

# Editorial

# Editorial

## La Critique d'art en ligne et son économie

S'il avait été écrit il y a un an, cet éditorial aurait sûrement débuté par des mots différents. Après une année de pandémie, de réunions en visio, d'expositions virtuelles, de colloques en ligne et de débats en *live* sur Instagram, interroger la place et la forme du discours critique au sein des plateformes numériques occidentales prend une dimension forcément tout autre. Il y a un an, ces plateformes occupaient déjà une place centrale<sup>1</sup> dans le réseau de l'art<sup>2</sup>, mais Internet n'était pas le lieu quasi exclusif d'échanges et de circulation de l'information qu'il est aujourd'hui – qui plus est dans l'attente de la réouverture des lieux où l'art est habituellement montré, discuté, critiqué et vendu. Avant cette hégémonie contextuelle forcée, la liste des plateformes numériques de premier plan sur lesquelles lire<sup>3</sup> de la critique d'art était longue : *e-flux*<sup>4</sup>, Hyperallergic, Asia Art Archive, Momus, projet

## Online Art Criticism and its Economy

If this editorial had been written a year ago, its opening words would undoubtedly have been different. After a yearlong pandemic, which has seen video meetings, virtual exhibitions, online conferences and live discussions on Instagram, questioning the place and form of the critical discourse on western digital platforms perform takes on a quite different dimension. A year ago, such platforms already had a central place<sup>1</sup> in the art network,<sup>2</sup> but the Internet was not yet the almost exclusive forum for exchanges and the circulation of information that it is today—pending, furthermore, the re-opening of places where art is usually displayed, discussed, criticized and sold. Prior to this forced contextual hegemony, the list of leading digital platforms where one could read<sup>3</sup> art criticism was already a lengthy one: *e-flux*,<sup>4</sup> Hyperallergic, Asia Art Archive, Momus, Rosa B project, Aware, TextWork, Afterall Online, Modern Arts

Rosa B, Aware, TextWork, Afterall Online, Modern Arts Notes, Culture-Grrl, Artext, Arts Wire, ArtsJournal, Culture Monster, Triple Canopy, Rhizome, ACEN, Contemporary Art Daily, The New Inquiry, Biennial Foundation Magazine, auxquelles il faudrait rajouter Twitter, Facebook, Instagram, et peut-être, bientôt, Clubhouse. Bien qu'incomplète<sup>5</sup>, elle laisse percevoir quelques-unes des formes majeures de la critique d'art en ligne. En effet, comme le précise Charlotte Frost dans son ouvrage *Art Criticism Online: A History*<sup>6</sup>, une partie de ces plateformes prolonge des logiques éditoriales et critiques héritées de supports préexistants, comme les revues, fanzines, magazines et autres journaux imprimés qui ont permis à la critique d'art (institutionnelle ou contestataire) d'exister<sup>7</sup>. En cela, les approches qui s'y déploient sont aussi variées que les traditions éditoriales dont elles procèdent. Selon qu'elles sont rattachées à des musées, à des pôles de recherches, à des *blogs* devenus médias en ligne, à des forums, à des listes de diffusion, à des lettres de diffusion, à des revues *pure player* et papier, à des comptes individuels ou institutionnels sur les réseaux sociaux, les voix et les textes qu'elles permettent de faire exister portent des projets critiques bien différents.

Pour comprendre ces modes d'existence de la critique en ligne, l'approche la plus souvent privilégiée consiste à topographier le paysage numérique à partir de la nature des plateformes concernées

Notes, CultureGrrl, Artext, Arts Wire, ArtsJournal, Culture Monster, Triple Canopy, Rhizome, ACEN, Contemporary Art Daily, The New Inquiry, and the Biennial Foundation Magazine, to which we should add Twitter, Facebook, Instagram, and soon, perhaps, Clubhouse. Though incomplete,<sup>5</sup> the list affords us a glimpse of some of the major forms of online art criticism. In fact, as Charlotte Frost specifies in her book *Art Criticism Online: A History*,<sup>6</sup> some of these platforms extend the editorial and critical logic bequeathed by pre-existing media, such as reviews, fanzines, magazines and other printed journals which have enabled (institutional and anti-establishment) art criticism to exist.<sup>7</sup> As such, the approaches developed in them are as varied as the editorial traditions from which they issue. Depending on whether they are associated with museums, research units, blogs that have become online media, forums, mailing lists, newsletters, pure player and paper reviews, individual or institutional accounts on social networks, the voices and texts which exist thanks to them underwrite very different critical projects.

