veel leren van de nieuwe (nieuws)media, zijn collega’s, het publiek. Het staat immers in de sterren geschreven dat de tijd van louter monologische en tekstuele kunstkritiek zo langzaamaan zelf uit de tijd raakt. Deze nieuwe eeuw is er een van constructieve co-creatie, van nieuwe verbindingen. Hoe vrijblijvend dat ook kan klinken, kritiek begint bij zelfkritiek. Net als de toekomst zelf.

Laurence Scherz studeert Theater- en Filmwetenschappen aan de UA en is betrokken bij LAK en art multiple HARMONIE. Ze schreef dit artikel in het kader van een onderzoeksstage bij rekto:verso en de R:VA.