



Ingelogd als *Kölgen & Laenen bvba* - [Uitloggen](#)

Archief

Ann Laenen
Ann Laenen is freelance
consultant
cultuurcommunicatie;
Stefan Kölgen is expert
nieuwe media, samen zijn
zij de bezielers van
C.H.I.P.S. vzw.;
info@chipsvzw.be.
Ann@kandl.be

The User is the Content: creatieve content van doorsnee gebruikers maken mee het nieuws, een boek, muziek

Dit artikel is gepubliceerd in 2007 - nummer 4/5

Onlangs had in Antwerpen in het kader van de reeks Mind Europe van het Vlaams-Nederlands Huis deBuren een speciale bijeenkomst plaats onder de titel Meeting of Minds. De bijeenkomst werd georganiseerd door C.H.I.P.S. vzw, in samenwerking met de Vrije Universiteit Brussel (onderzoeksgroep SMIT), de Universiteit Antwerpen (Communicatiewetenschappen) en TRIX muziekcentrum. Onderwerp van gesprek was wat 'User Generated Content' wordt genoemd. Ann Laenen was aanwezig en geeft een impressie.

Achtergrond

Op 26 en 27 april van dit jaar kwamen experts en geïnteresseerden uit Europa en de UK samen in Antwerpen om van gedachten te wisselen over wat vandaag omschreven wordt als 'User Generated Content'. In zekere zin lag deze Meeting of Minds in het verlengde van de studiedag rond het virtuele publiek van vorig jaar (zie MMNieuws, jrg 8, nummer 9/10). Toen hadden we het al over de creatieve gebruiker of professionele amateur (Pro-Am) die zelf nieuwe content aanmaakt en op het web zet en/of creatief omspringt met bestaande content. Waar tijdens de studiedag de nadruk lag op de gebruiker, en hoe overheid en cultuursector hierop konden inspelen, lag tijdens de Meeting of Minds de nadruk op de impact van deze content van creatieve gebruikers op de traditionele media en het huidige copyright systeem vandaag.

Het gebruiken en hergebruiken van artistiek materiaal is niet nieuw, maar de kanalen waarlangs deze creaties gedeeld, gemaakt en bekendgemaakt kunnen worden zijn veranderd. Recente technologische ontwikkelingen maken het voor de creatieve gebruiker vandaag mogelijk om zich uit te drukken, om deel te nemen aan online projecten en om creaties te delen op een veel ruimere basis dan voorheen. Voor Yokaï Benkler biedt dit belangrijke perspectieven en 'is dit een mogelijke opening naar een grotere transparantie binnen cultuur en naar een ruimer kader voor kritische reflectie. Het biedt ook meer mogelijkheden voor artistieke creatie, voor het toevoegen van een persoonlijke touch en om variaties op een zelfde thema te delen.' (2006:238) Op die manier dagen de nieuwe vormen van artistieke expressie de traditionele vormen op een positieve en kritische manier uit. Toch kunnen en moeten hier enkele kanttekeningen bijgeplaatst worden. Is de impact niet overroepen? Indien dit niet het geval is, werpt zich onmiddellijk een hele reeks vragen op. Waar zit dan die impact op de traditionele media, de uitgeverwereld en de muziekindustrie? Betekent het succes van User Generated Content dat 'oude' media een andere rol toebedeeld zullen krijgen, of blijven ze gewoon naast de creatieve gebruiker materiaal aanbieden en produceren? En hoe zit het met de geloofwaardigheid en kwaliteit van datgene wat op het internet gepubliceerd wordt?