To understand these methods whereby online criticism exists, the usually preferred approach consists in mapping the digital landscape based on the nature of the platforms concerned (so we look at criticism in the light of the channel via which it is transmitted).<sup>8</sup> A non-formalist way of grasping the specific features of online art criticism might nevertheless refer to the study of

(on considère alors la critique à la lumière du canal *via* lequel elle est émise<sup>8</sup>). Une façon non formaliste de se saisir des spécificités de la critique d'art en ligne pourrait pourtant renvoyer à l'étude de l'économie de travail qui les sous-tend. Plutôt que questionner la forme de la critique en ligne à travers le prisme de son support de diffusion et de ses particularités (volonté archivistique des plateformes comme *Aware* ou *Asia Art Archive*, ou temporalité chronologique des *blogs* comme *Lunettes Rouges* ou *Contemporary Art Daily*, par exemple), on s'attacherait alors à saisir comment ces plateformes sont financées et comment elles rémunèrent, ou pas, les auteurs et auteures qu'elles publient. Cela inviterait à analyser la nature et la motivation de la critique : professionnelle, bénévole, en amateur, etc.

Dans cette optique, l'examen d'*e-flux* et d'*Hyperallergic* est passionnant. *e-flux*, principalement connu pour son service d'envoi de communiqués de presse *via* différentes *newsletters*, est aussi à l'origine d'*e-flux journal*. Ce mensuel, lancé en 2008, est dédié à la critique d'art et est diffusé soit à partir du site Internet d'*e-flux*, soit en version imprimée. *Hyperallergic* est une publication en ligne créée en 2009 et accessible elle aussi gratuitement. Les deux plateformes se targuent de « mener une réflexion sérieuse et radicale sur les arts visuels »<sup>9</sup> et de publier « certains des artistes et des penseurs les plus engagés de notre époque »<sup>10</sup>. *e-flux* et

the economy of the work underpinning them. Rather than questioning the form of online criticism through the lens of its distribution medium and its special characteristics (the proactive archival nature of platforms like *Aware* and *Asia Art Archive*, or the chronological time-frame of blogs such as *Lunettes Rouges* and *Contemporary Art Daily*, for example), we would thus focus on understanding how these platforms are funded and how they pay (or do not pay) the authors they publish. This might invite us to analyse the nature and motivation of art criticism: professional, volunteer, amateur, etc.

From this angle, examining *e-flux* and *Hyperallergic* is extremely interesting. *e-flux*, which is mainly known for its service dispatching press releases by way of different newsletters, also lies at the origin of *e-flux journal*. This monthly publication, launched in 2008, is dedicated to art criticism and distributed either from the *e-flux* website, or as a printed version. *Hyperallergic* is an online publication created in 2009 and also accessible free of charge. Both of these platforms make the boast that they are “focused on serious and radical thinking about visual art”<sup>9</sup> and publishing “some of the most engaged artists and thinkers working today”<sup>10</sup>. *e-flux* and *Hyperallergic* offer access to their online content completely free of charge—even though you have to pay to buy a printed copy of the *e-flux journal*. If *e-flux* proposes an “in-depth” criticism (analyses and perspectives which, in lengthy essays, deal with aesthetic and political issues rather than just a single art work),

Hyperallergic donnent accès à leur contenu en ligne de façon 100 % gratuite – même s'il faut payer pour acheter un exemplaire imprimé du *e-flux journal*. Si *e-flux* propose une critique « de fond » (des analyses et des perspectives qui se saisissent, dans de longs essais, d'une problématique esthétique-politique plutôt que de la seule pratique artistique), Hyperallergic offre un contenu critique actualisé quotidiennement, sur un mode « réactif » qui vise à couvrir l'actualité artistique du réseau de l'art occidental. Largement différentes dans la forme et dans le fond, ces deux plateformes partagent néanmoins une dynamique lucrative commune : elles sont à la fois des plateformes éditoriales en ligne dédiées à la critique d'art et des entreprises du secteur de la communication destinées à générer un profit ; le profit ayant pour objectif, dans le discours officiel des plateformes, de rendre possible l'existence de la critique d'art.

