

Moet je wakker liggen van E-cultuur?

Dit artikel is gepubliceerd in 2007 – MM Nieuws nummer 6/7

Aldus de titel van de workshop die Ann Laenen tijdens de JuniToer van CultuurLokaal (www.cultuurlokaal.be) in Mechelen mocht geven. Een maand later waren de nieuwe media het centrale thema van een internationale conferentie voor museumprofessionals in Madrid (www.communicatingthemuseum.com). Ook daar klonken vragen en bedenkingen bij het al dan niet meegaan in het verhaal van E-cultuur. Ann Laenen zet naar aanleiding daarvan enkele voorbeelden van toepassingen van E-cultuur op een rij en houdt een pleidooi voor nieuwe initiatieven.

Er valt niet meer naast te kijken: de tijd van de statische website is voorbij. Iedereen is op zoek naar een vorm van interactie met het publiek. Verder dan een gastenboek, enkele fotos en enkele downloadbare mp3-files gaat het echter vaak nog niet. Wat de conferenties rond het thema vandaag de dag wel aantonen is dat er een grote nieuwsgierigheid is naar wat er vandaag allemaal kan in, en rond het web. Het thema leeft duidelijk binnen de sector, maar niet zonder meer.

Dus ... Moet je wakker liggen van E-cultuur? Het antwoord is meer dan complex, want wat verstaan we onder E-cultuur? Voor mijn presentatie besloot ik te vertrekken van de omschrijving die we op papier hadden gezet voor de studiedag rond virtuele cultuurparticipatie: E-Cultuur zou het domein kunnen zijn waarin publiek en culturele partners elkaar op een digitale en interactieve manier ontmoeten. Bekijk het als een nieuwe ruimte waarin een dialoogcultuur groeit. Net als bij de rele cultuurparticipatie kiest de virtuele cultuurparticipant waar, wanneer en waarom hij/zij wil deelnemen. Het is een proces dat voortdurend in beweging is. Zo vormt zich een E-cultuur die stilaan een integraal onderdeel van onze kennismaatschappij begint uit te maken.

Of je er moet van wakker liggen... dat hangt uiteraard af van het standpunt van waaruit je de vraag stelt. Je vindt zeker evenveel voor- als tegenargumenten.

Wie het overzichtje hiernaast doorloopt, krijgt geen onverdeeld positief antwoord. Uiteraard is het rele publiek voor een culturele instelling belangrijk, en uiteraard zal geen enkel medium de rele one-to-one ervaring kunnen vervangen, maar de huidige technologieën maken het wel mogelijk om cultuur op een andere manier te beleven en de rele beleving te versterken. En ook al is vandaag het percentage virtuele cultuurparticipanten eerder beperkt, toch is er duidelijk reden om aan te nemen dat deze groep in de volgende jaren mooi zal groeien, zowel aan de kant van de cultuurgenteresseerden als aan de kant van de cultuurcreatieven.

Zo merken we hoe kinderen en jongeren zich de nieuwe media eigen maken (zie het excellente essay: Their Space van de DEMOS denktank) en zo zie je vandaag naast de te verwachten hard users van 25 jaar en ouder al een tweede harde kern ontstaan met 58-plussers. Zij hebben immers de tijd om met digitale fotos, korte muziekstukjes en video aan de slag te gaan. Waar zij vooral naar op zoek zijn, is content die hergebruikt/herwerkt mag/kan worden, en die daarna gedeeld mag/kan worden door andere gebruikers (het Web 2.0-principe).

De mogelijkheden om virtuele interactie met je publiek te creëren hoeven niet altijd ingewikkeld te zijn. Neem bijvoorbeeld de weblog van de cultuurbeleidscoördinator van Oostrozebeke die als instrument gebruikt werd bij het schrijven van het nieuwe cultuurbeleidsplan (www.pizzacultuur.blogspot.com), de projectweblog van Muziekttheater Transparant voor hun jongerenproductie Alles Liebe (www.blog.transparant.be), de daprice weblog van de dansprogrammator van CultuurCentrum Berchem dat dit seizoen een Europese prijs wegkaapte als beste culturele weblog (www.daprice.be), of podcasts zoals de Radioboeken (www.radioboeken.eu). De ene meer informatief, de andere meer op zoek naar een reactie van de virtuele bezoekers.

Iets meer interactiviteit zit er in webkwesties (www.webkwestie.nl, www.studycool.be) en projecten zoals het tegelproject van V&A, waar meer dan 18.000 mensen hun versie van een tegel maakten en onderling begonnen te delen ([www.vam.ac.uk things to do](http://www.vam.ac.uk/things-to-do)). Kijk ook naar de tweede fase van Tate Tracks, dat muzikanten uitnodigt om hun nummer te schrijven bij een werk van Tate Modern (www.tatetrack.org.uk). Een project dat nauw aanleunt bij wat in Vlaanderen Amusee Vous heeft opgezet met Sterren op Museumtrip (www.amuseevous.be). En met Paola246 zette C.H.I.P.S.vzw en HETPALEIS dan weer de toon voor een eerste experiment binnen het virtuele theater (www.hetpaleis.be, www.chipsvzw.be), door enkel gebruik te maken van Web 2.0-platformen om de interactiviteit te stimuleren en de virtuele bezoekers warm te maken om suggesties te geven en zo het scenario mee richting te geven. Of wat dacht je van de wijze waarop Skins een nieuwe tienerreeks van Channel 4 werd opgezet? Wat begon als een marketingstunt is uitgegroeid tot een reeks die is geschreven samen met het publiek waarvoor het bestemd is (<http://tinyurl.com/yql7ql>, <http://www.myspace.com/e4skins2>).