- ~ Vernieuwing ontstaat 'at the edge of chaos'
- ~ Column Doom: Raise Funds Locally, Spend Globally
- ~ De opkomst van creative finance
- ~ Beloon ondernemend gedrag; Interview met wethouder Carolien Gehrels
- ~ PICNIC 2007; veel keuze voor makers, doeners en denkers
- ~ Berichten
- ~ P&I - plannen en ideeën
- ~ Lobbyen: Wie niet sterk is, moet slim zijn
- ~ Creatieve netwerken
- ~ Lezers MMNieuws: Financiering, marktontwikkelingen en innovatie vragen extra aandacht
- ~ Culturele Hoofdsteden met uithoudingsvermogen
- ~ StratLab Professional
- ~ Een open invitatie
- ~ Datascape Cultuur; Met zevenmijlslaarzen door het cultureel landschap
- ~ Het komend nummer van MMNieuws heeft als thema: beleveniseconomie

Rubrieken:

Voorals de laatste bedenking houdt heel wat mensen bezig. Ze zijn erg bezorgd over de kwaliteit van de informatie die door gebruikers online

wordt gezet. Sommigen, zoals Andrew Keen, waarschuwen voor de 'Cult of the Amateur'. Keen is ervan overtuigd dat de nieuwe digitale evolutie (Web 2.0) 'onze cultuur bedreigt, want in een wereld waar iedereen zijn stem kan laten horen via een blog of podcast, kunnen we fout geïnformeerd geraken en bovenal verdwijnt de scheiding tussen de gevormde experts en de ongeïnformeerde amateurs.' (het boek van Keen komt in de zomer van 2007 uit) Het verschil tussen de 'amateur' en de 'professional' vervaagt inderdaad, maar niet noodzakelijk in de negatieve zin. De creatieve gebruiker of Pro-Am werkt vaak vanuit een strenge, zelfregulerende community en levert zo mooi werk af. Er zijn zeker grenzen aan wat amateurs kunnen bereiken, maar in een wisselwerking met professionals kunnen deze Pro-Ams wel zorgen voor een gezonde en inspirerende samenwerking (Charles Leadbeater and Paul Miller 2004:27), waarin elke partij erkend wordt. Hieruit kunnen boeiende resultaten groeien.

Zulke samenwerkingsvormen vragen om nieuwe vormen van auteursrecht, want het is in deze niet altijd te duiden wie recht kan laten gelden. Hetzelfde kan gezegd worden van bijvoorbeeld een geremixte videoclip. Wie is in deze de eigenlijke auteur? Vaak is de oorspronkelijke auteur zelfs nog amper te achterhalen en toch denken sommigen aanspraak te kunnen maken op de rechten. Lawrence Lessig merkt op dat met alle voordelen die het internet biedt in het verspreiden van creatieve content er ook een nadeel is. Het remixen en hergebruik van content gebeurde vroeger ook al, maar dan bij wijze van spreken in je achtertuin, dus onzichtbaar voor velen die denken aanspraak te kunnen maken op een deel van het werk. Dat is vandaag veranderd: 'cultuur door amateurs, of bottom up cultuur, of cultuur die zich beweegt buiten het commerciële, blootgesteld aan regelgevingen op een manier die 30 jaar geleden ondenkbaar.' (2006:195) Internet en mobiele communicatietools hebben er voor gezorgd dat creaties meer zichtbaar geworden zijn voor iedereen die meent er aanspraak op te kunnen maken. Experts zoals Lawrence Lessig and Johnathan Zittrain pleiten daarom voor een andere vorm van auteursrecht. Een zekere controle is goed en zelfs noodzakelijk, maar de controle dreigt beperkend te worden voor het artistieke proces en komt zo niet meer ten goede aan de noden van auteurs, artiesten en creatieve gebruikers.

Reflecties tijdens de meeting

Bovengenoemd kader werkte als achtergrond voor de vrije reflectie die tijdens de meeting rond User Generated Content werd gevoerd. Wat hier volgt, is een verwerking van enkele themalijnen binnen de discussie, aangevuld met enkele bedenkingen van deze tekstschrijver. Maar eerst en vooral is het belangrijk om de creatieve gebruiker/amateur te duiden. Dick Rijcken (freelance consultant) verwoorde het perfect: amateur komt van 'amare', lief hebben, met passie. De amateur zet zich met andere woorden met passie in voor iets. Het is die amateur die de traditionele media uit haar luie zetel haalt, dixit Clo Willaerts (Sanoma magazines).

