

‘Technologie moet het middel zijn, niet het doel’

Interview met Miriam Rasch

Miriam Rasch is essayist en filosoof. Ze schreef de boeken *Zwemmen in de oceaan: berichten uit een postdigitale wereld* (2017) en *Fricctie: ethiek in tijden van dataïsme* (2020), dat werd bekroond met de Socratesbeker. Haar meest recente boek, getiteld *Autonomie, een zelfhulp-gids* (2022), gaat over autonoom zijn in een door algoritmes gedreven wereld. Rasch is ook onderzoekscoördinator aan de Willem de Kooning Academie in Rotterdam en schrijft essays en recensies voor onder andere *Follow The Money* en *De Groene Amsterdammer*.

Voor het project Digitale Innovaties voor Publiek spraken we haar over zaken als data en ethiek, leven in een geautomatiseerde wereld en de rol van kunst in een tijdperk dat door technologie wordt gedomineerd. Rasch schijnt haar licht op de keerzijdes van technologie maar is ook hoopvol over de mogelijkheden ervan. De museumsector moet laten zien hoe het ook kan, stelt ze onder andere, transparant, integer en zonder de eigen belangen zwaarder te laten wegen dan die van de bezoeker.

In je boek *Fricctie* heb je het vaak over dataïsme, het geloof dat alles te vertalen is in data. Speelt dataïsme ook een rol in onze omgang met kunst en cultuur?

Ja, heel erg. Niet zozeer in de digitale zin van het woord, maar de kunstsector wordt wel gedreven door data als kwantitatieve maatstaf. Dat zie je terug in de focus op bezoekersaantallen, op hoeveel procent jongeren er komt. Ik heb wel de indruk dat data nu vooral worden ingezet om bepaalde doelen te behalen, niet zozeer om de ervaring van de bezoeker te veranderen. Daarin verschilt het van het dataïsme van Google of de overheid.

Hoe loop jij zelf rond in een museum? Ben je met je telefoon bezig? Laat je je verleiden door de schermen die er hangen?

Ik ben niet zo goed in QR-codes scannen en bij luisteren raak ik snel afgeleid. Wat dat betreft hoor ik tot de oudere generatie. Ik lees liever gewoon zaalteksten.

Heb je in een museum weleens een digitale toepassing gezien die je echt van toegevoegde waarde vond?

Een tijdje terug was ik bij een leuke tentoonstelling in het Natuurhistorisch Museum: *Dode dieren met een verhaal*, over dieren die fataal in botsing zijn gekomen met de mensheid. Bij alle opgezette dieren hoorde een verhaal dat door een schrijver werd voorgelezen en via een QR-code beluisterd kon

worden. In dit geval vond ik luisteren juist heel goed werken, omdat het een inherent onderdeel was van de tentoonstelling, niet een toevoeging eraan. Je kon de tentoonstelling alleen in zijn geheel ervaren door naar de verhalen te luisteren.

Zo werkt het trouwens ook een beetje bij Depot, het openbare archief van Boijmans. Je moet daar veel met je telefoon doen, zonder krijg je maar een deel mee. Alles wat ik tijdens mijn bezoek heb gezien of opgezocht werd ook automatisch bewaard in de app. Niet dat ik het nog heb teruggekeken, maar dat doe je ook niet als je in een museum een foto van een schilderij hebt gemaakt. Blijkbaar is het iets waarmee we de ervaring waardevoller willen maken.

Heeft het meerwaarde als fysieke kunstwerken digitaal worden gemaakt?

Oja, dat denk ik zeker. Er kunnen wereldwijd mensen worden bereikt, er komt zoveel meer beschikbaar. Technologie is een hulpmiddel dat ons van alles kan brengen. Maar ik heb ook vaak de indruk dat mensen gewoon technologie willen inzetten en nog helemaal niet weten waarom. Terwijl: je moet het niet gebruiken omdat het kan, omdat het hip is of omdat je er toevallig subsidie voor krijgt. Het is niet het doel maar het middel. Vraag je dus eerst af wat je wil bereiken en of dat ook zonder technologie kan. Over die vraag wordt veel te snel heen gestapt.

Jij geeft altijd de voorkeur aan de niet-technologische oplossing?

Technologie is geen neutrale tool en ons leven is er al zo van doordrenkt. Veel mensen snakken naar minder, iedereen is overprikkeld. We hebben als maatschappij eerder aandacht en concentratie nodig. En het is ook niet de meest duurzame oplossing. Alles wat op servers moet staan kost energie. Elke zoekopdracht veroorzaakt extra CO₂-uitstoot.