Créées chacune au pic d'une crise – l'explosion de la bulle Internet pour *e-flux* en 1998<sup>11</sup> et la crise économique (et médiatique) mondiale de 2008 pour Hyperallergic – elles se fondent sur un modèle qui fait de leur visibilité par les acteurs du réseau de l'art (les professionnels comme le public) la base de leurs revenus. *e-flux* vend la possibilité de diffuser leurs communiqués de presse à des lieux d'exposition et de production de l'art et Hyperallergic vend des espaces publicitaires sur son site. La largeur de

Hyperallergic offers a daily updated critical content, in a “reactive” manner which aims to cover the latest art news from the western art network. These two platforms, which differ considerably in both style and content, nevertheless share a common lucrative dynamic: they are at once online editorial platforms dedicated to art criticism and communication businesses trying to make a profit; the goal of profit, in the platforms' official discourse, being to make the existence of art criticism possible.

With each one being created at the peak of a crisis—the bursting of the Internet bubble for *e-flux* in 1998<sup>11</sup> and the international economic (and media) crisis of 2008 for Hyperallergic—, they are based on a model which makes their visibility through figures in the art network (professionals and public alike) the basis of their incomes. *e-flux* sells the possibility of distributing their press releases to exhibition venues and places producing art, and Hyperallergic sells advertising slots on its site. The scope of their audience is the quintessential condition of their economic value (and each one, incidentally, emphasizes its wide readership—90,000 subscribers on *e-flux*'s mailing list, and 1,000,000 single monthly visitors for Hyperallergic). Thus far nothing particularly new: the advertising/readership size ratio is the by-default paradigm of many publications, be they general or specialized. Suffice it to think of the dizzying effect produced by the advertising/articles ratio in *Artforum*.

leur audience est la condition *sine qua non* de leur valeur économique (et chacune met d'ailleurs en avant son large lectorat – 90 000 abonnés sur la liste d'envoi d'*e-flux* et 1 million de visiteurs uniques mensuels pour Hyperallergic). Jusqu'ici rien de bien nouveau, le rapport publicité/ampleur du lectorat est le paradigme par défaut de nombre de publications généralistes ou spécialisées. Il suffit de penser au vertige que procure le ratio publicité/articles dans *Artforum*.

Interroger la possibilité d'une inversion entre la volonté critique de départ et le rôle de l'activité économique (que l'on relève aussi dans la presse généraliste pour laquelle la publicité est le modèle économique par défaut) me semble captivant. Le cas d'*e-flux* est à cet égard flagrant : l'examen de la structuration fiscale de l'entreprise indique qu'*e-flux project*, apte à financer les projets – non lucratifs [*non profit*]<sup>12</sup> – d'*e-flux*, comme les expositions et *e-flux journal*, permet de déduire des impôts de ses donateurs les montants qui lui sont versés. Rappelons que le principal de ces donateurs est *e-flux inc.*, la société qui regroupe les activités lucratives d'*e-flux*. En clair, en donnant à *e-flux journal* de quoi fonctionner, *e-flux inc.* réduit considérablement la part imposable de son chiffre d'affaire. On peut donc s'interroger : l'activité économique est-elle rendue nécessaire par la volonté de publier une critique d'art exigeante, ou la critique d'art est-elle une façon de maximiser les profits d'une entreprise de communica-

tionner ? Questionner la possibilité d'un renversement entre la volonté critique et le rôle de l'activité économique (ce que nous trouvons aussi dans la presse, pour laquelle l'annonce est le modèle économique par défaut) semble à moi être fascinant. À cet égard, le cas d'*e-flux* est flagrant : un examen de la fiscalité de l'entreprise montre que *e-flux project*, responsable du financement de projets à but non lucratif, tels que des expositions et *e-flux journal*, permet de déduire des impôts de ses donateurs. Rappelons que le principal de ces donateurs est *e-flux inc.*, la société qui regroupe les activités lucratives. En un mot, en donnant à *e-flux journal* ce qu'il faut pour fonctionner, *e-flux inc.* réduit considérablement la part imposable de son chiffre d'affaire. On peut donc s'interroger : l'activité économique est-elle rendue nécessaire par la volonté de publier une critique d'art exigeante, ou la critique d'art est-elle une façon de maximiser les profits d'une entreprise de communica-