Kwaliteit vs. middelmatigheid

Wat is 'kwaliteit'? Een eenvoudige vraag, met een complex antwoord, want kwaliteit kan naar gelang de omstandigheden en de gekozen invalshoeken op verschillende manieren gedefinieerd worden. Sociale en culturele parameters spelen hier bijvoorbeeld een belangrijke rol: wat in de ene groep omschreven wordt als kwaliteitsvol, wordt door de andere groep misschien als middelmatig beschouwd. Ook al dan niet commerciële bedoelingen kunnen hierin een rol spelen. Volgens John Buckman (CEO Magnatune) is slechts zo een twee tot drie procent van de muziek die zij releasen van professionele kwaliteit, lees van de juiste productiekwaliteit en verkoopbaar op de commerciële markt. Het is de kunst om die kwaliteit er uit te halen. Maar Dick Rijcken merkte tijdens de Meeting of Minds terecht op dat het label 'kwaliteit' al te vaak fetisjistisch gebruikt wordt door bedrijven om producten te verkopen, zonder rekening te houden met de eigenlijke invulling van het woord 'kwaliteit'.

Bepalen wat kwaliteit is en wat niet, is dus erg complex en niet binnen één visie te vatten, temeer omdat we vandaag niet kunnen inschatten wat de tand des tijds zal doorstaan en wat niet. Daarom pleitte Bob Young (CEO LuLu) voor het mechanisme van de vrije markt. Op LuLu.com kan iedereen een boek publiceren. Er wordt niet gefilterd. Young is zich ervan bewust dat er heel wat onzin tussen de boeken staat, maar is ervan overtuigd dat niemand het recht heeft om te bepalen wat kwaliteit is, zeker omdat 'kwaliteit' op heel verschillende manieren geïnterpreteerd kan worden en omdat wij vandaag niet kunnen inschatten. Nico Verplancke (IBBT) ziet dan ook een verschuiving in de rol van de uitgever. Daar waar hij vroeger bepaalde wat gepubliceerd werd, is hij nu eerder diegene die dat wat gepubliceerd kan worden faciliteert, in plaats van te bepalen wat zal doorbreken. De selectiemachine is veranderd. Ben je vandaag goed in iets dan zit de kans er in dat je sneller beroemd wordt, maar om echt succesvol te zijn is er toch nog steeds de juiste mix nodig tussen je talent, de timing en het sociale netwerk waarin je opereert. Of iets aanslaat of niet wordt binnen cyberspace dus erg bepaald door de niche waarbinnen je opereert en de manier waarop je wordt gepercipieerd en bekritiseerd.

Een veelheid aan informatie vraagt om nieuwe filters

Door de veelheid aan informatie is het niet altijd eenvoudig om door het bos de bomen nog te zien, zeker voor minder geoefende gebruikers van het internet. Hier is een mogelijke rol voor de traditionele media, uitgevers en platenlabels weggelegd. Zij zouden kunnen fungeren als gids. Paul Gerhardy (BBC Creative Archive) merkte tijdens de meeting op dat dit één van de grote uitdagingen is voor de omroep op het moment. Toen ze mogelijkheden uitzochten om het creatieve materiaal, gemaakt binnen het Creative Archive, te tonen en te verspreiden, was YouTube in volle opgang. Daar geen filters, geen keuzes. Alles kan er gewoon gepost worden. En wat bleek? YouTube was geen bedreiging, maar wel een voordeel voor de BBC. De omroep heeft nu de mogelijkheid om een selectie van de User Generated Content op YouTube een plek te geven en met velen te delen. Gerhardy merkte wel op dat gebruikers eigenlijk zelf op zoek gaan naar organisaties die filters voorzien. Waar deze organisaties zullen ontstaan, hoe ze het vertrouwen winnen van de gebruikers en welke vorm ze zullen aannemen is tot op vandaag nog niet duidelijk. Debbie Esmans (beleidscel Cultuur Vlaamse Gemeenschap) vervolgde de vraagstelling met de bedenking dat indien gebruikers zelf filters zouden worden, hoe we er dan als overheid en culturele of media-organisatie voor kunnen zorgen dat zo veel mogelijk gebruikers de juiste vaardigheden en tools krijgen om te filteren? Meer dan mogelijk zullen hier de traditionele media en deze nieuwe filters naast elkaar bestaan en daar waar mogelijk met elkaar in dialoog gaan, om zo een rijker en meer volledig informatieaanbod te creëren.