Je hebt het in je werk vaker over de Russische schrijver en denker Viktor Sjklovski, die stelde dat kunst vervreemding kan bieden waarmee wordt ingebroken in ons geautomatiseerde zicht. Hoe zie je de wereld zelf? Welke betekenis geef je ergens aan? Sjklovski stelde dat ruim een eeuw geleden. Technologie heeft ons zicht alleen maar meer geautomatiseerd. Denk je dat kunst in de huidige tijd, waarin we iets doen omdat de routeplanner het zegt, spullen kopen die ons worden aangeboden, communiceren omdat we een notificatie krijgen, nog steeds die bevrijdende functie kan hebben?

Er zijn nu andere vormen van automatisering die doorbroken moeten worden, maar ik denk dat het nog steeds kan. Wat ik bijvoorbeeld interessant vind is dat kunst een hele sociale wending heeft genomen. Het gaat veel over communities, relaties, samen dingen doen — niet meer alleen over waarneming. Je zou kunnen zeggen dat relaties en hoe we met elkaar omgaan precies het deel van het moderne leven is dat heel erg wordt

geautomatiseerd. Dat is een interessante spiegeling: hoe sociaal georiënteerde kunst zich probeert te verhouden tot die geautomatiseerde samenleving.

Bij de Vermeer-tentoonstelling in het Rijksmuseum had ik het idee dat er was nagedacht over de-automatiseren in de artistieke zin van het woord. Je kent die beelden natuurlijk door en door, maar in de zaalteksten werd gewezen op details waar je anders overheen zou kijken. Zo zie je het *Melkmeisje* toch weer als nieuw.

Is het ook mogelijk om te de-automatiseren met behulp van technologie?

Ik zou niet meteen zeggen dat het níet kan. Met een algoritme wordt het misschien lastig, maar ik denk dat je heel goed digitale hulpmiddelen kunt gebruiken. Op Google kun je al heel ver inzoomen op schilderijen, ze van veel dichterbij bekijken dan in de musea waar ze hangen. En ik kan me ook voorstellen dat een instelling als het Louvre, waar iedereen naartoe gaat om de Mona Lisa te zien, technologie inzet om bezoekers naar minder voor de hand liggende plekken te verwijzen. Je moet ze niet meevoeren, dan worden ze alsnog niet verrast, maar je kunt ze wel zo goed mogelijk ondersteunen.

Na een lezing die je gaf aan de Radboud Universiteit, kreeg je de vraag in hoeverre dataïsme echt een probleem is, omdat technologie ook dingen makkelijk maakt.

Je moet je altijd afvragen voor wie dingen makkelijker worden. Als geprivilegieerd mens brengt technologie je misschien comfort en gemak, maar de toeslagenaffaire kon ook gebeuren doordat de Belastingdienst een zelflerend algoritme gebruikte. En zijn apps waarmee je je menstruatiecyclus behoudt nog veilig als je data na een abortus tegen je gebruikt kunnen worden?

Tijdens gesprekken die we voor dit project met andere musea voerden, viel het op dat er nog maar weinig met data wordt gedaan. Kwestie van te weinig geld, kennis en mensen. Is dat positief?

Voor een noodlijdende instelling is het zonde om niets met data te doen, toch? Het is ook gewoon nuttige informatie over de interesses van mensen. Ik denk dan aan Spotify, waar je automatisch nieuwe muziek krijgt aanbevolen als je naar een bepaalde artiest luistert.

Dus je staat niet negatief tegenover het gebruik van algoritmes?

Een goed algoritme kan ook rijkdom bieden. Ik ben het er nooit zo mee eens als mensen waarschuwen dat iedereen naar dezelfde dingen gaat kijken of luisteren. Een museum beheert ook al een gecureerde collectie, dus in theorie is alles interessant voor de bezoeker. Het probleem is vooral dat er vaak geen transparantie is over de werking van zo'n aanbevelingsalgoritme.

Het kan een nuttig hulpmiddel zijn, maar er kunnen ook andere belangen achter zitten.

Wat voor andere belangen?

Commerciële belangen bijvoorbeeld, waardoor vooral de populaire dingen worden aanbevolen zodat mensen langer op een platform blijven. Soms kun je een hoger plekje gewoon kopen.

Hoe zou de museumwereld dit moeten aanpakken?

Van de kunstsector verwacht je integriteit, niet dat ze hun eigen belangen vooropstellen. Het zou heel raar zijn als de belangen van een museum ten koste gaan van die van de bezoeker. Een non-profitsector kan wat dat betreft het goede voorbeeld geven. We hebben mensen en organisaties nodig die laten zien hoe het ook kan. En het gaat om het publiek, dus ik zou dat publiek er ook vooral bij betrekken.