Akkoord zij die meegaan in deze gezamenlijke productieprocessen behoren momenteel nog tot de die hards of, zoals John Knell ze noemt in *Whose Art is it Anyway* (rapport geschreven voor Arts Council England), tot de hard participants. Knell trekt hier sterk de kaart van deze interactieve wijze van produceren naast de andere publieksgerichte activiteiten in een culturele organisatie. Een museum krijgt er zo dan nog een productieruimte bij naast de tentoonstellingsruimte en een theater krijgt er een plek bij naast het theater. De wisselwerking tussen beide met inbreng van het virtuele publiek dat daar voor klaar is, kan in de toekomst tot inspirerende projecten leiden zowel voor de culturele professionals als voor de creatieve liefhebbers en uiteindelijk voor het ganse publiek van het theater/het museum/de concertzaal.

Wil je als cultuurhuis meestappen in het virtuele verhaal, maar ben je nog niet helemaal overtuigd, dan kan een peiling bij je publiek voor inspiratie zorgen. Hun inbreng zal veeleer beperkt zijn tot wat zij kennen, dus is het motto: vooral niet twijfelen, gewoon doen. Experimenteren is de boodschap. Je weet vooraf nooit of een project zal aanslaan, maar dat mag geen reden zijn om het niet te proberen.

Ook het financiële aspect hoeft geen drempel te zijn. Het gaat immers niet steeds om grote budgetten. Kleine virtuele projecten, met beperkte middelen, kunnen door de aard van het medium soms een grotere impact hebben dan groots opgezette activiteiten.

Zorg dat er vanaf de start al materiaal online staat. Bouw eventueel een testfase in, en/of combineer n en ander met een workshop, zodat je voldoende content hebt om te starten. Betere ambassadeurs dan de deelnemers aan de workshop of testfase kan je voor het project waarschijnlijk niet vinden.

Maak je vooraf ook niet te veel zorgen over de kwaliteit van wat er door de virtuele bezoeker gepost zal worden. Zonder echt te sturen kun je de kwaliteit van het geposte werk wel enigszins beïnvloeden door zelf materiaal online te zetten.

Hetzelfde geldt voor de toon van wat gepost wordt. Maak je vooraf dus niet te veel zorgen over wat al dan niet door de beugel kan. Meestal zorgen de deelnemers zelf voor neutralisering van wat online gezegd wordt. Internet is een sociaal medium.

Een virtueel project wordt gedragen door de hele organisatie, niet enkel door de communicatieploeg.

Zorg er wel voor dat het project opgevolgd wordt, net zoals je een voorstelling of cursusreeks opvolgt, anders haakt de virtuele bezoeker af. Groeien er door een virtueel project initiatieven vanuit de virtuele participanten, geef ze dan gerust een kans, ze bepalen mee het succes van je project

Ik zou daarom zeggen, laten we vandaag zeker wakker liggen van E-cultuur. Het virtuele luik vervangt het rele luik niet, maar vormt daar een mooie aanvulling op. Gebruik die wisselwerking. Ze werkt in beide richtingen versterkend. Een en/en verhaal dus!

Referenties

Meer weten/verder lezen: <http://www.chipsvzw.be/mom>
<http://www.cjsm.vlaanderen.be/e-cultuur/bouwstenen/> <http://www.re-creatiefvlaanderen.be> <http://www.scp.nl> <http://www.virtueleparticipatie.be> Bauwens, J. en Nulens, G. (2005), ICT in het culturele veld: de vitaliteit van het virtuele, re-creatief Vlaanderen. Workingpaper 2005-01, <http://www.re-creatiefvlaanderen.be/>. Cameron, F. (2002), World of Museums: Wired Collections The Next Generation. Museum Management and Curatorship, 19 (2), pp. 309-315. De Haan, J. & Huysmans, F. (2002), E-cultuur; een empirische verkenning. SCP. De Wit, D. & Esmans, D. (2006), E-cultuur. Bouwstenen voor praktijk en beleid. Acco. Geurtsen, E. & Plemp, H. (2005), Jongeren en Informatie. CJP Green, H. & Hannon, C. (2007), Their Space. Demos: www.demos.co.uk Knell, J. (2006), Whose art is it anyway? Arts Council of England: www.artscouncil.org.uk/publications/index.php Leadbeater, C. & Miller, P. (2004), The Pro-Am revolution. Demos: www.demos.co.uk Michiels K. & Merchant P. (red)(2007) Het virtuele kunstencentrum van de toekomst; te vinden op <http://www.lulu.com/content/801000>