Gebruikers en niet-gebruikers: twee verschillende werelden

Inderdaad: niet iedereen zit op het internet, en nog minder mensen nemen actief deel aan het internet. De kloof tussen gebruikers en niet-gebruikers dreigt, alle inspanningen van overheden ten spijt, steeds groter te worden. Loïc Le Meur is zelfs erg pessimistisch en ziet de twee werelden niet snel met elkaar samenwerken, alleen al door de verschillende snelheden, het verschil aan interesses en door het verschillend interpreteren van wat kwaliteit is en wat niet. Hij haalt hiervoor het voorbeeld aan van de Le Monde-blog (www.lemonde.fr). De amateur-gebruikers slaagden erin om de blog op gang te trekken, maar toen de blog werkte, waren ze weer weg, omdat het hen niet verder interesseerde. We zien met andere woorden twee stromen die op hun eigen manier informatie oppikken, wat zeker invloed zal hebben op hoe en op welke wijze de traditionele media in de toekomst informatie zullen verstrekken. We zien bijvoorbeeld nu al dat De Standaard in Vlaanderen (www.destandaard.be) duidelijk keuzes begint te maken met wat er in de dagkrant komt en wat er via internet verspreid wordt en via welk kanaal

en zij zijn niet alleen.

Hoe bruikbaar is de Creative Commons licentie?

In het debat rond copyright zie je vandaag de dag een polarisatie tussen alle rechten voorbehouden en volledige controle over intellectuele rechten en dat wat er gebeurt binnen het publieke domein. Eén belangrijke les die een project zoals het Creative Archive leert, is dat je juist moet differentiëren, en dat een 'alle rechten voorbehouden'-principe in deze niet vol te houden is. Het idee achter Creative Commons (creativecommons.org), zegt John Buckman, is juist om terug te keren naar de essentie van copyright en de rechten te vervangen door een contract, zodat de auteur/artiest voor zichzelf kan uitmaken hoe hij/zij zich wil verbinden, en te kunnen kiezen welke rechten hij/zij wil behouden en welke hij/zij wil loslaten.

Publieke omroepen zitten in deze wel met beperkingen. Zelfs als ze content-vrij zouden willen verspreiden dan worden ze hierin nog beperkt door enerzijds producenten en anderzijds de wet. Misschien biedt een registratie fee hier een uitweg, maar zoals John Buckman tijdens de discussie opmerkte, ook artiesten zijn niet altijd gelukkig met de 'open access' gedachte, want voor hen kan de schaarse toegankelijkheid van een product er juist voor zorgen dat het goed verkocht wordt en zo middelen vrijmaakt voor een nieuw project. Wat de discussie natuurlijk nog een stuk complexer maakt. Vast staat althans dat de huidige vorm van copyright niet in overeenstemming is met de ontwikkelingen op het internet en binnen de mobiele media. Vast staat ook dat er geen 'globaal' nieuw copyrightsysteem zal kunnen worden uitgewerkt, omdat – net zoals bij de definitie van 'kwaliteit' aan het begin van deze reflectie – ook hier culturele en sociale achtergronden per land/per regio een belangrijke rol spelen.

Toekomstscenario's

We zijn de Meeting of Minds niet geëindigd met een vraagstelling, maar met een blik in de toekomst. Negen deelnemers deelden met de andere experts hun scenario's voor 2020. Ze hier samenvatten zou de scenario's onrecht aandoen, daarom sommen we ze hier gewoon even op. Ze zijn te beluisteren via www.chipsvzw.be/mom.