tionner ? L'objectif ici n'est pas de trouver des réponses à ces questions, mais de souligner le degré à lequel une approche économique de la critique d'art en ligne est essentielle pour la comprendre. Dans le réseau de l'art (en ligne ou non), l'information est le facteur clé de la valeur (symbolique et économique) d'un

tion ? Le passage à l'imprimé est-il à analyser au prisme d'une volonté de s'inscrire dans une temporalité autre que celle du Web ou à la lumière de stratégies *marketing* destinées à renforcer l'aura et le capital symbolique d'une marque ?

La finalité, ici, n'est pas tant de formuler des réponses à ces questions que de souligner combien une approche économique de la critique d'art en ligne est essentielle pour en saisir les enjeux. Sur le réseau de l'art (en ligne ou non), l'information est la pièce maîtresse de la valeur (symbolique et économique) des individus et des œuvres. La critique d'art joue un rôle crucial quant à la façon dont cette information circule. Les propres enjeux économiques de ces textes critiques sont des paramètres essentiels pour comprendre la structuration globale du réseau de l'art et des entités qui y sont les plus proéminentes.

**Elsa Bourdot**

people and works. Art criticism plays a crucial part in the way in which this information circulates. The actual economic factors of these critical writings are essential parameters for understanding the overall organization of the art network and the entities which are the most prominent in it.

**Elsa Bourdot**

Translated from the French  
by Simon Pleasance

**Elsa Bourdot** est chercheuse. Elle est l'auteure d'une thèse intitulée *Incorporation: enquêtes sur les relations entre art et travail* qui va être publiée aux éditions Baghera en même temps que *Art Works!*, une topographie documentaire des pratiques artistiques contemporaines qui articulent l'art et le travail. Elle travaille actuellement à l'écriture de *L'Art du crime*, un podcast qui retrace l'histoire de l'art par ses grands procès et faits judiciaires.

**Elsa Bourdot** is a researcher. She is the author of a thesis titled *Incorporation: enquêtes sur les relations entre art et travail*, which will be published by Baghera Publishing at the same time as *Art Works!*, a documentary topography of contemporary artistic activities articulating art and work. She is currently at work on *L'Art du crime*, a podcast retracing the history of art through its great trials and legal goings-on.

1. Elle fut entre autres signalée par Christophe Domino dans l'éditorial du numéro 52 de *Critique d'art*: «Une critique 2.0?», *Critique d'art*, n° 52, printemps/été 2019, p. 9-14

2. Une notion que j'emprunte à Anne Cauquelin (et dans une certaine mesure à Manuel Castells et à Michael Hardt et Toni Negri) et que je substantive pour analyser ce qu'on appelle d'habitude plus volontiers le « monde » de l'art contemporain comme un réseau composé de nœuds (les artistes et les professionnels non-artistes que sont les conservateurs, critiques, marchands, galeristes, directeurs de fondations internationales, attaché-e-s de presse, journalistes, experts et commissaires) dont la valeur sur le réseau dépend de l'information qui circule à leur sujet. Voir : Castells, Manuel.

*The Rise of the Network Society*, Malden, Mass : Blackwell, 1996 ; Hardt, Michael. Negri, Antonio. *Empire*, Paris : Exils, 2000 ; et surtout Cauquelin, Anne. *L'Art contemporain*, Paris : Presses universitaires de France, 1992.

3. Je ne mentionnerais donc pas les nombreux podcasts qui participent aux récentes formes en ligne de la critique d'art, comme celui d'Helen Molesworth (*Recording Artists*), *The Art Newspaper Podcasts* (produit par le mensuel – papier et en ligne – éponyme et animé par Ben Luke), *Momus: The Podcast* (animé par Sky Goodden et Lauren Wetmore), *Présent-e* de Camille Bardin ou *Le Bruit de l'art* (animé et produit par Victoria Le Boloc'h-Salama et Florian Champagne).