– Jan Bierhoff, directeur van het Europees Centrum voor Digitale Communicatie in Heerlen had het over Source Generated Content; the next big thing'

– David Osimo, onderzoeker aan the Institute for Prospective Technological Studies van de Europese Commissie in Sevilla had het over 2020: The user is the public service ... or not?

– John Buckman, directeur van het online platenlabel Magnatune, bezieler van Bookmooch en lid van de directieraad van Creative Commons, had het over Ray Kurzweil vs. Bruce Sterling or... The Singularity vs. Bobjects

– Loïc Le Meur, zelfstandig ondernemer uit Parijs, had het over de toekomst van televisie in zijn bijdrage TV 2.0

– Bob Young, directeur van LuLu, brak een lans voor de vrije markt en de invloed er van op de toekomst in zijn The concept of the free market

– Clo Willaerts, blogger, marketingdame van skynet en tegen het verschijnen van dit artikel actief bij Sanoma magazines was vrij radicaal in haar scenario The Internet will eat itself

– Dick Rijken, freelance consultant, keek naar het culturele erfgoed en hoe we er in 2020 mee zouden kunnen omgaan. Zijn scenario kreeg de titel Hippies 2.0 as curators.

– Paul Gerhardt, projectleider van het BBC Creative Archive, had het over A scenario for creativity

– Stuart Nolan van Hex Induxion bekeek het scenario vanuit gaming en maakte verwijzingen naar Aloïs Huxely's Brave New World: People Made Stuff: Citizen Players vs. Centrifugal Bumble Puppy'

Deelnemers aan Meeting of Minds waren: John Buckman, Bob Young, Ana Pejcinova, David Osimo, Patrick Peiffer, Sandra Fauconnier, Dick Rijken, Sander Muilerman, Philippe Meers, Kristof Michiels, Gert Nulens,

Debbie Esmans, Loïc Lemeur, Paul Gerhardt, Nico Verplancke, Clo Willaerts, Bettina Geysen, Jan Bierhoff, Arne Van Peteghem, Evi Werkers, Seth van Hooland, Michel Walrave, Andrew Wilson, Stuart Nolan and Gareth Mitchell, Dorian van der Brempt, Stefan Kolgen, Ann Laenen, Jan Debackere, Maarten Van Meer, Jonas Tavernier, Guy Bindels.

Referenties

Voor achtergrondmateriaal en download verwijzen we graag naar

www.chipsvzw.be/mom

/>

Referenties

Benkler, Y (2006) *The Wealth of Networks. How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven and London: Yale University Press.

Debate 2.0. Weighing the merits of the new Webocracy (2006) San Francisco Chronicle. 15.10.2006: www.sfgate.com. (accessed online February 2007)

Goldsmith, J and Wu, T (2006) *Who Controls the Internet. Illusions of a Borderless World*. Oxford and New York: Oxford University Press.

Knell, J (2006) *Whose Art is it Anyway?* London: ACE/Intelligence

Agency: www.artscouncil.org.uk/documents/

projects/whoseartisitanyway_phpblPQaf.doc (accessed online October 2006)

Leadbeater, C. en Miller P (2004) *The Pro-Am revolution*. London:

Demos: www.demos.co.uk/ (accessed online October 2006)

Lessig, L (2006) *Code version 2.0*. New York: Basic Books.

Verslag studiedag virtueel publiek & cultuurparticipatie, meer dan communicatie, MMNieuws nummer 9/10 jaargang 8, pp. 5-6.

Zittrain, J (2006) *The Generative Internet*. Harvard Law Review 119 (119). Berkman Center Research Publication N° 2006/1: pp. 1974-2040: www.harvardlawreview.org/issues/119/may06/zittrain.pdf (accessed online March 2007)

*1: C MKBU: een veelbelovende onderneming (2005), Lectoraat Kunst & Economie van de HKU.

[«...Terug](#)