4. *e-flux* est revendiquée par les artistes qui dirigent la structure comme une pratique de nature artistique. Elle se distingue donc des autres plateformes mentionnées ici par l'usage de l'italique et par le respect de sa graphie (pas de majuscule et un tiret insécable). L'italique est propre au nom d'œuvre d'art.

5. Les lecteurs et les lectrices qui voudraient se faire une vision un peu plus exhaustive de la chose peuvent consulter l'index des liens Internet cités pages 297 à 299 dans l'ouvrage de Charlotte Frost, *Art Criticism Online: A History*, Londres : Glyphi Limited, 2019.

6. Frost, Charlotte. *Art Criticism Online*, op. cit. (voir note 5)

7. Même les réseaux sociaux prolongent l'intention historique de la critique d'art consistant à susciter la discussion.

8. C'est l'approche que privilégie Charlotte Frost ou Ivonne Rialland dans « *La Critique d'art sur le Web : de quelques mutations du jugement critique* », *Communication & langages*, vol. 3, n° 181, 2014, p. 115-127.

9. <https://hyperallergic.com/advertise/>

1. This was pointed out by, among others, Christophe Domino in the editorial of no.52 of *Critique d'art*: “Une critique 2.0?”, *Critique d'art*, no. 52, spring/summer 2019, p. 9-14

2. A notion I am borrowing from Anne Cauquelin (and to a certain degree from Manuel Castells as well as from Michael Hardt and Toni Negri) and which I turn into a noun to analyze what we usually more readily call the contemporary art “world” as a network made up of nodes (artists and those non-artist professionals called conservators, critics, dealers, gallery owners, directors of international foundations, press attachés, journalists, experts and curators) whose value in the network depends on the information circulating about them. See: Castells, Manuel. *The Rise of the Network Society*, Malden, Mass: Blackwell, 1996; Hardt, Michael. Negri, Antonio. *Empire*, Paris: Exils, 2000; and above all Cauquelin, Anne. *L'Art contemporain*, Paris: Presses universitaires de France, 1992.

3. So I shall not mention the numerous podcasts taking part in the recent online forms of art criticism, such as Helen Molesworth's (*Recording Artists*), *The Art Newspaper Podcasts* (produced by the similarly titled online monthly – paper and online – edited by Ben Luke), *Momus: The Podcast* (edited by Sky Goodden and Lauren Wetmore), *Présent-e* by Camille Bardin, and *Le Bruit de l'art* (edited and produced by Victoria Le Boloc'h-Salama and Florian Champagne).

4. *e-flux* is claimed to be an art work by the artists running the organization. So it differs from the other platforms mentioned here by the use of italics and by its respect for its written form (no upper case and an indivisible hyphen). Italics are peculiar to artworks names.

5. Readers keen to have a slightly more exhaustive vision of all this can consult the index of Internet links referred to on pages 297 to 299 in Charlotte Frost's book, *Art Criticism Online: A History*, London: Glyphi Limited, 2019.

6. Frost, Charlotte. *Art Criticism Online*, op. cit. (see note 5)

7. Even the social networks prolong the historical intention of art criticism consisting in spurring discussion.

8. This is the approach preferred by Charlotte Frost or Ivonne Rialland in

10. <https://www.e-flux.com/journal/>

11. *e-flux journal* n'est lancé qu'en 2008.

Le modèle économique instauré dès le lancement de la plateforme en 1998 est la raison de son existence, et *vice versa* si l'on en croit le discours des artistes-entrepreneurs à l'origine d'*e-flux*. Ceux-ci expliquent que la dimension lucrative de leur projet n'a justement vocation qu'à rendre possible l'existence de supports gratuits comme le *e-flux journal*.

12. Le nom des structures à but non lucratif aux États-Unis.

“La Critique d'art sur le Web : de quelques mutations du jugement critique”, *Communication & langages*, vol. 3, no. 181, 2014, p. 115-127.

9. <https://hyperallergic.com/advertise/>

10. <https://www.e-flux.com/journal/>

11. *e-flux journal* was only launched in 2008. The economic model introduced at the launch of the platform in 1998 is the reason for its existence, and *vice versa* if we are to believe the argument of the artist-entrepreneurs at the origin of *e-flux*. These latter explain that the sole brief of the lucrative dimension of their project is to enable the existence of free media such as the *e-flux journal*.